

Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний технічний університет

В. О. Козловський

О С Н О В И ПІДПРИЄМНИЦТВА

Частина I

Вінниця
ВНТУ
2013

УДК338(075.8).
ББК65.9(2)421
К59

Рекомендовано до друку Вченою радою Вінницького національного технічного університету Міністерства освіти і науки України (протокол № 4 від 24.11.2011 р.)

Рецензенти:

О. О. Мороз, доктор економічних наук, професор

В. В. Зянько, доктор економічних наук, професор

А. В. Сірко, доктор економічних наук, професор

Козловський, В. О.

К59 Основи підприємництва : навчальний посібник. У 2-х частинах. Частина I. Видання 2-ге, переробл. та доповн. – / В. О. Козловський – Вінниця : 2013. – 122 с.

В навчальному посібнику викладено основи теорії і практики підприємництва як провідної форми господарювання в Україні.

Може бути використаний студентами бакалаврського напрямку „Менеджмент” при вивченні навчальної дисциплін „Основи підприємництва”.

УДК 338 (075.8)
ББК 65.9(2)421

З М І С Т

Вступ	5
Частина I	
Тема 1 Загальні відомості про бізнес	6
1.1 Бізнес: сутність, генезис, ознаки	6
1.2 Родові риси бізнесу та їх характеристика	10
1.3 Суб'єкти бізнесу та їх інтереси	11
1.4 Формули бізнесу: види, сфери застосування	13
Тема 2 Підприємництво	16
2.1 Підприємництво: генезис, сутність	16
2.2 Принципи, функції та моделі підприємницької діяльності .	19
2.3 Форми та види підприємницької діяльності	20
2.4 Соціально-економічне значення підприємництва	24
2.5 Підприємництво на початку XXI сторіччя	26
Тема 3 Протиріччя у бізнесі	31
3.1 Протиріччя у бізнесі: сутність, види	31
3.2 Наслідки протиріч у бізнесі та шляхи їх розв'язання	34
3.3 Цивілізований бізнес: сутність, ознаки, значення	37
Тема 4 Формування в країні цивілізованого бізнесу	40
4.1 Передумови формування в країні цивілізованого бізнесу ..	40
4.2 Державне регулювання бізнесу та підприємництва	46
4.3 Подолання „тіньового” бізнесу	51
4.4 Боротьба з рейдерством	54
Тема 5 Інфраструктура бізнесу та підприємництва	57
5.1 Інституції, що регулюють грошово-кредитні відносини ...	57
5.2 Інституції, що регулюють фінансово-бюджетні відносини .	59
5.3 Інституції, що сприяють розвитку бізнесу	61
5.4 Інституції, що захищають громадян	67
Тема 6 Суб'єкти підприємницького бізнесу	71
6.1 Класифікація суб'єктів підприємницького бізнесу	71
6.2 Малий бізнес: сутність, значення	75
6.3 Підприємство як основна форма господарювання	78
6.4 Господарські товариства	90
Тема 7 Підготовчий етап у підприємстві	101
7.1 Основні кроки підготовки до початку підприємництва ...	101
7.2 Вивчення господарської ніші	103
7.3 Вибір виду діяльності та розробка комерційної ідеї.	105
7.4 Вибір форми здійснення підприємницької діяльності	110
7.5 Джерела фінансування підприємництва	112
7.6 Правила підприємництва та їх зміст	115
Література	121

Частина II

Тема 8	Початок підприємницької діяльності	6
8.1	Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності	6
8.2	Склад та зміст установчих документів.	10
8.3	Дії підприємців після державної реєстрації	13
8.4	Ліцензування підприємницької діяльності	17
8.5	Початок трудового бізнесу	20
Тема 9	Основні види підприємництва	25
9.1	Виробниче підприємництво	25
9.2	Основи стандартизації та сертифікації продукції	27
9.3	Комерційне підприємництво	32
9.4	Комунікації у комерційному підприємстві	39
9.5	Посередництво.	45
9.6	Фінансове підприємництво	49
Тема 10	Бізнес-планування	57
10.1	Бізнес-план: сутність, функції, значення	57
10.2	Зміст та структура бізнес-плану	61
10.3	Методологія розробки бізнес-плану.	65
10.4	Стиль написання та оформлення бізнес-плану	69
Тема 11	Ризики у підприємницькій діяльності	73
11.1	Ризики у підприємстві: сутність, класифікація	73
11.2	Оцінювання величини підприємницького ризику	75
11.3	Шляхи зменшення підприємницького ризику	79
Тема 12	Підприємництво в інституціональному середовищі	84
12.1	Банківське обслуговування підприємництва	84
12.2	Кредитування підприємницької діяльності	90
12.3	Оподаткування підприємницької діяльності	92
12.4	Захист конкурентного середовища та обмеження монополізму.	97
Тема 13	Культура підприємництва	102
13.1	Підготовка до ділових переговорів	102
13.2	Загальні правила ведення ділових переговорів	107
13.3	Дотримання вимог офіційного протоколу	111
Література	115

ВСТУП

За умов розвитку ринкової економіки провідною формою господарювання має стати підприємництво – особливий вид діяльності, що характеризується самостійністю, ініціативою, компетентністю, відповідальністю, ризикованістю, орієнтацією на досягнення максимального результату. Саме підприємництво здатне прискорити реформування української економіки, забезпечити збільшення обсягів виробництва, прискорення науково-технічного прогресу, зростання добробуту суспільства та кожного його члена.

Сьогодні у деяких молодих людей в Україні може скластись враження, що стати підприємцем можна без спеціальних знань та спеціальної підготовки. Ці уявлення є хибними, породженими нерозвиненістю ринкових відносин у нашій країні. Економічні знання потрібні всім – і тим, хто вже має свій бізнес, і тим, хто наймається на роботу, і тим, хто ще планує розпочати власну справу.

Вивчення теоретичних і практичних основ підприємництва є тим підґрунтям, на якому базується якісна підготовка фахівців за спеціальністю “Менеджмент організацій і адміністрування”.

Метою даного навчального посібника є закріплення у студентів основних теоретичних положень з організації підприємницької діяльності в Україні, отримання практичних навичок вирішення актуальних питань, з якими може зіткнутись підприємець, економіст або менеджер під час своєї роботи.

Актуальність даного посібника підвищується у зв'язку з тим, що він, насамперед, орієнтований на ту категорію читачів, які в даний час навчаються у вищих навчальних закладах або розмірковують про започаткування власної справи.

Навчальний посібник написаний на базі лекцій, які автор читав протягом останніх 17-ти років у Вінницькому національному технічному університеті для студентів спеціальності „Менеджмент організацій і адміністрування”. Він складається з двох частин (перша частина – 7 тем, друга – 6 тем), в яких сконцентрований основний навчальний матеріал даної дисципліни.

Навчальний посібник написаний на нормативних матеріалах з питань підприємництва станом на липень 2013 року. Він може бути використаний студентами технічних спеціальностей при вивченні таких навчальних дисциплін, як “Менеджмент”, „Виробничий менеджмент”, а також слухачами, що опановують другу вищу освіту за спеціальністю „Менеджмент організацій і адміністрування”.

ЧАСТИНА І

ТЕМА 1 ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО БІЗНЕС

Основні питання теми:

1.1 Бізнес: сутність, генезис, ознаки.

1.2 Родові риси бізнесу та їх характеристика.

1.3 Суб'єкти бізнесу та їх інтереси.

1.4 Формули бізнесу: види, сфери застосування.

1.1 Бізнес: сутність, генезис, ознаки

Термін „бізнес” походить від англійського слова „business” і означає *ділові відносини* (справу, заняття, обов'язок, угоду, комерцію, торгівлю тощо), пов'язані з *особистою вигодою для людини*.

Виникнення та розвиток ділових відносин – це об'єктивний історичний процес, а сам бізнес – це відносини, які історично виникли у процесі розвитку людства.

Виникнення ділових відносин, які в подальшому привели до виникнення відносин бізнесу, можна пояснити взаємодією трьох основних чинників (див. рис. 1.1.).

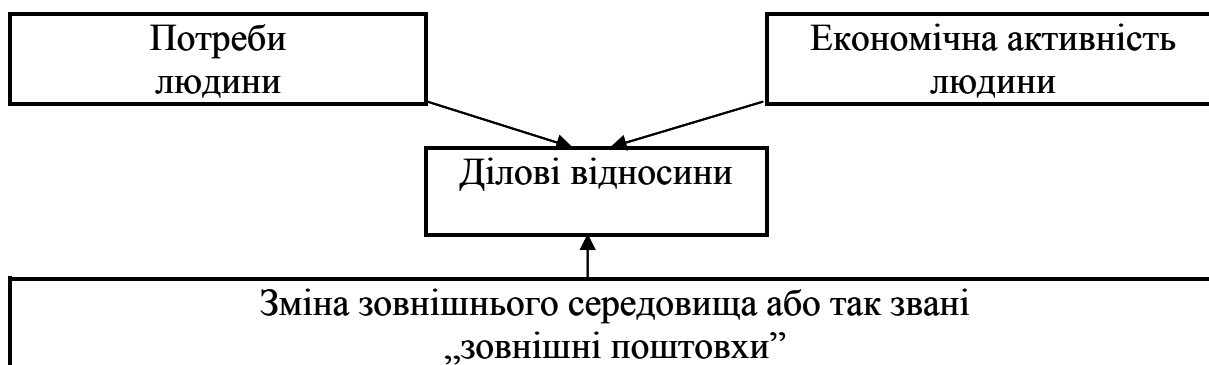


Рисунок 1.1 – Причини виникнення відносин бізнесу

Теоретично першопричиною виникнення ділових відносин є наявність у людини *потреб* у їжі, одягу, житлі тощо, які потрібно задовольняти. Для задоволення цих потреб потрібні матеріальні блага. А оскільки матеріальних благ у природі в готовому вигляді немає, то об'єктивно виникає необхідність в організації їх виробництва, для чого люди вступають між собою в певні виробничі відносини.

Для виробництва будь-яких матеріальних благ потрібні матеріальні та інші ресурси, які люди беруть із природи. А оскільки ресурси обмежені, то у процесі виробництва завжди виникає проблема: яким чином найефективніше з'єднати обмежені природні ресурси, щоб якомога повніше задовольнити потреби людини. Ця проблема вирі-

шується у процесі людської діяльності шляхом аналізу економічних та виробничих ситуацій і прийняття відповідних рішень. Тобто, люди повинні постійно давати для себе відповіді на запитання: „Що?“, „Як?“, „Скільки?“ і „Для кого“ потрібно виробляти?

Другою причиною виникнення ділових відносин є так звана економічна активність людини. *Економічна активність* – це намагання будь-якої людини за будь-яких обставин отримати максимальну вигоду для себе в обмін на ті дії, які ця людина буде робити. Тобто, в процесі своєї діяльності людина завжди буде шукати кращі шляхи досягнення поставленої мети, ніколи не забуваючи при цьому про власні інтереси і власну вигоду.

І нарешті, третьою причиною виникнення ділових відносин є так звані „зовнішні поштовхи“, тобто, такі впливи зовнішнього середовища, які перевели теоретичні можливості виникнення ділових відносин у практичну площину. До таких „зовнішніх поштовхів“ відносяться великі суспільні поділи праці, а саме:

- відокремлення скотарства від землеробства;
- поява ремесел, виникнення товарного обміну;
- відокремлення торгівлі від виробництва, поява торгового капіталу (купецтва);
- відокремлення нематеріального виробництва (наука, освіта тощо) від матеріального;
- виокремлення інформаційної діяльності в структурі інших видів діяльності.

Поділ праці – це процес виокремлення окремих видів діяльності з наступним кооперуванням праці та обміном результатами цієї діяльності. Саме під час кооперування і обміну стали укладатися ділові угоди, реально почали формуватися певні ділові правила, традиції, прийоми, звичаї тощо; прискорився пошук загального еквівалента, необхідного для виміру обсягів продукції або робіт з метою справедливого обміну ними; підвищилася зацікавленість сторін у досягненні бажаного результату найефективнішим способом тощо. Тобто, між людьми реально почали формуватись нові, специфічні відносини, які сприяли вирішенню питань, що виникали у процесі виробництва матеріальних благ, кооперування і обміну результатами праці.

Таким чином можна стверджувати, що необхідність задоволення матеріальних потреб людини та її економічна активність заклали теоретичні основи для виникнення в межах виробничих відносин певних ділових відносин, які б:

- з одного боку, були пов'язані з розв'язанням запитань типу: „Що?“, „Скільки?“, „Як?“ і „Для кого?“ виробляти;

- з іншого боку, були спрямовані на максимізацію результатів людської діяльності і отримання особисто для людини певної (якомога більшої) вигоди.

Практично ці нові ділові відносини, які у подальшому отримали назву відносин бізнесу, почали формуватися з моменту поділу праці, коли у людей виникла реальна потреба обмінюватись результатами своєї праці та отримувати продукти (послуги), яких у них до цього не було, з певною вигодою для себе.

Поява товарного виробництва (приблизно 7–8 тис. років тому назад), при якому продукти отримали форму товару і почали виготовлятися безпосередньо для продажу з метою купівлі інших продуктів (товарів), пришвидшила процес формування цих нових ділових відносин. Так, у Корані – найдревнішому першоджерелі Ісламу – записано: „Виконуйте правильно договори”, що говорить про те, що і в ті далекі часи між людьми існували певні ділові стосунки та укладались відповідні ділові угоди.

Розвиток товарного виробництва привів до виникнення ринку. Ринок, основою функціонування якого є економічна самостійність товаровиробників, вільне ціноутворення, конкуренція, загально визнана грошова одиниця тощо, створив сприятливі умови для подальшого розвитку ділових відносин. Ринок виявився тим місцем, де економічно самостійні товаровиробники отримали можливість швидко й ефективно реалізовувати свої економічні інтереси, укладати різноманітні ділові угоди, вирішувати суперечливі питання тощо.

Завершився процес формування відносин бізнесу в ринковій економіці. Згідно зі твердженням найвідомішого представника класичної політекономії, засновника теорії трудової вартості А. Сміта (1723–1790 рр.), саме ринкова економіка, яка базується на приватній власності, свободі підприємництва та вибору, конкуренції, особистій зацікавленості тощо, створює найкращі умови для розвитку відносин бізнесу та збагачення суспільства. Рушійною силою тут є природне намагання людини якомога повніше реалізовувати свої власні економічні інтереси і отримати максимальну вигоду.

Таким чином, ділові відносини між людьми в різних формах існували практично на всіх етапах розвитку людства, починаючи від моменту поділу праці. Ці відносини постійно розвивалися й удосконалювалися, пройшовши шлях від зародкових, примітивних, які були характерні для початкових етапів розвитку людства, до сучасних, притаманних нашому суспільству. Тобто, в результаті тривалого історичного розвитку в суспільстві поступово сформувались ділові відносини, які в наш час отримали назву відносин бізнесу.

Бізнес – це система ділових відносин між суб'єктами, які реалізують свої економічні інтереси шляхом укладання взаємовигідних угод. Особи чоловічої статі, які вступають в такі ділові відносини, називаються діловими людьми або бізнесменами. Якщо бізнесом займаються особи жіночої статі, їх часто називають бізнес-леді.

Можна виділити такі основні ознаки бізнесу.

1. Бізнес – це завжди ділові відносини.
2. Бізнесом реально можуть займатися тільки суб'єкти. Суб'єктами бізнесу вважаються ті особи (юридичні, фізичні), які можуть і мають право приймати певні рішення (господарські, фінансові, економічні тощо), що впливають на стан ринку, ціни, попит, пропозицію тощо.
3. Суб'єкти бізнесу завжди мають власні прямі або опосередковані економічні інтереси. До них можна віднести: отримання певної матеріальної (або іншої) вигоди, доходу, прибутку, дивідендів тощо, утвердження ділового іміджу, формування сприятливого навколишнього середовища тощо.
4. Бізнес базується на взаємовигідних угодах між особами (партнерами). Будь-яка особа ніколи не піде на укладання ділової угоди, якщо заздалегідь знає про її невивідність для себе. На стадії підписання всі ділові угоди вважаються взаємовигідними, тому вони і укладаються сторонами (партнерами).

Запитання для самоконтролю

1. Доведіть, що теоретично першопричиною виникнення ділових відносин стали потреби людини, які потрібно задовольняти.
2. Поясніть, що являє собою економічна активність людини і як вона впливає на розвиток відносин бізнесу.
3. Доведіть, що великі суспільні поділи праці реально привели до появи відносин, які в подальшому трансформувались у відносини бізнесу. Назвіть ці великі суспільні поділи праці.
4. Яке значення для розвитку відносин бізнесу мали поява товарного виробництва, становлення ринку та ринкової економіки?
5. Назвіть основні принципи функціонування ринку та ринкової економіки та дайте їх пояснення.
6. Поясніть, чому для означення ділових відносин було використане англійське слово „business”.
7. Наведіть сучасне означення поняття „бізнес”. Хто може займатися бізнесом і чому?
8. Назвіть основні ознаки бізнесу та поясніть їх сутність. Наведіть приклади із власного досвіду.

1.2 Родові риси бізнесу та їх характеристика

Як було зазначено вище, ділові відносини між людьми в різних формах існували практично на всіх етапах розвитку людства, починаючи від моменту поділу праці. Ці відносини постійно удосконалювались та розвивались, пройшовши шлях від зародкових, примітивних до сучасних, притаманних нашому суспільству. Але для всіх етапів розвитку відносин бізнесу можна виокремити певні загальні риси, які об'єднують бізнес різних епох. Ці риси отримали назву *родові риси бізнесу*.

До родових рис бізнесу можна віднести:

а) обмін результатами діяльності між сторонами угоди (партнерами). Бізнес ніколи нічого не віднімає у протилежної сторони, він завжди пропонує цій стороні будь-що натомість (товари, послуги, гроші тощо);

б) постійне намагання кожної із сторін бізнесу реалізувати та нав'язати власні інтереси з максимальною вигодою для себе;

в) здатність та готовність йти на ризик заради досягнення поставленої мети;

г) постійний пошук ефективних прийомів ділового спілкування та впливу на протилежну сторону, відстоювання власної позиції;

д) визначення пріоритетів діяльності та підпорядкування їм логіки ділової поведінки (див. рис. 1.2).

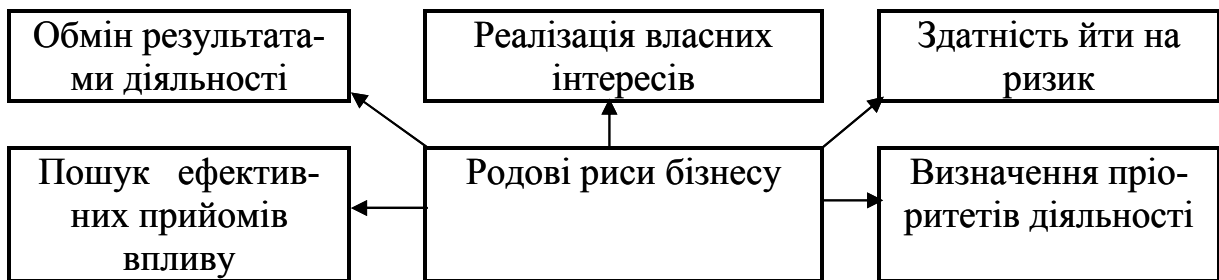


Рисунок 1.2 – Родові риси бізнесу

Бізнес є *рушійною силою* розвитку економіки та суспільства, сприяє розвитку виробництва, впровадженню досягнень науково-технічного прогресу тощо.

Як це довести?

Справа у тому, що будь-який бізнесмен може отримати свій прибуток тільки у тому випадку, якщо він запропонує споживачу те, що йому потрібно, тобто, почне задовольняти суспільні потреби. Іншого законного способу отримати прибуток у бізнесмена немає. А оскільки потреби людей постійно зростають і меж цьому немає, то

для задоволення цих потреб бізнесмен *змушений* розвивати виробництво, виготовляти нову продукцію, впроваджувати новітні технології та досягнення науково-технічного прогресу і т. п.

Бізнес, як будь-яке явище, має *внутрішні рушійні сили* для свого розвитку. Такими силами є:

- економічні, технічні та інші проблеми, які постійно постають перед бізнесменами і які потрібно вирішувати;

- об'єктивні зовнішні умови, в яких діють бізнесмени. Це: конкуренція, економічні закони ринку (закон вартості, закон попиту і пропозиції), нормативні акти, що їх приймає держава (наприклад, запровадження нових стандартів на продукцію) тощо;

- творчий характер людської діяльності;

- особистий економічний інтерес людини і насамперед природне прагнення більшості людей до збагачення;

- необхідність постійно долати ризик, яким супроводжується будь-яка справа;

- духовні та соціальні стимули і насамперед бажання залишити після себе позитивну згадку, отримати суспільне визнання своєї діяльності;

- прагнення створити кращі умови праці, забезпечити охорону довкілля тощо.

Запитання для самоконтролю

1. Чому окремі риси бізнесу отримали назву родових рис?
2. Дайте характеристику основних родових рис бізнесу.
3. Доведіть, що бізнес є рушійною силою розвитку економіки.
4. Назвіть внутрішні рушійні сили розвитку самого бізнесу.

1.3 Суб'єкти бізнесу та їх інтереси

Суб'єктами бізнесу є особи (юридичні, фізичні), які можуть і мають право приймати рішення, що впливають на ситуацію на ринку, на ціни, попит, пропозицію тощо.

Всіх суб'єктів бізнесу можна об'єднати в чотири основні групи:

- приватні, колективні та державні підприємства і приватні підприємці;

- споживачі продукції (населення);

- наймані працівники;

- державні та місцеві органи, які виходять на ринок з діловими пропозиціями.

Першу групу суб'єктів бізнесу складають приватні, колективні та державні підприємства і приватні підприємці. Їх економічний інтерес – отримання якомога більшого прибутку за рахунок надання споживачам необхідних послуг або виготовлення потрібної продукції. Дана група суб'єктів робить свій так званий *підприємницький бізнес*.

Другу групу суб'єктів бізнесу складають споживачі продукції (населення). Вони купують товари та послуги безпосередньо для задоволення власних потреб.

Економічний інтерес споживачів (населення) полягає у тому, щоб шляхом самостійного пошуку (на що витрачається час) придбати необхідні товари та послуги певної якості з найменшими витратами. Населення робить свій так званий *споживчий бізнес*. У взаємовідносинах із бізнесменами споживачі виступають активною стороною: вони купують або не купують те, що виробляють та пропонують бізнесмени.

Третю групу суб'єктів бізнесу складають наймані працівники, тобто особи, які працюють за наймом.

Економічний інтерес найманих працівників – укласти трудовий контракт з роботодавцями на отримання більшої заробітної плати при якомога меншому обсязі роботи, яку потрібно виконувати. Наймані працівники роблять свій так званий *трудовий бізнес*.

Для цього наймані працівники пишуть про себе *резюме*, намагаються отримати протекцію від впливових осіб тощо.

Але для того, щоб наймані працівники мали змогу вести з роботодавцями рівноправні переговори, потрібно, щоб наймані працівники були соціально захищені з боку держави. Це досягається шляхом виплат найманим працівникам матеріальної допомоги у зв'язку з безробіттям, застосуванням ефективних систем соціального захисту населення тощо.

Четверту групу суб'єктів бізнесу складають державні та місцеві органи влади, які: або виходять на ринок з діловими пропозиціями, або створюють підприємства, які виконують загальнодержавні або життєво важливі місцеві функції (наприклад, виготовляють зброю, будують дороги, організують дозвілля людей, здійснюють транспортні перевезення вантажів та людей, випікають хліб тощо).

Економічний інтерес цієї групи суб'єктів бізнесу полягає у тому, щоб за рахунок задоволення життєво важливих потреб населення країни або/та регіону „сподобатись” населенню, отримати його підтримку та гарантувати собі успіх на наступних виборах (за умов демократії). Ця група суб'єктів робить свій так званий *державний бізнес*.

Запитання для самоконтролю

1. Назвіть основні групи суб'єктів бізнесу та їх представників.
2. Дайте характеристику підприємницького, споживчого, трудового та державного бізнесу.
3. Поясніть, чому наймані працівники для реалізації своїх прав на трудовий бізнес повинні бути соціально захищені з боку держави.
4. В яких формах виявляється державний бізнес?

1.4 Формули бізнесу: види, сфери застосування

Формули бізнесу показують механізм (або спосіб), за яким бізнесмени задовольняють свої інтереси. Існує п'ять основних формул бізнесу:

- товарообміну;
- трудового бізнесу;
- класична;
- розгорнута (або формула збагачення суспільства);
- скорочена (або формула перерозподілу багатства).

Формула товарообміну має вигляд:

$$T \Leftrightarrow T' - (\text{товар} \Leftrightarrow \text{інший товар}')$$

Ця формула характеризує товарообмінну (або бартерну) операцію між суб'єктами, при якій вони обмінюються один з одним потрібним товаром (послугами).

Переваги даної формули: простота, зрозумілість, миттєвість обміну, швидкість задоволення потреб сторонами угоди.

Недоліки: відсутність контролю з боку держави, висока ймовірність несплати податків.

Дана формула характерна для ранніх етапів розвитку бізнесу і застосовується у випадку відсутності у партнерів по бізнесу необхідних грошових коштів тощо. За сучасних умов застосування даної формули суттєво обмежене і у більшості випадків заборонене.

Формула трудового бізнесу має вигляд:

$$T \Rightarrow G \Rightarrow T' - (\text{товар} \Rightarrow \text{гроші} \Rightarrow \text{інший товар}')$$

Ця формула характеризує просте товарне виробництво і передбачає виробництво певного товару за допомогою робочої сили людини (яка є первинною) з метою його подальшої реалізації за гроші і придбання на ринку інших необхідних товарів.

Дана формула бізнесу свідчить про те, що будь-яка людина, якщо вона не лінується, багато, наполегливо та продуктивно працює, має талант або унікальні здібності тощо, може заробити значні кошти та збагатитися.

Класична формула бізнесу має вигляд:

$$\Gamma \Rightarrow T \Rightarrow \Gamma' - (\text{гроші} \Rightarrow \text{товар} \Rightarrow \text{гроші}').$$

Ця формула характеризує розширене товарне виробництво і передбачає виробництво товарів виключно для продажу з метою отримання ще більших грошей (прибутку), які будуть вкладатися в розширення виробництва.

Особливістю даної формули є те, що її застосування потребує початкових накопичень. Історичний досвід стверджує, що практично завжди в усіх країнах початкові накопичення здійснювались негуманним, насильницьким, хоча часом і законним шляхом. Не стала винятком і Україна, в якій процеси початкових накопичень розпочались з 1992 року і продовжуються донині.

Хоча потрібно підкреслити, що сучасний бізнес створює сприятливі умови для отримання початкових накопичень людьми, які виявляють бажання розпочати власний бізнес. Це може бути зроблено законним, цивілізованим та прозорим шляхом, наприклад, через отримання кредитів в комерційних банках тощо.

Розгорнута формула бізнесу має вигляд:

$$\Gamma \Rightarrow T \begin{array}{l} \nearrow \text{ЗВ} \\ \rightarrow \text{РС} \Rightarrow \text{В} \dots \Rightarrow T' \Rightarrow \Gamma' \\ \searrow \text{П} \end{array}$$

(гроші \Rightarrow товар: засоби виробництва+робоча сила+підприємництво \Rightarrow \Rightarrow виробництво \Rightarrow новий товар \Rightarrow гроші').

Дана формула бізнесу ще називається формулою *підприємницького бізнесу* або формулою збагачення суспільства, оскільки $\Gamma' > \Gamma$.

Дійсно, виникає питання: „Чому $\Gamma' > \Gamma$?” Можна відповісти так: „Бізнесмен підняв ціну та продав товар дорожче”. Але тоді хтось купить товар дорожче, ніж він коштує, і збільшення багатства тут немає. Тому така відповідь є неправильною.

В дійсності товар продається дорожче тому, що в нього закладається *нова вартість*, яка створюється в результаті виробництва цього товару. У створенні цієї нової, доданої вартості беруть участь природні ресурси (земля), капітал, праця людини та підприємницькі здібності бізнесмена. Створюється ця додана вартість у сфері матері-

ального виробництва працею найманих працівників або самого бізнесмена. В інших сферах економіки: торгівлі, освіті, науці тощо здійснюється тільки перерозподіл створеної у реальному секторі економіки доданої вартості. Одна частина цієї нової вартості йде на виплату заробітної плати найманим працівникам, інша частина привласнюється бізнесменом як винагорода за його підприємницькі зусилля, решта – надходить державі у вигляді податків. Створена нова вартість збагачує, у першу чергу, бізнесмена, а при сплаті ним податків до державного та місцевих бюджетів – збагачується все суспільство в цілому.

Скорочена формула бізнесу має вигляд:

$$Г \Rightarrow Г' - (\text{гроші} \Rightarrow \text{гроші}')$$

Дана формула бізнесу ще носить назву формули *перерозподілу багатства*.

Скорочена формула бізнесу характеризує операції з валютою, цінними паперами та їх похідними, кредитування тощо. Сутність формули – отримання ще більших грошей без переведення їх у „товарну” форму. Операції, що здійснюються за допомогою даної формули, ще називаються „операціями з фіктивним капіталом”. Дана формула активно застосовується на досить високих стадіях розвитку товарно-грошових відносин, коли гроші “відриваються” від товарної маси і починають власний самостійний рух.

Скорочена формула бізнесу є найризикованішою, найдохіднішою та найпривабливішою. Ця формула бізнесу не збагачує суспільство, а тільки перерозподіляє багатство між суб'єктами бізнесу.

Затитання для самоконтролю

1. Назвіть основні формули бізнесу та дайте їх коротку характеристику.
2. Які переваги та недоліки характерні для товарообміну? Коли застосовується ця формула бізнесу?
3. Поясніть, чому формула трудового бізнесу відкриває шлях для збагачення людини.
4. Поясніть, у чому полягає основна особливість класичної формули бізнесу?
5. Поясніть, звідки беруться додаткові гроші при застосуванні розгорнутої формули бізнесу. Чому розгорнута формула бізнесу є формулою збагачення суспільства?
6. Назвіть основні шляхи (способи), якими в Україні робились початкові накопичення капіталу протягом 1992–2013 років? Які при цьому виникли проблеми?
7. Поясніть, чому скорочена формула бізнесу є найризикованішою, найдохіднішою та найпривабливішою.

ТЕМА 2 ПІДПРИЄМНИЦТВО

Основні питання теми:

2.1 Підприємництво: генезис, сутність.

2.2 Принципи, функції та моделі підприємницької діяльності.

2.3 Форми та види підприємницької діяльності.

2.4 Соціально-економічне значення підприємництва.

2.5 Підприємництво на початку XXI сторіччя.

2.1 Підприємництво: генезис, сутність

В наш час терміни „бізнес” і „підприємництво” часто ототожнюють, хоча ці поняття не тотожні і мають різне походження, тобто різну етимологію. Якщо термін „бізнес” походить від англійського слова „справа”, то термін „підприємництво” є похідним від французького слова „entrepreneur”, що означає заповзятливість людини, її наполегливість, здатність затівати, розпочинати щось нове, схильність людини до самостійних, неординарних дій тощо.

Терміни “підприємництво” та “підприємець” уперше в науковий обіг (у 1725 році) увів англійський економіст французького походження Річард Кантільон (1680–1734 рр.), щоб підкреслити, що традиційний термін “бізнес” вже не повністю відображає сутність тих ділових відносин, які сформувались у суспільстві на той час.

А справа у тому, що в XVIII сторіччі у суспільстві відбулися якісні зміни: утвердилась і поширилась приватна власність; небаченими темпами розвивались промислове виробництво і торгівля, стала помітною конкуренція між бізнесменами, почав формуватись клас пролетарів, найманих працівників тощо. Займатися бізнесом стало значно складніше: бізнес став ризикованим, потребував ініціативи, спеціальної підготовки тощо.

Р. Кантільон дав таке означення: „Підприємець – це людина, яка діє в умовах ризику”. Свою думку Р. Кантільон пояснював тим, що людина за власні кошти купує засоби виробництва з метою виготовлення певної продукції та отримання доходів. Але, знаючи про витрати, людина не знає, за якою ціною вона продасть продукцію і чи продасть її взагалі. У цьому і полягає ризик.

Відомий англійський економіст А. Сміт (1723–1790 рр.) звернув увагу на інші ознаки підприємництва. У своїй праці „Дослідження природи та причин багатства народів” (1776 р.) А. Сміт визначив, що „підприємець – це власник капіталу, який здатний йти на економічний ризик заради реалізації будь-якої комерційної ідеї й отримання при-

бутку”. Отримання прибутку – це компенсація власнику капіталу за ризик, на який він пішов заради реалізації певної комерційної ідеї.

Згодом означення терміну „підприємництво” постійно доповнювалось та уточнювалось. Так, французький економіст Жан-Батист Сей (1767–1832 рр.) у своїй праці „Трактат політичної економії” виділив у підприємстві вміння поєднувати три відомі фактори виробництва (природні ресурси, капітал, працю) і отримувати максимальний результат. Тобто, підприємство може забезпечити бізнесмену отримання не простого прибутку, а так званого підприємницького доходу.

При цьому підприємницький дохід складається зі середнього прибутку, що його отримують всі бізнесмени, які займаються аналогічною справою, плюс надприбутку, який може отримати підприємець в результаті використання своїх підприємницьких здібностей.

Пізніше американський економіст Дж. Б. Кларк (1842–1924 рр.) довів, що підприємство є четвертим основним фактором виробництва. Дж. Б. Кларк писав: „Вільна конкуренція намагається дати праці те, що створюється працею, капіталістам – те, що створюється капіталом, а підприємцям – те, що створюється функцією координування”.

Системне дослідження підприємництва здійснив американський економіст Йозеф А. Шумпетер (1883–1950 рр.). В його працях підприємець визнається як новатор, як своєрідний тип господарника, для якого найголовніше – аналіз економічної ситуації та використання різноманітних ринкових можливостей для реалізації своїх новаторських цілей. Шумпетер підкреслював, що „підприємець – це той бізнесмен, який робить не те, що роблять інші, і не так, як це роблять інші”.

Німецький економіст Вернер Зомбарт (1863–1941 рр.), який є одним із авторів теорії „організованого капіталізму”, наділяв підприємців такими якостями, як сміливість та здатність до авантюри.

Відомий економіст Р. Дамарі звертає увагу на те, що підприємство – це задоволення амбіцій людей. „Головна мета багатьох підприємців, – писав Р. Дамарі, – досягти особистого успіху з допомогою підприємства”.

Класик сучасного менеджменту американський вчений німецького походження Пітер Ф. Друкер (1909–2005 рр.) наголошує, що підприємство – це діяльність за умов постійних змін, і це є нормальним і природним. Головне завдання підприємця, – вважає Пітер Ф. Друкер, – це не поліпшення вже чогось існуючого, а отримання результатів, відмінних від попередніх.

Англійський економіст Фрідріх фон Хайек (1899–1984 рр.) вважав, що підприємство – це особливість поведінки людини, а не вид діяльності. Остання теза також є дуже важливою.

Відомий російський вчений В. Д. Камаєв визначає підприємництво так: “Підприємництво – інтелектуальна діяльність, яка пов’язана з невдоволеністю досягнутим”.

Підсумовуючи вищесказане можна зробити висновок, що підприємництво – це складне, багатопланове поняття, яке віддзеркалює якісно новий тип господарювання. Воно потребує нових, прогресивних способів, прийомів та методів ведення справ, творчого підходу, пошуку, ризику. Іншими словами, підприємництво – це сучасна філософія ведення бізнесу, яка полягає у тому, що, з одного боку, зберігаються всі основні ознаки та родові риси бізнесу, а з іншого боку, наголос робиться на таких його рисах, як ініціатива, новаторство, ризикованість, кмітливість, відповідальність, компетентність, гнучкість. При цьому основною метою підприємництва залишається отримання максимальної вигоди (доходу, прибутку тощо) для себе.

Тому можна стверджувати, що поняття “підприємництво” більш вузьке, ніж поняття “бізнес”, оскільки робить наголос тільки на певних ознаках та рисах бізнесу. Але ці ознаки та риси значно глибші і вагоміші.

В наш час поняття „бізнес” і „підприємництво” практично стали синонімами. Сьогодні вже неможливо займатися бізнесом без ризику, творчого пошуку, прояву ініціативи, кмітливості тощо. І на це є певні причини. До основних із них можна належать: суттєве прискорення темпів науково-технічного прогресу, постійне створення та впровадження нових високопродуктивних засобів праці; значне ускладнення суспільних потреб; насиченість ринку найрізноманітнішими товарами і послугами і т. ін.

Затитання для самоконтролю

1. Поясніть етимологію (походження) слова „підприємництво.”
2. Поясніть, чому в 1725 році в науковий обіг був уведений термін „підприємництво”.
3. Охарактеризуйте внесок різних вчених у формування поняття „підприємництво”.
4. На яких рисах, характерних для підприємця, наголошували Р. Кантільон, А. Сміт, Ж.-Б. Сей, Й. А. Шумпетер та інші економісти?
5. Що означає поняття „підприємницький дохід” і як він формується?
6. Порівняйте поняття „бізнес” і „підприємництво”. Яке з цих понять, на вашу думку, ширше? Чому?
7. Чому можна стверджувати, що в наш час займатися бізнесом без підприємництва неможливо?
8. Чи можна стверджувати, що в наш час слова „бізнес” та „підприємництво” стали практично синонімами?

2.2 Принципи, функції та моделі підприємницької діяльності

Господарська діяльність – це будь-яка діяльність у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення продукції або виконання певних робіт чи послуг вартісного характеру, що мають форму товару та відповідну ціну. Якщо така діяльність здійснюється з метою отримання прибутку, то вона є підприємницькою, а якщо без мети отримання прибутку – некомерційною.

Підприємницька діяльність – це самостійна, ініціативна, творча, систематична, ризикована, відповідальна діяльність, спрямована на виробництво продукції або надання певних послуг з метою отримання прибутку.

Підприємницька діяльність базується на певних принципах. Основними з них є такі:

- вільний вибір видів діяльності;
- можливість залучати на добровільних умовах майно та грошові кошти інших суб'єктів бізнесу і фізичних осіб для ведення підприємницької діяльності;
- вільне найняття та звільнення працівників;
- вільне розпорядження прибутком, що залишається після сплати податків;
- вільне розпорядження майном та продукцією;
- самопланування, самопостачання, самофінансування;
- вільне ціноутворення;
- вільне встановлення оплати праці працівників;
- самостійне здійснення зовнішньоекономічної діяльності;
- діяльність на власний ризик та ін.

Зазначені принципи підприємницької діяльності не є абсолютними. Всі вони діють тільки в межах чинного законодавства. Держава обмежує та регулює свободи, що впливають із цих принципів, відповідно до економічної ситуації, що складається в країні.

Сутність підприємницької діяльності детальніше розкривається в її функціях. Основними функціями підприємницької діяльності є:

- *новаторська* (творча, інноваційна), тобто сприяння процесу продукування нових ідей (технічних, організаційних, управлінських), створення нових товарів тощо;
- *управлінська* – це прийняття управлінських рішень на всіх етапах діяльності підприємця;
- *ресурсна* (господарська), тобто найефективніше використання наявних трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних та інших ресурсів;

- *ризикова*, тобто прийняття управлінських рішень за умов невідзначеності та мінливості економічної ситуації. У випадку невдачі підприємець ризикує не тільки своєю власністю та вкладеними коштами, але й своєю діловою репутацією;

- *особистісна*, яка відкриває для підприємця можливість для самореалізації, досягнення власної мети, отримання задоволення від своєї діяльності тощо.

В наш час існують дві основні *моделі* підприємницької діяльності: класична та інноваційна.

Класична модель передбачає орієнтацію підприємця на максимізацію віддачі від ресурсів, якими він володіє. Іншими словами, підприємець буде намагатися використовувати фактори виробництва таким чином, щоб отримувати максимальний прибуток.

Інноваційна модель спочатку передбачає визначення кінцевої мети діяльності підприємця, а вже потім здійснюється пошук ресурсів, необхідних для досягнення поставленої мети. У цьому випадку підприємець буде намагатися мінімізувати вартість факторів виробництва (власних та залучених), необхідних для досягнення поставленої мети.

Найчастіше ці дві моделі підприємницької діяльності використовуються у поєднанні.

Запитання для самоконтролю

1. Дайте означення понять „господарська діяльність” та „підприємницька діяльність”. Поясніть відмінності між цими поняттями.
2. Назвіть основні принципи підприємницької діяльності та дайте їх характеристику.
3. Чи є принципи підприємницької діяльності абсолютними? Відповідь обґрунтуйте.
4. Назвіть основні функції підприємництва та дайте їх характеристику. Наведіть приклади.
5. Охарактеризуйте сутність класичної та інноваційної моделі підприємницької діяльності.

2.3 Форми і види підприємницької діяльності

Підприємницька діяльність здійснюється в певних формах. На вибір форми підприємницької діяльності впливає багато факторів: вид продукції або послуг; сфера діяльності підприємця, його особисті пристрасті та смаки, психологічний стан засновників бізнесу; наявність необхідних коштів для організації бізнесу; економічна ситуація в країні (підйом, депресія, падіння); чинна система оподаткування, рівень конкуренції в галузі, інше.

Виділяють п'ять форм підприємницької діяльності:

- одноосібне підприємництво;
- партнерство;
- корпоративне підприємництво,
- вуличне підприємництво,
- внутрішньофірмове підприємництво.

Одноосібне підприємництво означає, що власником бізнесу є певна фізична особа. Одноосібне підприємництво має певні переваги, а саме: відносна простота заснування, незначні витрати на засновницько-реєстраційні операції; повна самостійність, свобода і оперативність підприємницьких дій; максимальна мотивація до найефективнішого господарювання; конфіденційність діяльності, збереження комерційної таємниці тощо.

Проте ця форма підприємництва має і недоліки, а саме: труднощі із залученням коштів у випадку, коли не вистачає власних фінансових ресурсів; повна відповідальність за можливі борги; відсутність спеціалізованого менеджменту та маркетингу; невизначений термін функціонування, оскільки в разі смерті одноосібного власника його бізнес юридично припиняється.

Партнерство передбачає об'єднання капіталів та зусиль двох і більше фізичних та/або юридичних осіб на основі відповідного засновницького договору. Партнерство має такі переваги: ширші можливості для розвитку підприємництва; збільшення фінансової незалежності завдяки об'єднанню ресурсів кількох партнерів; менший ризик діяльності; можливість залучення професійних менеджерів тощо.

Партнерство також має свої недоліки, а саме: можлива несумісність інтересів партнерів, що може спровокувати появу конфліктів; можливі непорозуміння між партнерами з розподілом прибутку або покриттям збитків тощо.

Щоб частково уникнути цих недоліків, вважають, що краще, коли партнерами є особи з родинними зв'язками.

Корпоративне підприємництво вважається домінуючою формою підприємницької діяльності. Воно передбачає об'єднання капіталів значної кількості людей та інших суб'єктів бізнесу шляхом випуску в обіг цінних паперів – акцій. Корпорація функціонує практично незалежно від її співвласників.

Переваги корпоративної форми підприємництва: концентрація значних коштів для реалізації комерційної ідеї; значні обсяги виробництва; відносна безпечність, оскільки кожен засновник бізнесу несе обмежену відповідальність за результати діяльності корпорації (тільки розміром зробленого внеску). Недоліки корпоративної форми: мо-

жливість суперечок між менеджерами і співвласниками бізнесу, а також зловживань з боку посадових осіб тощо.

Вуличне підприємництво – це цілеспрямована (часто вимушена!) діяльність людини з надання певних послуг або кустарного виробництва товарів з метою отримання індивідуального доходу, який використовується для власного споживання.

Вуличне підприємництво не потребує спеціальних знань та професійної підготовки, базується на задоволенні не явно виражених потреб додаткового характеру. Основні види вуличного підприємництва:

- *перепродаж*, тобто придбання товарів з наступною їх реалізацією за більш високими цінами в місцях масового скупчення потенційних покупців: на вокзалах, ринках, в місцях масових заходів тощо;

- *виробництво кустарним способом* товарів, які користуються попитом: випікання пиріжків, ватрушок, тортів, виготовлення ремісницьких виробів (іграшок, сувенірів тощо) і реалізація їх в місцях масового скупчення потенційних покупців (на спортивних змаганнях, біля навчальних закладів тощо);

- *надання сервісних послуг*, тобто перевезення пасажирів власним транспортом, надання послуг з перенесення вантажів, здійснення дрібних ремонтних робіт, ремонт телевізорів на дому і т. ін.;

- *“човникова” діяльність*, тобто купівля товарів в одній країні, а їх продаж – в іншій.

За певних умов (достатній дохід, сприятливе зовнішнє середовище, накопичений досвід тощо) вуличне підприємництво може привести до того, що підприємець перейде із стану вуличного в стан професійно-орієнтованого.

Внутрішньофірмове підприємництво передбачає запровадження підприємницького підходу до виконання найманими працівниками своїх професійних обов'язків. Іншими словами, наймані працівники отримують права приймати певні рішення при виконанні своїх обов'язків за умов отримання максимального результату і виконання поставлених завдань загалом. При цьому власник бізнесу залишає за собою функції контролю та прийняття рішень з глобальних питань (наприклад, з розподілу прибутку і т. ін.).

За основними *видами* підприємницька діяльність буває виробничою, комерційною, фінансовою та посередницькою.

Виробниче підприємництво – це найважливіший вид підприємництва, спрямований на виробництво різноманітної продукції. Це найбільш складний, суспільно необхідний вид підприємництва, який представляє реальний сектор економіки.

Виробниче підприємство тісно пов'язане з комерцією, оскільки товари (послуги) виробляються для того, щоб їх продати споживачам та отримати певний зиск (вигоду).

Комерційне підприємництво – це діяльність, яка пов'язана з купівлею-продажем товарів і послуг. Комерція у вузькому значенні слова – це торгівля, а комерсант – це особа, яка здійснює торгівлю. Представниками комерційного підприємництва є торговельні організації, супермаркети, магазини, ринки, виставки-продажі, ярмарки, аукціони, кіоски, намети і т. ін.

Фінансове підприємництво – це діяльність, де об'єктом купівлі-продажу є специфічний товар – гроші, іноземна валюта, цінні папери. Це найризикованіший, але й найдохідніший вид підприємництва. Суб'єктами фінансового підприємництва виступають банки, фондові біржі, інвестиційні компанії, підприємства, окремі громадяни тощо.

Посередництво – це такий вид підприємницької діяльності, при якому інтереси сторін бізнесу узгоджує третя особа – *посередник*, яка отримує від цього певну вигоду (дохід, прибуток). Посередниками можуть бути юридичні і фізичні особи, які, представляючи інтереси виробників або споживачів, самі не є такими.

За ступенем впливу на кінцеві результати підприємницька діяльність буває прямою та опосередкованою.

Підприємництво є *прямим*, коли підприємці безпосередньо мають змогу впливати на результати підприємницької діяльності. Вони самі все вивчають, аналізують, приймають рішення тощо.

Підприємництво буде *опосередкованим*, коли між діями кожного із підприємців та результатами діяльності суб'єкта бізнесу є дуже слабка залежність. Це стосується, наприклад, акціонерів, які володіють незначною кількістю акцій. Хоча такі акціонери юридично є співвласниками підприємства, але фактично впливати на результати діяльності цього підприємства не можуть (якщо не мають контрольного пакета акцій).

Затитання для самоконтролю

1. Які фактори впливають на вибір форми підприємницької діяльності?
2. Назвіть основні форми підприємництва і зробіть їх порівняльний аналіз.
3. Дайте характеристику вуличного підприємництва. Назвіть основні види вуличного підприємництва.
4. Поясніть, як ви розумієте вислів „задоволення не явно виражених потреб додаткового характеру”.
5. Поясніть сутність внутрішньофірмового підприємництва. .
6. Назвіть основні види підприємництва та дайте їх характеристику.
7. Дайте характеристику прямого та опосередкованого підприємництва.

2.4 Соціально-економічне значення підприємництва

Практичний досвід усіх передових країн світу показує, що підприємство, якщо воно правильно організоване і регулюється державою, відіграє в економіці цих країн дуже значну роль, а саме:

- стимулює розвиток виробництва, науково-технічного прогресу, постійну зміну структури економіки тощо;
- створює конкурентне середовище, яке є рушійною силою розвитку економіки;
- сприяє економічному і раціональному використанню ресурсів;
- створює стимули до високоефективної діяльності як підприємців, так і найманих працівників;
- заповнює ринок найрізноманітнішими товарами та послугами;
- задовольняє суспільні потреби, які постійно зростають, і т. ін.

Так можна стверджувати тому, що:

- *по-перше*, всі підприємці особисто зацікавлені в розвитку своєї справи, не шкодують власних сил, знань та досвіду для досягнення поставленої мети, не бояться ризикувати при здійсненні своїх намірів тощо;

- *по-друге*, конкуренція постійно змушує підприємців вирішувати виробничі та інші питання з найменшими витратами, якомога ефективніше розпоряджатися матеріальними та фінансовими ресурсами;

- *по-третє*, відносна поразка кожного із підприємців не викликає додаткових втрат у інших підприємців та держави в цілому, тому суспільство розвивається найбільш ефективним шляхом.

Таким чином, підприємництво відіграє в економіці особливу роль, сутність якої зводиться до постійного оновлення та розвитку виробництва, прискорення науково-технічного прогресу, створення інвестиційного середовища, відкриття шляху до прогресивних перетворень і т. ін. Зрештою, підприємництво стає тією силою, котра прискорює рух економіки шляхом ефективності, раціоналізації, бережливості та постійного оновлення.

Для того, щоб підприємництво могло стати рушійною силою розвитку економіки, потрібно йому вчитись. Історичний досвід показує, що в розвинутих країнах створені та успішно функціонують різноманітні школи бізнесу, консультаційні пункти, працюють бізнес-інкубатори тощо, ведеться широка просвітницька робота в засобах масової інформації, значними накладками видаються різноманітні матеріали з організації бізнесу, пишуться літературні твори та знімаються художні фільми. Мета всіх цих заходів – долучити людей, а особливо молодь, до підприємницької діяльності.

Приклад, як це потрібно робити, ще у ХІХ сторіччі наочно і високохудожньо показав відомий американський письменник Марк Твен (1835–1910 рр.). Так, у відомому романі „Пригоди Тома Соєра” (1876 р.) один із його літературних героїв Том Соєр не був ні власником паркану, ні власником фарби, ні власником пензля і до речі не хотів фарбувати цей паркан, проте отримав певний зиск, створивши попит на право фарбувати цей паркан, що і є мистецтвом підприємництва і підприємливості.

Звідси можна сформулювати основне правило підприємництва: „Вмій створити попит! Створити попит – це не тільки (і не стільки) вмій зацікавити, не тільки (і не стільки) переконати будь-кого щось придбати. Це вміння створити таку ситуацію, щоб кожна людина сама переконала себе в необхідності мати це благо”.

В наш час на економічну арену виходить новий тип господарника – підприємець. *Підприємець* – це людина, яка здійснює самостійну, систематичну, ініціативну, ризиковану, відповідальну діяльність, спрямовану на виробництво товарів та послуг з метою отримання підприємницького доходу. Саме підприємець виконує основні функції підприємництва: новаторську, управлінську, ресурсну, ризикову та особистісну.

Підприємницький дохід – це нормальний (звичайний) прибуток плюс надприбуток, який визначається підприємницькими здібностями конкретного підприємця, тобто, його здатністю найефективніше використовувати наявні ресурси, запропоновувати та впроваджувати щось нове, незвичне, що спроможне принести цей надприбуток.

Успіх підприємницької діяльності багато в чому залежить від здібностей і таланту людини, яка нею займається. Це власне й робить постать підприємця центральною постаттю ринкової економіки.

Виникає питання: „А які потрібно мати здібності (риси), щоб стати підприємцем?” Для прикладу можна навести думку фахівців американської компанії “Мак-Бер енд компані”, які виділяють 18 найважливіших рис успішного підприємця: організаційно-господарське новаторство; пошук нових можливостей; орієнтація на ефективність і якість; майнова відповідальність; здатність до “жертв” в інтересах справи; систематичне планування; постійне самооновлення; надійність; нестандартність; готовність до ризику; ініціативність; цілеспрямованість; висока інформованість; постійне спостереження; здатність переконувати; комунікабельність; чесність; рішучість.

Всі риси успішного підприємця можна розділити на дві групи:

- риси, які можна набути в результаті навчання і досвіду;
- риси, які є продуктом розвитку природних даних людини.

Звідси можна дати відповідь на запитання: “Чому не всі люди стають підприємцями?” А тому, що в них часто не вистачає певних природних рис, навчитись яким і набути яких просто не можливо.

Разом тим, певні риси, потрібні для здійснення підприємницької діяльності, можна набути в результаті вивчення певних навчальних дисциплін.

Зокрема, навчальна дисципліна „Макроекономіка” дозволяє зрозуміти суть макроекономічного середовища, його вплив на діяльність підприємця. Навчальна дисципліна „Маркетинг” дає знання про товари, ринок, попит, потреби, цінову політику. Навчальна дисципліна „Менеджмент” дає знання з організації управління підприємством.

Навчальна дисципліна „Економіка підприємства” розкриває сутність таких економічних категорій, як собівартість, ціна, продуктивність, прибуток, ефективність і т. ін. Навчальна дисципліна „Організація виробництва” дає знання основ організації та планування виробництва на підприємствах. Бухгалтерський облік – навчає правильній організації обліку витрат та надходжень тощо.

В нагоді підприємцю можуть стати і такі дисципліни, як фінанси, банківська справа, біржова справа, економіка праці, страхування, інвестування та інші.

Запитання для самоконтролю

1. Яке значення має підприємництво для розвитку сучасної економіки. Наведіть приклади, які б підтверджували вашу думку.

2. Сформулюйте основне правило підприємництва. Наведіть приклади застосування цього правила на практиці.

3. Яке місце займає постать підприємця в сучасній економіці? Назвіть основні риси цієї постаті.

4. Які риси характеру (здібності) потрібні підприємцю, щоб мати змогу ефективно здійснювати підприємницьку діяльність?

5. Зробіть порівняльний аналіз понять „підприємець” та „менеджер”. Що в них є спільного? А що відмінного?

2.5 Підприємництво на початку XXI сторіччя

Стрімкий розвиток світової економіки, якісні зміни у продуктивних силах, карколомний розвиток науково-технічного прогресу, поглиблення інтеграційних процесів тощо привели до того, що на початку XXI сторіччя на розвиток бізнесу та підприємництва почали справляти вплив нові обставини (фактори), які значно ускладнили функціонування підприємницьких структур.

Серед цих нових обставин (факторів) можна виокремити такі:

- активний перехід від переважно промислового виробництва товарів та послуг до надання інформаційних послуг;
- динамічність бізнесу, часта зміна лідерів ринку;
- домінуючий вплив людського фактора на організацію бізнесу та стан його менеджменту;
- розвиток транснаціональних компаній (ТНК);
- глобалізація бізнесу та міжнародних економічних відносин.

Активний перехід від переважно промислового виробництва товарів та послуг до надання інформаційних послуг пояснюється тим, що світове виробництво товарів та послуг досягло такого рівня, який дозволяє забезпечити населення країн світу всім необхідним у будь-якій кількості. Створені високопродуктивні автоматизовані виробничі комплекси дозволяють швидко переналагоджувати виробництво на випуск нової продукції в будь-яких обсягах. Тому на перший план стало питання не виробництва продукції, а її реалізація у якомога короткіші терміни за найвигіднішими цінами.

За таких обставин все більше і більше підприємців почали залишати сферу матеріального виробництва та переходити до надання різноманітних інформаційних послуг. Сприяє цьому світова мережа Інтернет, за допомогою якої сьогодні можна отримати інформацію про товари, ціни, виробників тощо.

Характерним прикладом є структура зайнятості в економіці США за останні 200 років, яка наведена на рис. 2.1.

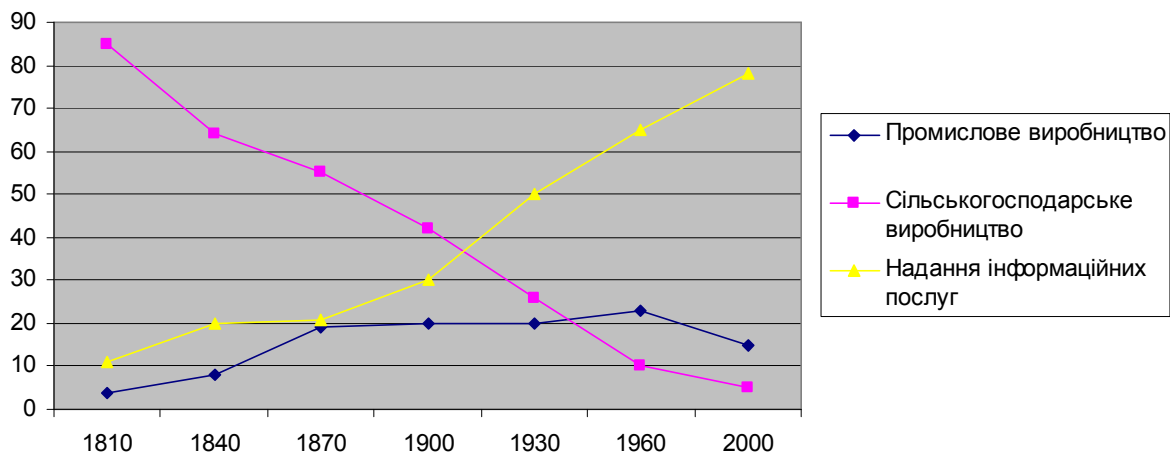


Рисунок 2.1 – Структура зайнятості в економіці США, %.

Перехід від виробництва товарів та послуг до надання інформаційних послуг відкриває перед сучасними підприємцями нові можливості для реалізації власних задумів, формує абсолютно нові умови функціонування ефективного бізнесу. Все актуальнішим стає вислів: „Хто володіє інформацією, той володіє світом!”

Динамічність бізнесу виявляється у тому, що у світі відбувається часта зміна лідерів на ринку певних товарів та послуг. Сьогодні дуже важко втриматись на вершині піраміди лідерів світового бізнесу. Прикладом знов-таки можуть слугувати США. Так, із 12-ти найбільших компаній 1900 року лише одна – General Electric – зберегла своє місце на вершині, інші 11 компаній – давно збанкрутіли, не витримавши вимог часу та конкуренцію (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Найбільші корпорації США

1900 рік	2000 рік
American Cotton Oil Co	General Electric
American Steel	Intel
American Sugar Refining Co	Cisco Systems
Continental Tobacco	Microsoft
Federal Steel	Exxon Mobil
General Electric	Wal-Mart Stores
National Lead	Citigroup
Pacific Mail	Oracle
People's Gas	IBM
Tennessee Coal and Iron	Lucent Technologies
U.S. Leather	American International Group
U.S. Rubber	Merck

Домінуючий вплив людського фактора на ефективність бізнесу та стан його менеджменту виявляється у тому, що все більшою мірою успіх будь-якої фірми залежить від інтелекту, знань та творчих ідей керівників, їх здатності до нововведень. Прикладом може слугувати відома компанія Кока-Кола, яка у 1998 році займала третє місце у рейтингу найбільших корпорацій США, а після смерті легендарного директора компанії Роберто Гоїзуета (1931–1997 рр.) компанія так і не змогла знайти йому гідну заміну і вже у 2002 році опустилася на 15-е місце у даному рейтингу.

Суттєвий вплив на розвиток бізнесу та підприємництва на початку XXI сторіччя справляють транснаціональні компанії – ТНК.

ТНК – це компанії, які є національними за капіталом та інтернаціональними за сферою діяльності. Якщо в 1960 році в світі діяло 3500 ТНК, в 1975 році – 7500, в 1993 – 206 тисяч, то в 2006 році – 560 тисяч. Сьогодні до $\frac{1}{2}$ світового виробництва, $\frac{2}{3}$ світового експорту та 90% обсягу іноземних інвестицій контролюється ТНК.

Організаційно-технічний і техніко-технологічний рівень виробництва, рівень підготовки кадрів, кваліфікація управлінського персоналу в ТНК є такими, що за короткі відрізки часу можна вирішити

практично будь-які задачі (технічні, технологічні тощо) у будь-якій точці земної кулі при мінімальних витратах.

Розвиток ТНК докорінно змінив уявлення про організацію підприємницької діяльності загалом, про що свідчать характеристики, наведені в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Характеристики підприємницької діяльності

Характеристики підприємницької діяльності	XX сторіччя	XXI сторіччя
Побудова компанії (фірми)	Піраміда	Віртуальна мережа
Джерело успіху	Стабільність	Зміни
Структура	Самодостатня	Взаємозалежна
Ресурси	Матеріальні	Інформація
Інтеграція	Вертикальна	Віртуальна
Тип виробництва	Масовий	Масова індивідуалізація
Ринок	Внутрішній	Глобальний
Стратегія	Зверху донизу	Знизу доверху
Лідерство	Догматичне	Харизматичне
Удосконалення	Поступові	Революційні

І нарешті, характерною особливістю підприємницької діяльності у XXI сторіччі є глобалізація міжнародних економічних відносин.

Більшість авторів під *глобалізацією* розуміють процес посилення взаємозв'язку і взаємозалежності економік країн світу та сфер суспільного життя цих країн до такого ступеня, при якому дії однієї із країн у будь-якій сфері набувають глобального характеру, стосуються всіх країн світу і одночасно впливають на процеси і явища в інших сферах.

Глобалізація – це зростаюча взаємозалежність населення Землі, яка об'єднує не лише економіку, але й культуру, технології, управління тощо.

Прикладом можуть слугувати події 1998 року, коли через фінансові операції з доларом США та німецькою маркою, які одночасно здійснив фінансист Дж. Сорес на різних фондових біржах світу, розпочалася світова фінансова криза, яка розхитала всю світову економіку. Фінансова криза розпочалася в Мексиці і Південній Америці, потім охопила Південно-Східну Азію, Росію, країни ЄС та Україну. Частково це виявилось у тому, що курс національної валюти України змінився з $1\$ = 1,76$ грн. до $1\$ = 5,30$ грн.

Значно більших втрат зазнала економіка України від світової економічної кризи, яка спалахнула в 2008 році через кризу ринку іпотечних облігацій у США. Тільки за 2009 рік ВВП України впав на 14,8%, національна валюта знецінилась з 4,8 до 8 грн. за долар США.

Етапи глобалізації бізнесу:

1-й етап: створення за кордоном представницьких офісів, які продають товари та послуги головних компаній на певному ринку. Для роботи в цих офісах залучаються фахівці з країни, де знаходиться головна компанія.

2-й етап: побудова виробничих потужностей у країнах з дешевою робочою силою для виготовлення у великих кількостях різноманітних товарів та послуг, які отримали назву глобалізованих товарів і послуг.

3-й етап: адаптація глобалізованих товарів і послуг до національних ринків, використання національних філій головних компаній не тільки для реалізації адаптованих глобалізованих товарів і послуг або їх виробництва, але й для розробки якісно нових товарів з новими властивостями.

4-й етап: представницькі офіси компанії перетворюються у головні офіси, які реалізують свої функції на різних ринках, континентах, територіях тощо. Для роботи в цих офісах залучаються фахівці з країн, де знаходяться офіси головної компанії.

Якісною ознакою глобалізації є той факт, що окремі країни та компанії накопичили такі величезні обсяги капіталу, що це дає їм змогу домінувати над економіками інших країн, впливати не тільки на економічний розвиток цих країн, але і на політичну ситуацію в них.

Окрім того, якісною ознакою глобалізації можна вважати створення окремими компаніями таких технологій, товарів, послуг тощо, які стали затребуваними в усьому світі і без яких інші країни просто не можуть обійтись (і не можуть їх відтворити). В переліку таких товарів літаки „Боїнг”, програмна продукція „Майкрософт”, космічні технології, швидкісний транспорт, медичні препарати тощо.

Зрозуміло, що за таких умов підприємницька діяльність стає все ризикованішою, потребує все більших зусиль, знань, коштів, досвіду тощо.

Запитання для самоконтролю

1. Наведіть обставини (фактори), які на початку XXI сторіччя значно ускладнили підприємницьку діяльність. Охарактеризуйте вплив цих факторів.
2. Охарактеризуйте вплив на підприємницьку діяльність такого фактора, як глобалізація бізнесу.
3. Назвіть ознаки та етапи глобалізації бізнесу.

ТЕМА 3 ПРОТИРІЧЧЯ У БІЗНЕСІ

Основні питання теми:

3.1 Протиріччя у бізнесі: сутність, види.

3.2 Наслідки протиріччя у бізнесі та шляхи їх розв'язання.

3.3 Цивілізований бізнес: сутність, ознаки, значення.

3.1 Протиріччя у бізнесі: сутність, види

У бізнесі, як і у будь-якому явищі, виникають внутрішні протиріччя. Причина протиріччя – наявність певних протилежностей, із яких складається сам бізнес. Якщо ці протиріччя несуттєві, розвиток бізнесу відбувається поступово, еволюційно. При загостренні протиріччя можуть виникнути конфліктні ситуації, які будуть гальмувати розвиток як бізнесу, так і суспільства в цілому.

В наш час доцільно виокремити три основні протиріччя бізнесу:

- протиріччя між метою бізнесу та шляхами її досягнення;
- протиріччя між інтересами бізнесменів та інтересами найманих працівників;
- протиріччя між інтересами самих бізнесменів.

Протиріччя між *метою бізнесу та шляхами її досягнення* характеризує співвідношення між позитивним та негативним впливом, що справляють бізнес та підприємництво на суспільство загалом.

Суть протиріччя: ставлячи за мету отримання максимального прибутку, бізнесмени на шляху досягнення мети можуть порушувати певні моральні критерії, ставати на шлях обману, шахрайства і навіть злочину, тобто негативно впливати на суспільство.

Негативний вплив бізнесу на суспільство був помічений давно. Достатньо взяти таку працю, як “Капітал” К. Маркса, написану ним у 1867 році. В цій праці К. Маркс наводить цитату англійського публіциста та профспілкового діяча Т. Дж. Даннінга, який ще у 1860 році зробив такий висновок: “Капітал боїться відсутності прибутку чи дуже маленького прибутку, як природа не терпить пустоти. Але коли є досить прибутку, капітал стає сміливим. Забезпечте 10 процентів – і капітал згоден на будь-яке застосування, при 20 процентах він стає пошвавленим, при 50 процентах – по-справжньому готовий зламати собі голову, при 100 процентах – він зневажає всі закони людства, а при 300 процентах нема такого злочину, на який він не ризикнув би, навіть під страхом шибениці” [Маркс К., Енгельс Ф., Твори, т. 23, С. 770].

Непривабливість картини, на якій змальовані потенційні злочинці, здатні нехтувати всіма людськими законами навіть під страхом

шибениці, напевне стане більш ґрунтовною, якщо ми звернемося до творів Т. Драйзера, Ф. Норріса, Е. Сінклера, О. Бальзака, В. Шишкова, М. Горького, І. Франка, М. Короленка, О'Генрі, який вперше ввів у побутовий обіг знамениту ділову фразу „Болівар двох не винесе”.

Але невже все погано в бізнесі? Ні. Доцільніше відзначити позитивний вплив бізнесу на суспільство. Для прикладу наведемо думку відомого японського бізнесмена К. Татеісі, який в книзі „Вічний подих підприємництва” писав: „Бджола збирає нектар не для того, щоб запиляти квіти. Вона бажає отримати мед. Але врешті-решт вона слугує інтересам квітів. Те ж саме стосується підприємця. Бажаючи отримати прибуток, підприємець слугує суспільству, задовольняючи суспільні потреби. Але твердження про те, що підприємець є слугою суспільства, зовсім не означає, що він бажає це робити. Таке твердження лише констатує реальність: підприємництво само по собі означає служіння суспільству”.

Тому сучасні дослідники роблять наголос саме на позитивних якостях бізнесу та підприємництва. Не випадково, в сучасних виданнях переважають такі вислови: „Бізнес – це центральна магістраль соціально-економічної системи”, „Бізнес – це система, яку ми створили для задоволення наших бажань”, „Бізнес – це те, як ми живемо”.

Щоб досягти цього, держава повинна врегульовувати протиріччя між метою бізнесу та шляхами її досягнення, збільшуючи позитивний та зменшуючи негативний вплив бізнесу на суспільство.

Суттєвим у наш час є протиріччя *між інтересами найманих працівників та інтересами бізнесменів.*

Суть протиріччя: наймані працівники зацікавлені в отриманні якомога більшої зарплати, а бізнесмени, навпаки, зацікавлені в отриманні максимального прибутку. За певних обставин інтереси найманих працівників та бізнесменів можуть розійтися таким чином, що між ними виникне жорстке протиріччя.

Практичне вирішення цього протиріччя полягає у тому, щоб правильно розділити нову (додану) вартість, створену працею найманих робітників під час їх роботи у бізнесмена. Є певна „золота” середина такого розподілу, порушувати яку дуже небезпечно. Якщо більшу частину новоствореної вартості віддати найманим працівникам, то у бізнесменів втрачається інтерес до розвитку бізнесу. Якщо більшу частину новоствореної вартості віддати бізнесменам, то у робітників втрачається бажання чесно працювати, а найголовніше, у них не буде коштів для того, щоб купити все те, що створено бізнесом. Це обов'язково спричинить в країні економічну кризу, а за певних обставин може спровокувати соціальні потрясіння, революції тощо.

Пропорції розподілу нової (доданої) вартості між бізнесменами та найманими працівниками можна записати кількісно, використовуючи для цього показник H_1 :

$$H_1 = \frac{m}{v} \cdot 100\%, \quad (3.1)$$

де m – величина нової (доданої) вартості, яка надходить до бізнесмена у вигляді прибутку;

v – величина нової (доданої) вартості, яка надходить робітникам у вигляді заробітної плати;

$(m + v)$ – національний дохід країни.

На думку багатьох фахівців, співвідношення H_1 повинно знаходитись в межах $H_1 \approx 1$. Це означає, що приблизно 50% новоствореної вартості потрібно передати бізнесмену, а приблизно 50% віддавати тим, хто безпосередньо створює цю вартість. У цьому випадку інтереси найманих працівників та бізнесменів практично будуть урівноважені.

Держава повинна постійно відслідковувати значення показника H_1 і при необхідності приймати відповідні корегувальні рішення. Наприклад, підвищувати мінімальний рівень оплати праці, змінювати ставки податків тощо.

У сучасному бізнесі досить гострим є протиріччя між *інтересами самих бізнесменів*, яке виникає у результаті різної дохідності вкладених у бізнес коштів.

Суть протиріччя: вкладаючи в бізнес однакові кошти, бізнесмени можуть отримувати на одиницю вкладеного капіталу різний дохід, що з їх точки зору є несправедливим.

Для оцінювання цього протиріччя можна застосувати показник H_2 , який розраховується за формулою:

$$H_2 = \frac{m}{c + v} \cdot 100\%, \quad (3.2)$$

де c – витрати на засоби виробництва.

Показник H_2 характеризує рентабельність виробництва. Допустимим вважається рівень $H_2 < 20\%$. У цьому випадку отримані прибутки вважаються чесними та обґрунтованими. Якщо $H_2 \gg 20\%$, то це означає, що той чи інший бізнесмен отримує надприбутки. А це, у свою чергу, призводить до загострення боротьби між бізнесменами за сфери впливу. Щоб запобігти цьому, бізнесмени лобіюють у парламенті прийняття для себе вигідних рішень, учиняють інші неправомірні дії. Не є винятком і кримінальні розборки між бізнесменами тощо.

Держава повинна відслідковувати значення показника H_2 і при необхідності приймати корегувальні рішення, повертаючи значення показника H_2 у допустимі межі. Ці рішення можуть включати заборону певних видів діяльності (для приватного бізнесу), встановлення підвищених ставок оподаткування надприбутків тощо.

Запитання для самоконтролю

1. Назвіть основні внутрішні протиріччя бізнесу та поясніть їх сутність.
2. Якими показниками можна оцінити протиріччя в бізнесі?
3. Керуючись власним досвідом, наведіть приклади позитивного та негативного впливу бізнесу на суспільство.
4. Керуючись власним досвідом, наведіть приклади загострення протиріч між бізнесменами. Як вирішуються ці протиріччя?

3.2 Наслідки протиріч у бізнесі та шляхи їх розв'язання

Одним із основних наслідків протиріч у бізнесі є поглиблення прірви між доходами багатих та бідних людей. Тобто, в суспільстві може виникнути нове, руйнівне протиріччя між тими, хто має значні доходи (це переважно особи, які займаються бізнесом), та тими, хто отримує невеликі доходи (це переважно особи, які працюють за наймом, отримують соціальну допомогу від держави тощо).

Тут потрібно виділити два моменти:

а) з одного боку, бізнес відкриває кожній людині законну можливість для збагачення і кожна особа шукає свої шляхи досягнення цієї мети. Для прикладу можна навести відомого бізнесмена Б. Гейтса, який в 1975 році, будучи студентом 4-го курсу, створив корпорацію „Майкрософт”, яка на початку 2000-го року досягла капіталізації своїх активів у 300 млрд. дол. США, а статки самого Б. Гейтса оцінювались приблизно у 100 млрд. дол. США;

б) з другого боку, збагачення одних людей може призвести до банкрутства або збідніння інших людей. Дійсно, вдале рішення однієї людини досить часто супроводжується втратами для іншої людини (наприклад, одна особа продала товари дорожче, а інша особа купила ці товари дорожче; одна особа втратила роботу, а інша її знайшла тощо). Тобто, одна людина буде збагачуватись, а інша, навпаки, бідніти.

Для оцінювання протиріччя, яке може виникнути між багатими та бідними людьми, використовується показник H_3 , який розраховується за формулою:

$$H_3 = \frac{CD_{10\%}^6}{CD_{10\%}^{бід}}, \quad (3.3)$$

де $СД_{10\%}^b$ – середньорічні доходи 10% найбагатших людей;
 $СД_{10\%}^{бід}$ – середньорічні доходи 10% найбідніших людей країни.

Досвід багатьох країн світу країни показує, що економічна ситуація в країні буде стабільною, якщо показник H_3 знаходиться в межах $[5 < H_3 < 7]$. Якщо це співвідношення порушується, особливо у випадку, коли $H_3 > 10$, то це свідчить про значні вади в організації бізнесу в країні і може призвести до зростання соціальної напруги в суспільстві і революційних потрясінь. Тут доречно навести вислів Президента США Ф. Рузвельта: „Злидарі та голодні люди – це дуже гарний матеріал, із якого легко ліпити диктатуру”.

В Україні даний показник знаходиться в межах $H_3 > 40$, що проковує нестабільність соціально-економічної ситуації в країні.

Так, з одного боку, в Україні стрімко зростає кількість дуже багатих людей. За даними журналу „Фокус”, який регулярно публікує списки 200 найбагатших людей України”, станом на 1 січня 2013 року в Україні проживало 18 осіб, кожна з яких мала власні статки, що перевищували 1 мільярд дол. США. Сукупне багатство цих людей дорівнювало 51,7 млрд. дол. США або 414 млрд. грн. (Для порівняння: дохідна частина державного бюджету України у 2013 році складала 346,54 млрд. грн.).

З іншого боку, зростає кількість людей, які не в змозі забезпечити для себе пристойний рівень життя. Якщо взяти чинну Постанову Кабінету Міністрів України від 14 квітня 2000 р. „Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів на наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення”, то можемо прочитати, що для студента (18 років та більше) держава встановила такі соціальні стандарти: 1 куртка на 4 роки, 1 костюм на 5 років, 1 сорочка на 4 роки, 1 брюки із джинсової тканини на 4 роки, 1 пара зимового взуття на 5 років, 1 краватка на 10 років, 1 плавки на 10 років тощо.

Зрозуміло, що за таких обставин в Україні поширюються протестні настрої, все більше прошарків населення висловлюють незгоду з економічною політикою Уряду.

Щоб цього не було, держава повинна відслідковувати значення показника H_3 і при необхідності приймати відповідні корегувальні рішення. Наприклад, підвищувати рівень оплати праці, вносити зміни в податкову систему, запроваджувати високі стандарти соціального захисту населення тощо.

Існує два протилежних шляхи розв’язання протиріч, які виникають у бізнесі.

1-й шлях: революційний, тобто ліквідація бізнесу як явища.

Прихильники такого шляху вважають, що, оскільки наймані працівники своєю працею створюють нову, додану вартість, значна частина якої надходить у приватну власність бізнесмена, то це є експлуатація людини людиною. І це несправедливо. Тому потрібно націоналізувати основні засоби виробництва, повернути більшість приватизованих підприємств у державну власність тощо. Такий підхід до розв'язання протиріч у бізнесі переважає в періоди економічних та фінансових криз, при зростанні в країні безробіття тощо.

Історія показала неефективність, а скоріше – хибність такого шляху розв'язання протиріч у бізнесі, про що довів приклад СРСР та інших країн соціалістичного табору. З одного боку, бізнес в цих країнах ліквідувати не вдалося, він прийняв просто інші, часто спотворені форми. З іншого боку, ці країни поступово відстали у своєму економічному розвитку відносно країн, в яких були створені сприятливі умови для розвитку бізнесу та підприємництва.

2-й шлях: еволюційний, тобто регулювання бізнесу державою.

Прихильники цього шляху стверджують, що привласнення бізнесменом частини нової вартості, створеної працею найманих робітників, це природно і справедливо. Таку ситуацію можна розглядати як плату найманого робітника бізнесмену за те, що останній створив робочі місця, забезпечив відповідні умови праці на цих місцях, організував справу, знайшов прибуткову комерційну ідею, пішов на певний ризик тощо.

А проблема полягає тільки в тому, щоб правильно розподіляти нову (додану) вартість між робітниками та бізнесменами, а також своєчасно та кваліфіковано розв'язувати всі інші протиріччя, які виникають в суспільстві та бізнесі. І якщо ці питання вирішуються успішно, то бізнес, що існує в країні, буде сприяти розвитку суспільства, збагачувати націю тощо.

Заявляння для самоконтролю

1. Назвіть основні наслідки загострення протиріч у бізнесі. Наведіть приклади.
2. Яким показником можна оцінити протиріччя між багатими та бідними людьми в країні?
3. Охарактеризуйте ситуацію із розв'язанням протиріч у бізнесі, що склалася в Україні. Наведіть приклади та аргументи.
4. Які є основні шляхи розв'язання протиріч в бізнесі? Наведіть аргументи прихильників цих шляхів.
5. Доведіть, що революційний шлях вирішення протиріч у бізнесі виявився хибним.
6. Доведіть, що шлях регулювання бізнесу державою є більш ефективним.

3.3 Цивілізований бізнес: сутність, ознаки, значення

Протиріччя у бізнесі, якщо їх вчасно не розв'язувати, можуть мати для суспільства негативні наслідки, включаючи соціальні потрясіння, революції тощо. Якщо ж держава починає регулювати бізнес, то цих проблем можна уникнути.

Тут доречно навести слова відомого німецького професора економіки Пассау Гельмута Шмалена, який стверджує, що незважаючи на ті протиріччя, які є у бізнесі, „не слід впадати у відчай. До цього часу зростання добробуту завдяки державному регулюванню бізнесу ... було завжди достатньо великим, щоб згладжувати тертя, що при цьому виникають”.

В країнах, де проблема регулювання бізнесу була розв'язана, сформувався так званий цивілізований бізнес. *Цивілізованим* вважається такий бізнес, який сприяє динамічному та ефективному розвитку економіки, підвищенню добробуту всіх членів суспільства, розвитку ініціативи бізнесменів та найманих працівників тощо. Цивілізований бізнес повинен вирішувати три основні задачі:

- сприяти розвитку економіки;
- збагачувати суспільство (державу);
- справедливо розподіляти національне багатство.

Досвід багатьох країн світу стверджує, що зробити бізнес цивілізованим держава може за однієї умови: бізнес повинен бути відокремлений від влади. Тільки тоді державні чиновники будуть приймати рішення від імені народу і в інтересах народу. В іншому випадку ці рішення з високою ймовірністю будуть обслуговувати переважно інтереси їх власного бізнесу.

Для цивілізованого бізнесу характерні певні ознаки (рис. 3.1).

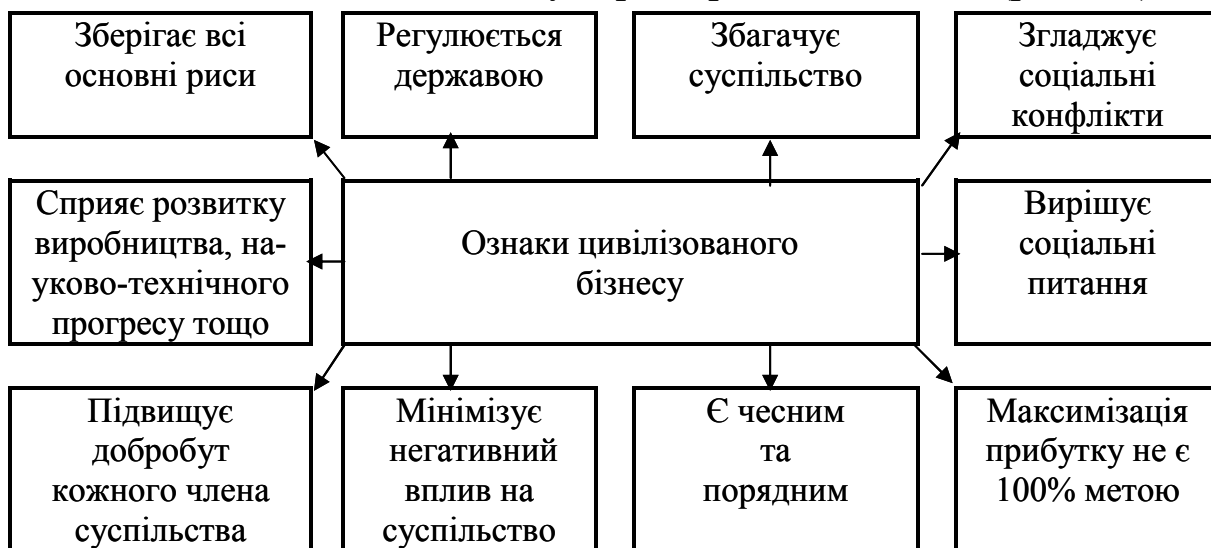


Рисунок 3.1 – Ознаки цивілізованого бізнесу

Так, цивілізований бізнес зберіг основні ознаки та родові риси, характерні для звичайного бізнесу. Разом з тим, цей бізнес регулюється державою, яка спрямовує його розвиток в потрібному для країни напрямі, мінімізуючи при цьому негативний вплив бізнесу на суспільство і збільшуючи позитивний вплив.

Цивілізований бізнес не допускає значних соціальних конфліктів, розвиває виробництво, сприяє прискоренню науково-технічного прогресу, впровадженню нововведень тощо.

Цивілізований бізнес не стоїть осторонь вирішення соціальних питань: захищає довкілля, створює безпечні умови праці на виробництві, покращує якість продукції тощо.

Цивілізований бізнес сприяє збагаченню всього суспільства, а також підвищенню добробуту кожного члена суспільства.

Для цивілізованого бізнесу невід'ємними рисами є чесність та порядність. Сьогодні десятки тисяч акцій та інших цінних паперів продаються на біржах Заходу на основі усних домовленостей, товари на мільярди доларів реалізуються з оформленням контрактів через певний час тощо. Але потрібно пам'ятати, що чесність і порядність в бізнесі є наслідком розвитку суспільства. І ці риси бізнесу не виникнуть самі по собі протягом короткого терміну часу.

Для цивілізованого бізнесу отримання максимального прибутку вже не є абсолютною вимогою, а передбачає досягнення й інших цілей (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Діяльність підприємств за умов цивілізованого бізнесу

Суб'єкти	Мета, результати, що очікуються
Підприємство	Максимальний прибуток Випуск якісної продукції при найменших витратах
Суспільство загалом	Економічне зростання країни Наповнення бюджету податками Збереження природних ресурсів та довкілля Зрівняння доходів
Місцеві регіони	Зростання добробуту регіону
Акціонери	Зростання доходів на акції
Кредитори	Зростання вартості цінних паперів
Споживачі	Стабільність доходів, справедливі ціни Вибір товарів, задоволення потреб
Менеджери	Зростання заробітних плат Підвищення кваліфікації Задоволення професійного інтересу
Наймані працівники	Забезпечення зайнятості Пристойний рівень заробітної плати Нормальні умови праці, задоволення від роботи

Наприклад, в Японії відомі фірми ставлять своєю метою виробництво „продукції найвищої якості при найменших цінах завдяки найбільш повному використанню виробничого потенціалу відповідно до загальних інтересів економіки країни та з метою підвищення добробуту всього суспільства”.

Сьогодні незаперечним є факт, що правильно організований бізнес став джерелом збагачення багатьох країн. Це можна довести на прикладі порівняння обсягів валового внутрішнього продукту в розрахунку на одну людину в країнах, які давно регулюють розвиток бізнесу, з країнами, які стали на цей шлях зовсім недавно (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2 – Валовий внутрішній продукт країн світу в розрахунку на одну людину, у доларах США (за матеріалами МВФ), 2011 р.

Країна	Номінальний ВВП в розрахунку на 1 людину	ВВП в розрахунку на 1 людину за паритетом купівельної спроможності	Коефіцієнт, який характеризує рівень ВВП за паритетом купівельної спроможності інших країн відносно України, якщо його взяти за 1
США	47132	47400	7,07
Німеччина	40512	35900	5,36
Велика Британія	36298	35100	5,24
Японія	42325	34200	5,10
Польща	11521	18800	2,81
Росія	10521	15900	2,37
Білорусь	5607	13400	2,0
Україна	3002	6700	1
Китай	4283	7400	1,10

Валовий внутрішній продукт на одну особу в Україні за паритетом купівельної спроможності дорівнює приблизно 6700 дол. США, в той час, як в розвинутих країнах цей показник складає 35–45 тис. дол. Тобто, правильно організований бізнес, стимулювання ініціативи бізнесменів та робітників тощо привели більшість країн Заходу до матеріального достатку та процвітання.

Запитання для самоконтролю

1. Дайте означення поняття „цивілізований бізнес”. Які основні задачі повинен вирішувати цивілізований бізнес?
2. Назвіть ознаки цивілізованого бізнесу та дайте їх характеристику.
3. Доведіть, що цивілізований бізнес привів країни до матеріального добробуту та процвітання.
4. Поясніть, чому ВВП в розрахунку на одну людину за паритетом купівельної спроможності в Україні, Росії, Польщі, Білорусі, Китаї значно перевищує величину номінального ВВП в цих країнах.

ТЕМА 4 ФОРМУВАННЯ ЦИВІЛІЗОВАНОГО БІЗНЕСУ

Основні питання теми:

4.1 Передумови формування в країні цивілізованого бізнесу.

4.2 Державне регулювання бізнесу та підприємництва.

4.3 Подолання „тіньового” бізнесу.

4.4 Боротьба з рейдерством.

4.1 Передумови формування в країні цивілізованого бізнесу

Формування в країні цивілізованого бізнесу передбачає:

- створення економічних, юридичних, соціально-психологічних та демократичних передумов для розвитку бізнесу та підприємництва;
- створення інфраструктури бізнесу, яка б забезпечувала його організацію, функціонування та контроль;
- проведення державної політики, спрямованої на формування цивілізованого бізнесу на всіх рівнях його функціонування, подолання „тіньового бізнесу”, корупції тощо.

4.1.1 Економічні передумови формування в країні цивілізованого бізнесу

До економічних передумов формування в країні цивілізованого бізнесу відноситься „створення” суб'єктів бізнесу, здатних самостійно й ефективно займатися бізнесом. Досвід країн з ринковою економікою показує, що створення суб'єктів бізнесу відбувалося поступово та еволюційно і було пов'язано, насамперед, з наданням людям так званої економічної свободи.

Економічна свобода – це реальна можливість людини мати приватну власність, виявляти економічну ініціативу та привласнювати результати своєї діяльності. Іншими словами, економічна свобода – це економічна самостійність, плюс економічна відповідальність, плюс економічна рівноправність будь-якої людини.

Надання суб'єктам бізнесу економічної свободи можливе тільки за умов проведення глибинних реформувань відносин власності таким чином, щоб кожна людина:

- або мала змогу володіти власністю безпосередньо;
- або мала свою частку, пай і т. ін. у колективній власності;
- або мала можливість орендувати певну власність.

Найголовнішу роль для розвитку бізнесу відіграє *приватна власність*. Саме вона є економічною основою бізнесу, оскільки:

по-перше, приватна власність передбачає одноосібне розпорядження майном та результатами господарювання, що найкращим чином стимулює приватну ініціативу;

по-друге, приватна власність може бути надбанням великої кількості людей. Це не дає змоги концентрувати владу в руках небагатьох людей, бо історія показує, що концентрація влади завжди призводить до зловживання цією владою.

Реформування відносин власності – дуже складна задача, оскільки власність – це економічна основа будь-якого суспільства. Власність характеризує відносини, що складаються між людьми з приводу привласнення засобів виробництва і результатів праці.

В Україні реформування відносин власності здійснюється шляхом проведення широкомасштабної приватизації, роздержавлення, акціонування підприємств, запровадження оренди, розпаювання землі, розвитку малого бізнесу тощо.

Проблеми для України.

1. Якщо в світі формування приватної власності відбувалось еволюційно, поступово, то в Україні це потрібно зробити швидко та масштабно. В результаті швидкоплинності процесу можуть бути помилки, необгрунтовані рішення тощо.

2. Потрібно подолати стереотипи мислення у більшості населення країни, яке звикло ставитися до власності як до нічийної. Невизнання в Україні протягом значного періоду часу приватної власності спричинило “відчуження людини від власності”, призвело до розцвіту крадіжок, втрати ініціативи і т. ін.

3. Потрібно якомога швидше „виховати” суб’єктів, здатних самостійно та ефективно займатися бізнесом. Справа у тому, що у нас протягом тривалого часу традиційно був тільки один суб’єкт бізнесу – держава. Решта були об’єктами, які повинні були беззаперечно виконувати рішення держави. За таких умов багато людей, в тому числі і керівників, виявились не здатними керувати підприємствами та ефективно розпоряджатись власністю.

4.1.2 Юридичні передумови формування в країні цивілізованого бізнесу

Юридичні передумови формування цивілізованого бізнесу передбачають створення відповідної нормативної бази (законів, положень, інструкцій тощо) або так званих „правил гри”, за якими повинні діяти як суб’єкти бізнесу, так і держава в цілому. Головне завдання даної нормативної бази полягає у тому, щоб:

- а) зробити бізнес системним і прогнозованим;
- б) гарантувати економічну свободу для суб'єктів бізнесу;
- в) забезпечити дієвий контроль за розвитком бізнесу з боку держави;
- г) вирівняти у правах суб'єктів бізнесу і державу як самостійних „гравців” у ділових відносинах.

Тут доречно навести вислів „творця німецького дива” Людвіга Ерхарда (канцлер ФРН в 1963–1966 роках), який зазначив, що „ініціатива (бізнесменів) повинна бути спрямована правильним в економічному та соціальному відношенні шляхом, без того, щоб руйнувати свободу ринку, а тим самим і передумови для ініціативи кожного окремо”.

В Україні протягом 1992–2013 років було прийнято сотні законів та інших нормативних актів, які започаткували процес формування цивілізованого бізнесу.

Проблеми для України.

1. Складність задачі, яка полягає в тому, що потрібно створити нормативну базу за принципом: “Можна робити те, що не заборонено” замість принципу: “Можна робити тільки те, що дозволено”, який використовувався раніше. А це зробити набагато складніше.

2. Для регулювання бізнесу потрібно ухвалити дуже багато законів, на прийняття яких деякі країни витратили десятки (і навіть сотні) років.

3. Відсутність у законодавців досвіду в написанні законів, які б регулювали бізнес. Для написання законів потрібний практичний досвід, який накопичується роками.

4. Нормативна база регулювання бізнесу в Україні повинна створюватись для бізнесу, який тільки „стає на ноги”. Тому існуюча законодавча база з регулювання бізнесу інших країн не завжди може бути використана українськими законодавцями.

5. Наявність попередніх чинників призвела до того, що в Україні відбувається часта зміна нормативної бази. Це створює нестабільні (а значить, і несприятливі) умови для розвитку бізнесу. Ухвалені раніше закони потрібно постійно удосконалювати, оскільки в них через відсутність досвіду не були враховані всі обставини, які впливають на функціонування бізнесу. Цей процес є об'єктивним і віддзеркалює реальні умови функціонування бізнесу в країні.

6. В суспільстві потрібно виховувати повагу до законів та сформувати у кожного громадянина країни усвідомлення того, що всі закони потрібно обов'язково виконувати.

Бізнесмени повинні пам'ятати, що вони мають право приймати рішення і здійснювати ті чи інші дії тільки в межах чинного законодавства і не порушуючи його. Саме в межах чинного законодавства всі бізнесмени знаходяться під захистом держави.

7. Потрібно забезпечити надійний юридичний захист бізнесменів у випадку виникнення суперечок з іншими бізнесменами та державою. А це потребує удосконалення всієї судової системи України.

4.1.3 Соціально-психологічні передумови формування в країні цивілізованого бізнесу

Соціально-психологічні передумови формування цивілізованого бізнесу передбачають створення в суспільстві позитивного соціально-психологічного середовища, яке б сприяло розвитку бізнесу. Це складна та багатопланова задача, яка передбачає:

- а) виховання у населення країни довіри і поваги до бізнесу;
- б) формування у громадян країни впевненості, що бізнес може вирішити багато проблем, які стоять перед країною;
- в) виховання поваги до праці бізнесменів, яка характеризується такими рисами, як складність, відповідальність, напруженість тощо;
- г) виховання соціальної відповідальності бізнесу та самих бізнесменів за результати своєї діяльності, за стан справ в державі, добробут його населення тощо. Насамперед, маємо на увазі моральну відповідальність бізнесменів за результати своєї діяльності.

Тут доречно навести вислів одного із найвідоміших бізнесменів сучасності Г. Форда (1863–1947 рр.), який стверджував: „Мати гроші абсолютно необхідно. Але не можна забувати при цьому, що мета грошей не марнування, а примноження коштів для корисного служіння. Для мене особисто немає нічого бридкішого, ніж марнотратне життя... В цивілізації немає місця дармоїдству”.

У 1999 році за ініціативою колишнього Генерального секретаря ООН Кофі Аннана був прийнятий так званий Глобальний договір, одним із принципів якого є посилення соціальної спрямованості бізнесу. Тут наголос робиться не на соціальній відповідальності бізнесменів, а на соціальній спрямованості та соціальній активності бізнесу.

Соціальна спрямованість бізнесу виявляється у тому, як бізнес ставиться до виконання базових етичних норм, чинних стандартів (наприклад, міжнародних стандартів ISO 9000), технічних умов, норм захисту довкілля тощо. Об'єктами соціальної спрямованості бізнесу є люди, споживачі продукції. *Соціальна активність* бізнесу характеризується рівнем його соціальної спрямованості.

Філософія (світогляд) соціальної спрямованості бізнесу базується на певних положеннях, зведених на рис. 4.1.

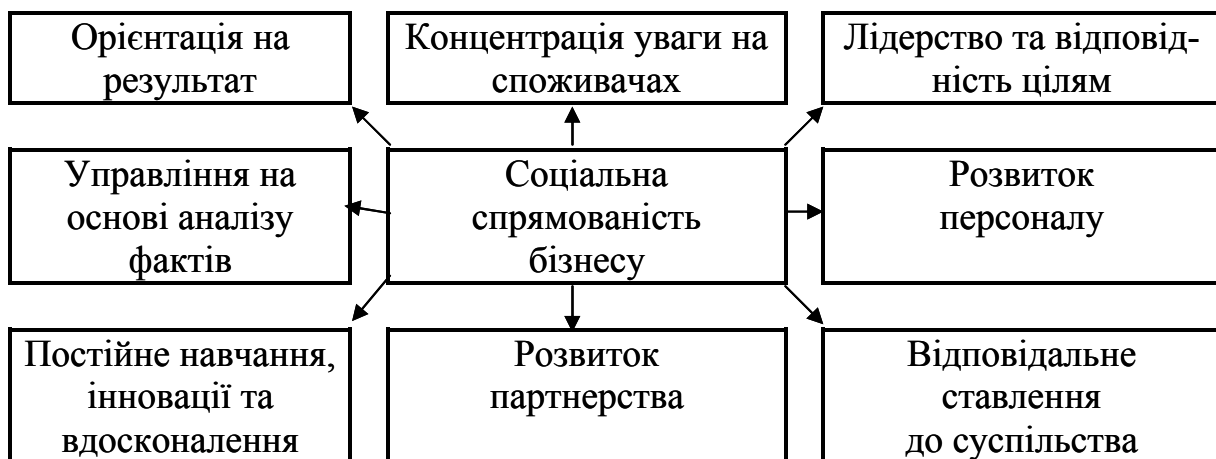


Рисунок 4.1 – Соціальна спрямованість бізнесу

Орієнтація на результат означає, що бізнес повинен бути спрямований на задоволення інтересів всіх зацікавлених сторін: споживачів, постачальників, партнерів, персоналу, власників, кредиторів тощо. Бізнес повинен вивчати, гармонізувати та задовольняти потреби усіх зацікавлених сторін.

Концентрація уваги на споживачах означає, що бізнес повинен постійно проводити аналіз задоволення потреб споживачами, залучати їх до співпраці, налагоджувати довгострокові ділові стосунки.

Лідерство та відповідність цілям полягає у створенні бізнесом такого внутрішнього середовища, при якому забезпечується єдність та чіткість цілей бізнесу, коли наголос у діяльності робиться не на примусі, а на переконанні, роз'ясненні, заохоченні.

Управління на основі аналізу фактів означає, що рішення у бізнесі приймаються на підставі надійної інформації, яка надходить від споживачів, партнерів, інших зацікавлених сторін.

Розвиток персоналу передбачає, що працівники розглядаються не як пасивні виконавці, а як творча сила, яка активно впливає на роботу підприємства.

Постійне навчання, інновації та вдосконалення виявляються у тому, що бізнес створює умови для постійного навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів, їх заохочення до впровадження нововведень, удосконалень тощо.

Відповідальне ставлення до суспільства передбачає, що бізнес займається діяльністю, яка є корисною для суспільства, збігається з його цінностями та цілями.

Розвиток партнерства передбачає встановлення взаємовигідних зв'язків з партнерами, які базуються на довірі, обміні знаннями тощо.

Проблеми для України.

1. Потрібно подолати традиційну ментальність нашого народу, яка полягає у тому, що більшість населення все ще вважає, що блага повинні бути дані їм “зверху” – гарним царем, владою, президентом тощо. Для розвинутих країн давно вже зрозуміло, що всі блага повинні бути зароблені людиною своєю власною працею або власним бізнесом.

2. Потрібно „перебороти” поверхове розуміння бізнесом своєї ролі в економічній системі країни. Деякі бізнесмени вважають, що достатньо сплатити податки і на цьому їх місія завершується. Сьогодні цього вже замало. Потрібно пам’ятати, що бізнес – це не тільки (і не стільки) задоволення. Бізнес сьогодні – це висока соціальна відповідальність бізнесменів за результати власної діяльності, висока якість продукції, пристойна заробітна плата працівників, повна сплата податків, захист довкілля і т. ін.

3. Потрібно враховувати, що український бізнес у багатьох випадках вийшов із нелегального бізнесу, який існував в адміністративно-командній економіці і перейняв, на превеликий жаль, багато негативних рис цього бізнесу: роботу за „поняттями”, “відкати”, шахрайство, обман, невиконання домовленостей і т. ін. Всі ці явища вкрай негативно впливають на формування цивілізованого бізнесу в країні.

В результаті, сьогодні в Україні ще не вдалося створити таке соціально-психологічне середовище, яке б сприяло розвитку бізнесу. При цьому потрібно пам’ятати, що реформування соціально-психологічного середовища – найскладніша задача, яку потрібно вирішити. Свідомість, традиції, психологія людей є найбільш інерційними елементами, які найгірше піддаються перебудові.

Запитання для самоконтролю

1. Назвіть основні передумови, необхідні для формування в країні цивілізованого бізнесу.
2. Дайте означення поняття „економічна свобода”.
3. Поясніть, чому приватна власність є матеріальною основою економічної свободи людини.
4. Охарактеризуйте сутність економічних передумов формування в країні цивілізованого бізнесу. Проблеми для України.
5. Охарактеризуйте сутність юридичних передумов формування в країні цивілізованого бізнесу. Проблеми для України.
6. Охарактеризуйте сутність соціально-психологічних передумов формування в країні цивілізованого бізнесу. Проблеми для України.
7. Як ви розумієте вислів „соціальна спрямованість бізнесу”. На яких положення вона базується?
8. Як ви розумієте вислів „соціальна активність бізнесу”?

4.2 Державне регулювання бізнесу та підприємництва

Державне регулювання бізнесу та підприємництва – це система заходів, які вживає держава з метою забезпечення сприятливих умов для функціонування бізнесу та підприємництва, вирішення певних суспільних проблем, надання бізнесу цивілізованих рис тощо. Важливою задачею державного регулювання є збільшення позитивного та зменшення негативного впливу бізнесу на суспільство.

В наш час загально визнаним є твердження, що державне регулювання бізнесу та підприємництва – це об'єктивна потреба суспільства. Ця потреба зумовлена необхідністю:

- розв'язання протиріч у бізнесі цивілізованим шляхом;
- забезпечення розвитку новаторства, підприємницької ініціативи тощо;
- гарантування соціального захисту найманих працівників;
- стимулювання розвитку виробництва, науково-технічного прогресу;
- забезпечення захисту довкілля;
- вирішення соціальних питань;
- забезпечення справедливого розподілу доходів,
- запобігання економічним кризам;
- забезпечення охорони праці на виробництві;
- запобігання неправомірному зростанню цін і т. ін.

Державне регулювання підприємництва здійснюється за основними напрямками, наведеними на рис. 4.2.



Рисунок 4.2 – Напрями державного регулювання бізнесу та підприємництва

Створення нормативної бази передбачає розробку нормативних документів, за допомогою яких можна було б здійснювати регулювання бізнесу та підприємництва. Нормативні документи регулювання підприємницької діяльності поділяються:

- за силою впливу;

- за масштабами охоплення суб'єктів підприємництва.

За силою впливу нормативні документи поділяються на закони України, Постанови Верховної Ради України, Постанови Кабінету Міністрів України, накази, інструкції, правила, що їх приймають міністерства та відомства, місцеві органи влади.

Закони вступають в дію через 10 днів після їх опублікування в офіційних друкованих виданнях: "Відомостях Верховної Ради України", газетах "Голос України", "Урядовий кур'єр".

Постанови Кабінету Міністрів України вступають в дію з моменту прийняття. Накази, інструкції, правила, положення, що їх видають уповноважені державні органи, вступають в дію через 10 днів після їх реєстрації в Міністерстві юстиції України.

За масштабами охоплення всі нормативні акти поділяються на такі, що діють одночасно на всіх суб'єктів підприємництва (наприклад, питання сплати податків, регулювання часу роботи та відпочинку, визначення мінімальної величини оплати праці); на групу підприємців (наприклад, особливості роботи підприємців у вільних економічних зонах); і, що буває дуже рідко, на конкретного суб'єкта (наприклад, прийняття закону України „Про стимулювання виробництва автомобілів в Україні», згідно з яким корпорації Daewoo були надані певні пільги).

Держава надає бізнесменам значні права для здійснення підприємницької діяльності. Серед них:

а) право на вільне укладання будь-яких договорів, контрактів без їх нотаріального підтвердження (за винятком договорів купівлі-продажу нерухомості). Цим самим держава гарантує всім підприємцям право вільно вибирати вид діяльності, наймати робочу силу, визначати ціни на власну продукцію і т. ін.;

б) право на користування державною системою соціального страхування і соціального забезпечення за умов сплати внесків до державних фондів соціального страхування;

в) право на захист прав, майна та ділової репутації у судовому порядку;

г) право на захист від недобросовісної конкуренції, в тому числі від дискримінаційних дій з боку держави. До таких дій відносяться:

- заборона або обмеження створення нових підприємств, виробництва певних видів продукції тощо;

- примушення суб'єктів підприємництва до укладання тих чи інших договорів;

- заборона на реалізацію товарів в інших регіонах країни.

Якщо в результаті зазначених дій бізнесмену були нанесені певні збитки, то він може звернутися до суду з вимогою відшкодування державою понесених матеріальних та моральних збитків.

Всі бізнесмени мають право на комерційну таємницю.

Під комерційною таємницею розуміють відомості виробничого, фінансового та іншого характеру, розголошення яких може нанести шкоду інтересам бізнесмена. Зміст відомостей, які складають комерційну таємницю, визначається керівником підприємства або його власником.

Разом з тим, Кабінет Міністрів України Постановою від 9 серпня 1993 року за № 611 визначив перелік відомостей, які не можуть бути комерційною таємницею ні за яких обставин. Це такі відомості, як:

- зміст установчих документів і ліцензій;
- зміст документів за всіма видами державної звітності;
- документи, що свідчать про сплату податків та обов'язкових платежів;
- відомості про кількість працюючих, їх склад, заробітну плату в цілому, кількість вільних робочих місць;
- інформація про стан забруднення навколишнього середовища;
- документи про платоспроможність підприємства;
- документи про участь посадових осіб у підприємницьких структурах (кооперативах, малих підприємствах тощо) та інше.

На практиці багато підприємців для збереження комерційної таємниці укладають з найманими працівниками при їх прийомі на роботу *договори про нерозголошення комерційної таємниці*.

Держава накладає на підприємців певні обов'язки та визначає їх відповідальність за порушення цих обов'язків. Так, підприємці повинні:

- а) дотримуватись прийнятих нормативних актів: законів, постанов, наказів, стандартів, інструкцій, правил тощо;
- б) виконувати рішення судових органів. При цьому потрібно пам'ятати, що рішення судів вступають в законну силу після того, як закінчився термін подання касаційних скарг, а рішення господарських судів – в момент прийняття;
- в) повністю та у певний строк сплачувати всі податки та обов'язкові платежі;
- г) виконувати умови укладених договорів з поставок продукції, виконання обумовлених робіт тощо;
- д) не порушувати нормальну роботу інших суб'єктів бізнесу;
- е) забезпечувати своїм робітникам соціальні, трудові, медичні та інші гарантії, визначені державою;

ж) надавати державним органам необхідні документи для перевірки і ревізії (в межах їх компетенції), допускати посадових осіб і перевіряючих до обстеження приміщень (в межах їх компетенцій);

з) подавати до державних податкових інспекцій та інших уповноважених органів декларації про сплату податків, бухгалтерську звітність та інші документи, пов'язані з обчисленням і сплатою податків та зборів, тощо.

За порушення обов'язків держава накладає на бізнесменів певну відповідальність, яка може бути фінансовою, адміністративною чи кримінальною.

Фінансова відповідальність накладається на суб'єктів підприємництва–юридичних осіб у вигляді сплати штрафу, неустойки або пені.

Штраф накладається уповноваженими державними органами за порушення чинного законодавства, несплату податків та платежів до фондів соціального страхування і т. ін. Величина штрафу визначена в Законах України та в Цивільному кодексі України.

Неустойка – це фіксована сума грошей (або процент від невиконаних зобов'язань), яку виробник (постачальник) повинен сплатити покупцю у випадку невиконання взятих на себе зобов'язань (наприклад, при затримці у постачанні продукції і под.). Величина неустойки обумовлюється сторонами заздалегідь залежно від можливої величини втрат, яких може зазнати покупець у випадку невиконання виробником (постачальником) продукції своїх зобов'язань.

Пеня – це певна сума грошей, яку сплачує покупець за несвоєчасне виконання грошових зобов'язань перед постачальником продукції або державою. Розмір пені обумовлюється сторонами або встановлюється державою і не може перевищувати подвійну облікову ставку Національного банку України. Зазвичай пеня нараховується з наступного дня від невиконання грошових зобов'язань покупцем. Строк нарахування пені обмежений строком давності, який складає три роки.

Адміністративна відповідальність у вигляді сплати штрафу накладається безпосередньо на посадових осіб підприємств та на фізичних осіб-підприємців за скоєні правопорушення. Адміністративне правопорушення – це протиправна (свідома або необережна) дія (або бездія), яка посягає на встановлений в Україні порядок.

Адміністративний штраф може бути накладений не пізніше 2-х місяців з дня скоєння правопорушення, а при тривалому правопорушенні – не пізніше 2-х місяців з дня виявлення. Величина штрафів визначена в Кодексі України про адміністративні правопорушення та в інших Законах України.

Всі адміністративні штрафи сплачуються фізичними особами добровільно. У випадку, коли особа не сплатила штраф або не бажає це робити з різних причин (наприклад, через незгоду), орган, який наклав цей штраф, повинен звернутися з відповідним позовом до суду.

За грубе порушення законодавства на посадових осіб та фізичних осіб-підприємців може накладатися *кримінальна відповідальність*. Наприклад, фіктивне підприємництво карається штрафом від 300 до 500 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або обмеженням свободи на строк до 3-х років.

Складовою частиною державного регулювання бізнесу та підприємництва є створення так званої інфраструктури бізнесу.

Інфраструктура бізнесу – це низка інституцій, які організують, контролюють бізнес, налагоджують ділові відносини між суб'єктами бізнесу тощо. Детальніше про інфраструктуру бізнесу дивися в темі 5.

І нарешті, суттєвою частиною регулювання бізнесу є *державна підтримка підприємництва*. Україна як держава бере на себе зобов'язання підтримувати розвиток підприємництва шляхом:

- удосконалення нормативно-правової бази (наприклад, зниження ставок податків, захист інвестицій);
- надання суб'єктам підприємництва кредитної підтримки за виконання робіт в інтересах держави (наприклад, за виготовлення певної продукції);
- надання підприємцям (в межах законодавства) земельних ділянок, майна, необхідних для здійснення підприємницької діяльності,
- інформаційного обслуговування підприємництва, підготовки та перепідготовки кадрів, здатних ефективно господарювати в ринкових умовах;
- стимулювання різноманітної інноваційної, інвестиційної діяльності, освоєння нових видів продукції тощо.

Запитання для самоконтролю

1. Сутність та мета державного регулювання підприємницької діяльності.
2. Наведіть чинники, які доводять необхідність регулювання розвитку бізнесу та підприємництва державою.
3. Основні напрями державного регулювання бізнесу та підприємництва.
4. Охарактеризуйте основні права, надані підприємцям державою.
5. Дайте означення та охарактеризуйте поняття „комерційна таємниця”.
6. Назвіть основні обов'язки підприємців.
7. Назвіть основні види відповідальності суб'єктів підприємництва, посадових осіб підприємств та фізичних осіб-підприємців.
8. Основні напрями підтримки розвитку бізнесу та підприємництва з боку держави.

4.3 Подолання „тіньового” бізнесу

Тіньовий бізнес – це сфера ділової активності, яка уникає державного контролю і сплати податків. Зрозуміло, що забезпечити стовідсотковий контроль з боку держави за діловими відносинами між бізнесменами неможливо, але зменшувати розміри тіньового бізнесу держава повинна, оскільки тіньовий бізнес негативно впливає на економіку будь-якої країни.

Так, тіньовий бізнес:

- приховує реальні масштаби економіки, темпи її зростання, тенденції, що врешті-решт призводить до прийняття хибних рішень на макrorівні;
- спотворює інформацію про рівень життя людей, соціальну структуру суспільства, рух матеріальних і фінансових потоків тощо, що призводить до прийняття хибних рішень на мікрорівні;
- сприяє криміналізації економіки, зростанню корупції, підкупу працівників правоохоронних органів, зростанню злочинності тощо.

Корупція – це неправильне, протизаконне, всупереч моралі (а часто, і всупереч закону) використання влади в особистих інтересах.

Тіньовий бізнес може існувати в різних формах. Так, є:

- неофіційний бізнес, тобто такий, який не врахований офіційною статистикою;
- фіктивний, який існує тільки на папері (наприклад, внесення в реєстри неіснуючих підприємств тощо);
- підпільний, тобто бізнес, заборонений законом. Це: торгівля наркотиками, зброєю тощо.

Подолати тіньовий бізнес повністю неможливо, але зменшити його негативний вплив на суспільство потрібно і необхідно. Адже вже при досягненні рівня тіньового бізнесу у 30...35% від валового внутрішнього продукту в країні починають загострюватись соціальні та економічні проблеми (наприклад, зростає дефіцит державного бюджету) і держава повинна терміново здійснювати рішучі заходи щодо зменшення негативного впливу тіньового бізнесу на суспільство.

Існування тіньового бізнесу пояснюється об'єктивними та суб'єктивними причинами. До *об'єктивних* причин належать:

- відсутність належних економічних, юридичних, соціально-психологічних передумов для розвитку бізнесу;
- недосконалість функціонування існуючої інфраструктури бізнесу, особливо кредитної, податкової, митної систем і т. ін.;
- відсутність у суспільстві демократичних традицій, корумпованість державної влади тощо.

До суб'єктивних причин існування тіньового бізнесу належать:

- помилки в регулюванні бізнесу з боку держави;
- низький рівень особистої культури бізнесменів, відсутність у них необхідних знань для ведення бізнесових справ;
- „зрощення” бізнесу та влади, що відкриває певним суб'єктам бізнесу необмежений доступ до державних ресурсів, отримання кредитів тощо;
- стійкі традиції ведення нецивілізованих форм бізнесу в суспільстві, від яких ніхто не відмовляється, хоча всі їх засуджують.

Способи боротьби з тіньовим бізнесом поділяються на загальні та спеціальні. *Загальні способи* – це створення необхідних економічних, юридичних, соціально-психологічних передумов, удосконалення інфраструктури бізнесу, демократизація суспільства, навчання широких верств населення правилам ведення бізнесу тощо.

Спеціальні способи – це вдосконалення системи обліку матеріальних та фінансових цінностей; розвиток банківської системи, введення банківських пластикових карток при здійсненні розрахунків; посилення боротьби з корупцією; більш широке застосування реєстраторів розрахункових операцій; удосконалення податкового законодавства; посилення відповідальності бізнесменів за несплату податків і приховування доходів; подання декларацій державними службовцями про отримані доходи та доходи їх рідних тощо.

Багато фахівців вважають, що рішучим кроком у боротьбі з тіньовим бізнесом може стати легалізація тіньових капіталів. Тобто, накопичені нечесним шляхом гроші повинні бути визнані і залучені в оборот, щоб працювати на економіку України.

В Україні, яка встала на шлях ринкових перетворень тільки на початку 90-х років ХХ сторіччя, питання мінімізації тіньового бізнесу є дуже актуальним. Справа у тому, що через низку об'єктивних та суб'єктивних причин в Україні набули свого розмаху нечувані для більшості країн світу види та форми тіньового бізнесу, а саме:

- значні масштаби тіньового бізнесу (до 60% валового внутрішнього продукту країни), який охоплює до того ж практично всі види діяльності, в той час, як в інших країнах тіньовий бізнес пов'язаний переважно з виробництвом і торгівлею наркотиками, зброєю тощо;
- висока корумпованість влади і суспільства, що пояснюється тим, що серйозним бізнесом в Україні найперше почали займатися представники влади, тобто ті, хто мав у своєму розпорядженні заводи, фабрики, землі тощо. Іншими словами, чиновники почали використовувати владу для того, щоб розвивати свій бізнес;

- висока криміналізація бізнесу. І це теж зрозуміло. Бізнесом почала займатися не тільки влада, але й „кримінал”, який мав певний досвід у цьому й охоче йшов на ризик;

- розвиток нетрадиційних форм тіньового бізнесу, які не характерні для світу, а саме: організація „фіктивних” фірм з метою „відмивання” готівки; влаштування „вікон” на кордоні для завезення товарів без їх митного оформлення; розробка спеціальних схем „відмивання грошей”; створення системи перекачування бюджетних грошей у приватні руки тощо.

В результаті, бізнес в Україні ще не привів до значного зростання економіки і до якісного підвищення добробуту населення.

Український бізнес сьогодні – це продукт, який утворився від взаємодії двох протилежних епох: командної державної економіки з притаманними для неї примусовими методами регулювання та вільної ринкової економіки, яка тільки народжується і для якої характерні такі риси, як свобода підприємництва, ініціатива, творчий пошук.

Треба враховувати також історичний шлях розвитку України, яка тривалий час не мала своєї державності, та менталітет нації, який сформувався під впливом багатьох несприятливих обставин. Спроби ж сліпо копіювати досвід регулювання підприємництва країнами Заходу не завжди приводить до позитивного результату. Необхідне пристосування, адаптація ринкових законів та інституцій до наших умов.

Якщо у світі розвиток бізнесу відбувався еволюційно, і держава поступово здійснювала його регулювання залежно від ситуації, що складалася у суспільстві, то в Україні бізнес виник практично одно-моментно шляхом проведення широкомасштабної приватизації великих промислових об’єктів, невеликих об’єктів торгівлі, громадського харчування тощо, і держава не мала досвіду, яким чином здійснювати ефективне регулювання його розвитку.

У наш час в Україні здійснюється комплекс робіт, спрямованих на зменшення масштабів тіньового бізнесу. Тільки позитивний результат у цій роботі може реально дати поштовх формуванню в Україні цивілізованого бізнесу.

Запитання для самоконтролю

1. Тіньовий бізнес: сутність, вплив на економіку країни.
2. Назвіть основні форми тіньового бізнесу та поясніть їх сутність.
3. Назвіть та охарактеризуйте об’єктивні та суб’єктивні причини виникнення та розвитку тіньового бізнесу.
4. Охарактеризуйте сутність загальних та специфічних способів боротьби з тіньовим бізнесом.
5. Назвіть особливості тіньового бізнесу, який сформувався в Україні.

4.4 Боротьба з рейдерством

В усьому світі рейдерство розцінюють як фактор недосконалості політичних та правових структур влади в державі, її чинного законодавства, відсутності належних умов для захисту бізнесу, прав власників і рівноправної конкуренції. І те, що в Україні є таке явище, як рейдерство, ще раз підкреслює глибину системних проблем нашої держави.

Рейдерство в сучасному розумінні – це „знищення” певного суб’єкта бізнесу і перерозподіл його власності та корпоративних прав. Дане явище з’явилося у США в 60–70-х роках ХХ століття.

В Україну рейдерство прийшло на початку 90-х років, коли розпочалася епоха дикого нагромадження первинного капіталу. Рейдерство поділяється на “біле”, “сіре” та “чорне”. “Білі” рейдери діють винятково за законом. Прагнучи захопити привабливий бізнес, “білі” рейдери йдуть на ризиковані, але цілком законні виверти, намагаючись підірвати економічне становище даного суб’єкта бізнесу.

“Сірі” рейдери використовують сумнівні методи, балансуючи на межі законності. “Чорні” рейдери не гребують навіть використанням силових методів, хоча їхні головні інструменти – підкуп чиновників і підробка документів.

Історію українського рейдерства умовно можна поділити на два періоди. Перший – це 90-ті роки ХХ століття, коли привабливі підприємства захоплювалися відверто кримінальним шляхом, досить часто із застосуванням фізичного насильства. Другий період, який розпочався приблизно з 2000 року і триває донині, характеризується напівзаконним захопленням підприємств, більш легальними методами боротьби, а також, що є позитивним, активним протистоянням рейдерству з боку потенційних жертв.

Поширенню рейдерства в Україні сприяє недосконалість чинного корпоративного і кримінального законодавства і судової системи, корумпованість органів державної влади. Про рівень рейдерства в Україні свідчать такі факти: в Україні діє від 35 до 50 професіональних рейдерських груп; рейдерство набуло в Україні системного характеру; кількість захоплень складає до 3000 на рік; результативність рейдерських атак – понад 90%; щорічний обсяг сегмента поглинань і злиттів становить майже 3 млрд. дол. США; середньостатистична норма прибутку рейдера в Україні становить не менше 1000%; українське рейдерство має відчутну кримінальну складову.

Сьогодні ринок рейдерських послуг в Україні складається із безлічі середніх та дрібних юридичних фірм, до структури яких входять:

- відділи збору та аналізу інформації;
- юридичні відділи;
- відділи, що безпосередньо працюють над реалізацією проектів стосовно недружнього поглинання привабливого бізнесу.

Завдання двох перших структур полягає в тому, щоб зібрати якнайбільше інформації компрометувального змісту. Відділи, що безпосередньо працюють над реалізацією проектів з поглинання, опираючись на результати діяльності двох вищевказаних структур, розробляють відповідні програми дій.

Цікаво, що середній вік рейдерів – лише 25 років. Зазвичай рейдер отримує від 20% до 50% вартості проекту. Діє рейдерська структура на основі проектного менеджменту: команду рейдерів та варіанти атаки добирають під кожний конкретний проект.

Світовим лідером законного та ефективного поглинання є компанія Cisco, яка є світовим лідером у галузі мережних технологій, що змінюють способи спілкування, зв'язку та співпраці людей. За останні 10 років Cisco приєднала (вважай захопила) близько 100 компаній.

Методологія проведення рейдерських операцій (або атак) має такий вигляд (рис. 4.3):

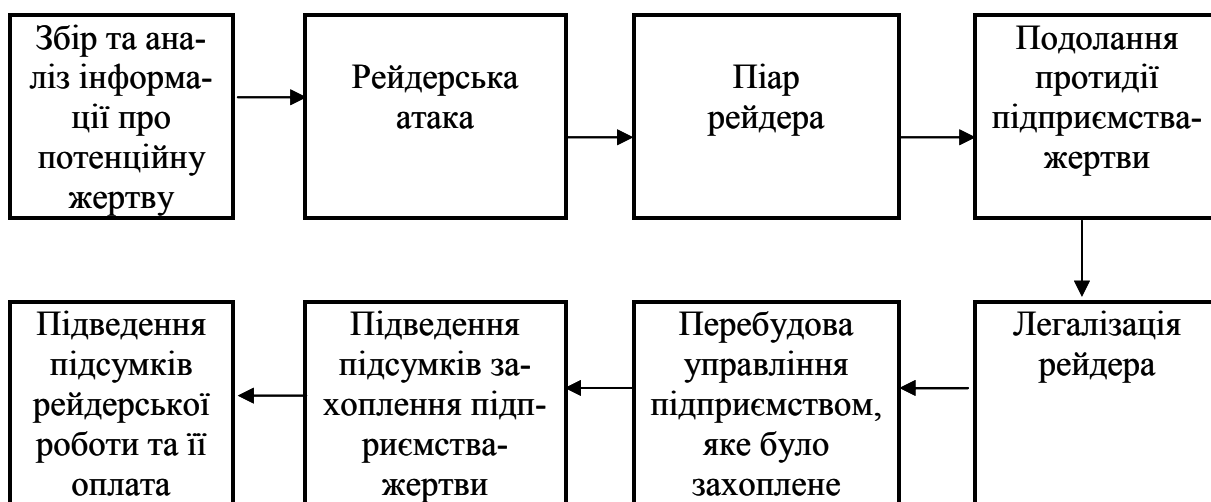


Рисунок 4.3 – Етапи проведення рейдерських операцій

Найпростішими методами протистояння рейдерству є:

- концентрація акціонерного капіталу або викуп частки в учасників, які не беруть участі в діяльності підприємства;
- постійний моніторинг змін у складі акціонерів;

- контрольне скуповування акцій і додаткова емісія;
- визначення правового статусу власності підприємства, здійснення переоцінки майна;
- недопущення виникнення та прострочення кредиторської заборгованості;
- підвищення культури суб'єктів господарювання (прозорі конкурентні відносини, підтримання ділової репутації тощо);
- використання в службі економічної безпеки підприємства способів і методів конкурентної розвідки;
- залучення громадськості й засобів масової інформації до боротьби з рейдерством тощо.

На сьогодні в Україні створена й діє певна система органів з протидії рейдерству. До них належать:

- а) Громадська організація “Антирейдерський Союз підприємців України”;
- б) Український Національний комітет Міжнародної Торгової палати;
- в) Міжвідомча комісія з питань протидії протиправному поглинанню та захопленню підприємств при Кабінеті Міністрів України, до складу якої входять представники МВС України, СБУ, міністерства юстиції, Генпрокуратури, Фонду державного майна України та ін.);
- г) Бюро протидії комерційним злочинам та рейдерству, яке співпрацює з міжнародними організаціями у боротьбі з рейдерством;
- д) робочі групи з питань протидії протиправному поглинанню та захопленню підприємств при облдержадміністраціях.

Слід наголосити, що боротьба з рейдерством буде ефективною і матиме комплексний характер тільки в разі докорінної перебудови системи відповідальності за замовлення, організацію та вчинення неправомірних дій, які мають ознаки рейдерства; впровадження міжнародних стандартів боротьби з протиправними поглинаннями; активна участь громадськості і ЗМІ у вирішенні даної проблеми.

Запитання для самоконтролю

1. Сутність рейдерства та причини його виникнення.
2. Особливості рейдерства в Україні.
3. Назвіть основні етапи проведення рейдерських операцій та наведіть їх характеристику.
4. Охарактеризуйте ринок рейдерських послуг в Україні.
5. Назвіть основні методи та способи протидії рейдерству та наведіть їх характеристику.

6. Які організації в Україні займаються питаннями протидії протиправному поглинанню та захопленню підприємств?

7. Що являють собою фірми, які здійснюють рейдерські операції, якою є їх структура та функції?

8. Етапи розвитку рейдерства в Україні та їх зміст.

ТЕМА 5 ІНФРАСТРУКТУРА БІЗНЕСУ

Основні питання теми:

5.1 Інституції, що регулюють грошово-кредитні відносини.

5.2 Інституції, що регулюють фінансово-бюджетні відносини.

5.3 Інституції, що сприяють розвитку бізнесу.

5.4 Інституції, що захищають громадян.

Поняття „інфраструктура” означає основу, фундамент, внутрішню будову системи. *Інфраструктура бізнесу* – це низка інституцій, які організують, контролюють бізнес, налагоджують ділові відносини між суб'єктами бізнесу тощо.

Інфраструктура бізнесу виконує ряд функцій, а саме:

- налагодження між суб'єктами бізнесу ділових відносин;
- підвищення оперативності, інформованості та ефективності діяльності суб'єктів бізнесу;
- налагодження юридичного, економічного, державного та суспільного контролю за діяльністю суб'єктів бізнесу тощо.

В країнах з розвинутою ринковою економікою створена низка державних та суспільних інституцій, які регулюють та контролюють розвиток бізнесу. Умовно їх можна розділити на інституції, які:

- регулюють грошово-кредитні відносини;
- регулюють бюджетні відносини;
- стимулюють розвиток бізнесу;
- захищають найманих працівників.

Такий поділ є дещо умовним, оскільки інституції, що складають інфраструктуру бізнесу, виконують одночасно декілька функцій.

5.1 Інституції, що регулюють грошово-кредитні відносини

До інституцій, що входять до інфраструктури бізнесу і регулюють грошово-кредитні відносини, належать:

- емісійна система та емісійні банки (або банк);
- кредитна система та комерційні банки.

Призначення *емісійної системи* – забезпечити стабільність національної грошової одиниці (гривні) та стабільність грошового обігу в країні (щоб дати змогу бізнесменам планувати свій бізнес); регулювати обсяг загальної маси грошей, що знаходяться в обігу; контролювати роботу комерційних банків тощо.

В Україні виконання вищезазначених задач покладено на Національний банк України, який діє згідно із Законом України „Про Національний банк України” від 20 травня 1999 р.

Значним досягненням емісійної системи в Україні стало уведення в обіг з 2 вересня 1996 року національної валюти – гривні. Курс гривні до долара США був визначений у співвідношенні $1\$ = 1,76$ грн. В подальшому курс гривні, на жаль, постійно змінювався, що створювало певні складнощі для бізнесу при здійсненні експортно-імпорتنих та інших операцій. У 2005 році офіційний курс гривні коливався в межах $1\$ = (5,05...5,30)$ грн, а у 2013 році – $1\$ \approx 8,00$ грн.

Одним із завдань Національного банку України є регулювання грошових агрегатів M0, M1, M2 та M3 та грошової бази.

Грошові агрегати — види грошей та грошових засобів, які відрізняються своєю ліквідністю, тобто можливістю швидкого перетворення в готівку.

Грошовий агрегат M0 означає готівку (банкноти та монети) в обігу. Грошовий агрегат M1 складається із агрегату M0 плюс банківські вклади до запитання. Грошовий агрегат M2 складається із агрегату M1 плюс строкові і заощаджувальні вклади в комерційних банках. Грошовий агрегат M3 (або грошова маса) складається з грошового агрегату M2 плюс депозитні сертифікати та ощадні вклади в інших спеціалізованих кредитних установах тощо.

Грошова база – сукупність готівкових коштів, випущених в обіг Національним банком України, коштів обов'язкових резервів, коштів на кореспондентських рахунках комерційних банків у Національному банку України. Іншими словами – це сукупність зобов'язань Національного банку України в національній валюті, що забезпечують зростання грошових агрегатів та кредитування економіки. Грошова база не є грошовим агрегатом, а використовується Національним банком України як один із основних показників грошово-кредитної політики.

Динаміка зміни основних грошових агрегатів та грошової бази в Україні показана на рис. 5.1. Аналіз динаміки показує, що всі зазначені грошові агрегати зростають більшими темпами, ніж зростає величина валового внутрішнього продукту країни. Це є негативною тенденцією, яка свідчить про наявність в Україні значних інфляційних процесів.

Призначення *кредитної системи та комерційних банків* – кредитувати підприємницьку діяльність, здійснювати розрахунки між суб'єктами бізнесу, акумулювати вільні грошові кошти населення та юридичних осіб, надавати суб'єктам бізнесу різні консультаційні послуги тощо. Основою кредитної системи є комерційні банки. Комерційні банки діють на основі Закону України „Про банки і банківську діяльність” від 7 грудня 2000 р.

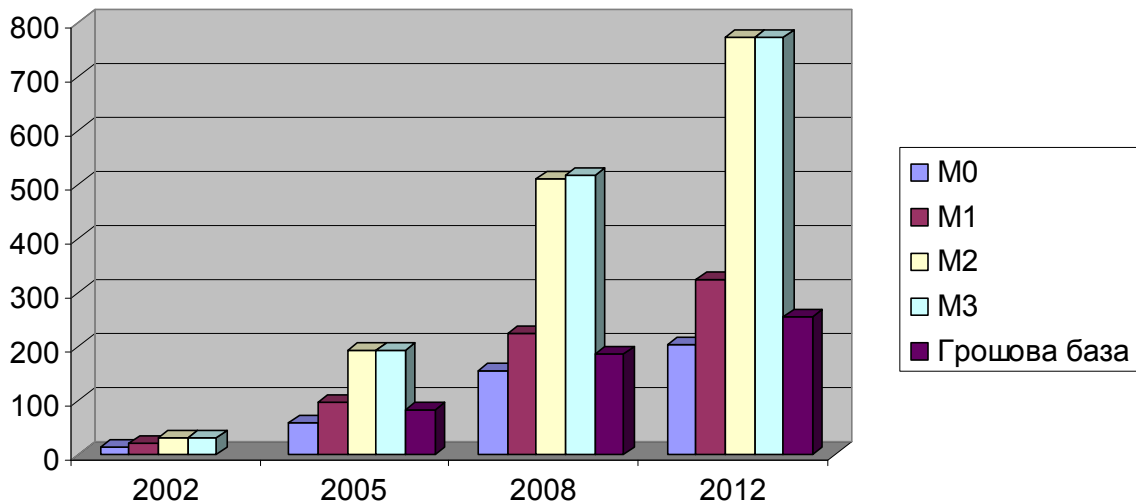


Рисунок 5.1 – Грошові агрегати, млрд. грн (на кінець року)

Станом на 1 травня 2013 року в Україні було зареєстровано 177 комерційних банків, з них 21 комерційний банк знаходився у стадії ліквідації. Загальна величина активів всіх комерційних банків України перевищила 1,16 трлн. грн, з них тільки 150 млрд. грн становив власний капітал банків. 175 комерційних банків мали ліцензії НБУ на здійснення банківських операцій, з них – 53 банки з іноземним капіталом, у тому числі 22 комерційних банки із 100% іноземним капіталом. Найбільший статутний капітал мали такі комерційні банки, як „ПриватБанк”, Публічне акціонерне товариство „Державний експортно-імпорتنний банк”, Публічне акціонерне товариство „Державний ощадний банк України”, „Райффазен Банк Аваль”, „УкрСиббанк” та інші.

Запитання для самоконтролю

1. Дайте означення поняття „інфраструктура бізнесу”. Які функції виконує ця інфраструктура?
2. Які інституції регулюють грошово-кредитні відносини?
3. Охарактеризуйте сутність та значення для розвитку бізнесу емісійної системи та емісійних банків.
4. Що означають грошові агрегати M0, M1, M2 та M3? Хто здійснює регулювання цих агрегатів?

5.2 Інституції, що регулюють фінансово-бюджетні відносини

До інституцій, що входять до інфраструктури бізнесу і регулюють фінансово-бюджетні відносини, належать:

- бюджетна система та бюджети різних рівнів;
- податкова система та податкові інспекції;
- митна система, митниці та митний тариф.

Призначення *бюджетної системи та бюджетів* – забезпечити надходження та витрачання коштів із бюджетів різних рівнів для створення нормальних умов функціонування держави та її інституцій: армії, уряду, освіти, науки, медицини, соціальної сфери, місцевих органів влади тощо. Бюджетні відносини в Україні регулюються „Бюджетним кодексом України” від 8 липня 2010 р.

Для бізнесу участь у бюджетних відносинах є дуже важливою, оскільки бюджетні кошти у багатьох випадках є джерелом розвитку самого бізнесу. Ці кошти бізнес може отримати шляхом участі в тендерних операціях, які проводять органи державної та місцевої влади.

Призначення *податкової системи та податкових інспекцій* – організація збору податків з суб'єктів бізнесу і населення та їх спрямування до бюджетів всіх рівнів; забезпечення перерозподілу доходів; здійснення державного контролю за правильним обчисленням податків; організація повернення недосплачених податків тощо.

Податки – це обов'язкові платежі, що стягуються державою із суб'єктів бізнесу і фізичних осіб. Податки виконують такі функції:

а) *фіскальну* – організація надходження грошових коштів до бюджетів різних рівнів;

б) *розподільну* – перерозподіл доходів суб'єктів бізнесу та фізичних осіб відповідно до прийнятих у суспільстві критеріїв доцільності і соціальної справедливості;

в) *регулювальну* – регулювання особистих, колективних, суспільних інтересів, взаємовідносин держави з різними секторами економіки, виробництва, освіти, культури тощо.

Створюючи в країні податкову систему, потрібно дотримуватись загального правила, яке ще в 1748 році сформулював французький філософ Шарль Луї Монтеск'є в книзі „Про дух законів”. Він писав: „Загальне правило: чим більша свобода підданих, тим більше можна справляти з них податків; чим більше рабство, тим більше доводиться знижувати їх платежі. Так воно завжди було, і так завжди буде”.

Функціонування податкової системи в Україні регулюється „Податковим кодексом України” від 3 грудня 2010 р.

Призначення *митної системи* – забезпечити захист інтересів національних суб'єктів бізнесу – виробників продукції та країни в цілому – в питаннях експорту-імпорту продукції, а також гарантувати надходження коштів до державного бюджету країни згідно з установленими митними тарифами.

Митний тариф України — систематизований перелік ставок ввізного мита, яке справляється з товарів, що ввозяться на митну територію України.

Митна система в Україні діє на підставі „Митного кодексу України” від 13 березня 2012 року, який визначає засади організації та здійснення митної справи в Україні.

З метою забезпечення формування єдиної державної податкової та державної митної політики в частині адміністрування податків, зборів та митних платежів 24 грудня 2012 року Державна податкова служба та Державна митна служба України були об’єднані, в результаті чого було утворено Міністерство доходів і зборів України. На новостворене міністерство було також покладено функцію з адміністрування єдиного внеску на загальнообов’язкове державне соціальне страхування.

Запитання для самоконтролю

1. Які інституції інфраструктури бізнесу регулюють фінансово-бюджетні відносини?
2. Охарактеризуйте сутність та значення для розвитку бізнесу бюджетної системи і бюджетів різних рівнів.
3. Охарактеризуйте сутність та значення для розвитку бізнесу податкової системи і податкових інспекцій.
4. Які функції виконують податки в ринковій економіці?
5. Яке значення для розвитку бізнесу має митна система?
6. Що являє собою митний тариф України?

5.3 Інституції, що сприяють розвитку бізнесу

До інституцій, що входять до інфраструктури бізнесу і сприяють розвитку бізнесу та підприємництва, належать:

- система товарних, фондових та валютних бірж;
- ринок цінних паперів;
- інститути спільного інвестування;
- система захисту конкуренції й обмеження монополізму;
- система страхування бізнесу і страхові компанії;
- система консалтингу і консалтингові фірми (компанії);
- система аудиту й аудиторські фірми (компанії);
- рекламні агенції;
- система нормативного регулювання підприємництва;
- система державних та приватних фондів підтримки підприємництва та інше.

Призначення *товарних, фондових та валютних бірж* – надавати суб’єктам бізнесу кваліфіковані послуги та створювати організаційні умови для купівлі-продажу матеріалів, сировини, товарів, акцій, валюти тощо в значних розмірах. Діяльність бірж в Україні регулюється Законом України „Про товарну біржу” від 10 грудня 1991 р. та Зако-

ном України “Про цінні папери та фондовий ринок” від 23 лютого 2006 р.

В наш час у світі функціонує близько 50 провідних товарних та 200 фондових бірж, на яких укладається переважна більшість угод. Тут здійснюється не тільки покупка-продаж товарів, акцій, валюти в значних розмірах, але й формуються світові ціни, здійснюється страхування підприємницької діяльності тощо.

Станом на 1.01.2013 року в Україні було офіційно зареєстровано 574 біржі (з них 400 – товарних, 108 – універсальних, 24 – агропромислових, 42– інші), а також 18 – фондових, в той час, як станом на 1.01.1992 року таких бірж налічувалось всього 66 (з них 22 – універсальні, 28 - товарних, 4 – агропромислові, 10 – інші) та 2 – фондові.

Призначення *ринку цінних паперів* – створити умови для акумулювання вільних грошових коштів населення та юридичних осіб, забезпечити перелив капіталів в прибутковій сфері виробництва тощо.

Основні цінні папери, які обертаються в Україні: акції, облигації, векселі, казначейські зобов’язання, банківські та інвестиційні сертифікати, чеки тощо. Кожен із цих цінних паперів виконує на ринку свої специфічні функції.

Регулювання ринку цінних паперів в Україні здійснюється відповідно до Закону України „Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні” від 30 жовтня 1996 р.

Державне регулювання ринку цінних паперів здійснюється з метою:

- реалізації єдиної державної політики у сфері випуску та обігу цінних паперів та їх похідних;
- створення умов для ефективною мобілізації та розміщення учасниками ринку цінних паперів фінансових ресурсів з урахуванням інтересів суспільства;
- одержання учасниками ринку цінних паперів інформації про умови випуску та обігу цінних паперів, обсяги і характер угод з цінними паперами та іншої інформації, що впливає на формування цін на ринку цінних паперів;
- забезпечення рівних можливостей для доступу емітентів, інвесторів і посередників на ринок цінних паперів;
- гарантування прав власності на цінні папери;
- захисту прав учасників фондового ринку;
- інтеграції в європейський та світовий фондові ринки;
- дотримання учасниками ринку цінних паперів вимог актів законодавства;

- запобігання монополізації та створення умов розвитку добросовісної конкуренції на ринку цінних паперів;

- контролю за прозорістю та відкритістю ринку цінних паперів.

Для регулювання цього ринку в Україні створена Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку.

Призначення *інститутів спільного інвестування* – створити дієву та надійну систему надання суб'єктам бізнесу та населенню кваліфікованих послуг в питаннях розміщення вільних грошових коштів в цінні папери різних акціонерних товариств і комерційних банків.

Інститути спільного інвестування діють в Україні відповідно до Закону України „Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)” від 15.03.2001 р.

Інститути спільного інвестування – це суб'єкти, діяльність яких пов'язана із залученням грошових коштів інвесторів з метою отримання прибутку від їх вкладення у цінні папери інших емітентів, корпоративні права та нерухомість.

Управління активами інститутів спільного інвестування здійснюють спеціалізовані компанії з управління активами. Компанії з управління активами здійснюють професійну діяльність на фінансовому ринку на підставі отриманих від держави ліцензій.

Інститути спільного інвестування бувають 2-х видів: корпоративні інвестиційні фонди та пайові інвестиційні фонди.

Корпоративні інвестиційні фонди створюються у формі публічного акціонерного товариства і можуть випускати один вид цінних паперів – акції. Отримані від інвесторів гроші фонд вкладає в акції інших емітентів з метою отримання прибутку.

Пайові інвестиційні фонди належать інвесторам на правах спільної власності. Вони створюються компанією з управління активами шляхом придбання інвесторами випущених нею інвестиційних сертифікатів. Пайові інвестиційні фонди не мають статусу юридичної особи.

Учасники корпоративного інвестиційного фонду є співвласниками фонду, оскільки вони купують акції фонду, а учасники пайового корпоративного фонду є кредиторами фонду, оскільки вони купують інвестиційні сертифікати фонду.

Контроль за діяльністю даних фондів здійснює Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг України.

До інститутів спільного інвестування належать так звані трастові компанії. *Трастові компанії* здійснюють представницькі функції, тобто розміщують вільні кошти суб'єктів бізнесу та населення в цінні папери інших суб'єктів бізнесу, отримуючи за це комісійні. Ця опера-

ція здійснюється на основі договорів, що їх укладають трастові компанії з власниками вільних коштів.

Призначення *системи захисту конкуренції й обмеження монополізму* – підтримувати в економіці певний рівень конкуренції між суб'єктами бізнесу (оскільки конкуренція є внутрішнім двигуном розвитку виробництва, торгівлі, науково-технічного прогресу); не допускати зловживань з боку монополій; стимулювати розвиток малого та середнього бізнесу тощо. Виконання даного завдання покладається на Антимонопольний комітет України.

Діяльність даного комітету здійснюється на основі Закону України „Про захист економічної конкуренції” від 11 січня 2001 р., Закону України „Про захист від недобросовісної конкуренції” від 7 червня 1996 року, Закону України „Про антимонопольний комітет України” від 26 листопада 1993 р.

Призначення *системи страхування бізнесу та страхових компаній* – забезпечити страхування суб'єктів бізнесу від виробничого, комерційного, фінансового та інших видів ризику за умов нестабільності та невизначеності ситуацій, що складаються на ринках.

Страхування – це система економічних відносин, в які вступають страховики (страхові компанії) та суб'єкти бізнесу (страхувальники) з метою створення спеціального фонду, який за певних умов може бути використаний страховиком для покриття непередбачених втрат суб'єктів бізнесу.

Страхування бізнесу з'явилося декілька століть тому назад. Так, всесвітньо відома страхова компанія „Ллойдс” – найкрупніша та найстаріша в світі, виникла в Англії 350 років по тому. В даний час „Ллойдс” об'єднує приватні страхові компанії (33,5 тис. членів), які персонально відповідають за будь-які страхові операції. Система державного страхування виникла в Німеччині наприкінці XIX сторіччя.

В Україні система страхування бізнесу тільки створюється. Порядок страхування, умови забезпечення платоспроможності страховиків і державний контроль за їх діяльністю закріплені в Законі України „Про страхування” від 7 березня 1996 р.

Призначення *системи консалтингу* – створити в країні ефективну систему надання суб'єктам бізнесу кваліфікованих консультацій з питань економічної діяльності, маркетингу, менеджменту, фінансів, юридичних питань тощо. В Україні консалтинг повинен у найближчі роки стати одним із перспективних видів бізнесу.

Консалтингові фірми (компанії) – це організації, що надають суб'єктам бізнесу консультаційні послуги: юридичні, фінансові, економічні, з митного оформлення вантажів, з дослідження ринку, з розро-

бки техніко-економічних обґрунтувань створення спільних підприємств, з розробки експортної стратегії, проведення комплексу маркетингових досліджень та інше.

Сутність консалтингу полягає у поєднанні фахової та підприємницької діяльності. Це суто ринкове явище, найбільш відчутними рисами якого є комерційна основа надання різних послуг та реальна мотивація клієнта на одержання цих послуг.

В Україні на даний час консалтингова діяльність окремим законодавчим актом ще не врегульована.

Призначення *системи аудиту* – створити ефективну систему надання суб'єктам бізнесу, які цього забажають або за наявності інших умов, кваліфікованих платних послуг з перевірки правильності ведення бухгалтерського обліку та сплати податків.

Аудиторські фірми (компанії) – це незалежні організації, які здійснюють за ініціативою самих суб'єктів бізнесу (або за рішенням органів державної влади) перевірку стану фінансово-господарської діяльності цих суб'єктів бізнесу. Результати перевірки в багатьох випадках є професійною таємницею і не підлягають розголошенню. У ряді випадків навпаки, результати аудиторських перевірок обов'язково публікуються у відкритому друці і є важливим елементом для ствердження позитивного іміджу суб'єкта бізнесу.

В Україні цей вид діяльності регулюється Законом України „Про аудиторську діяльність” від 22 квітня 1993 р.

Призначення *реklamних агенцій* – формування у потенційних споживачів попиту на певний товар або послугу. Сьогодні всі спеціалісти в галузі маркетингу стверджують, що продати новий товар без реклами практично неможливо.

Рекламні агенції – це суб'єкти, які надають клієнтам послуги в галузі реклами та маркетингу і отримують за це компенсацію у вигляді комісійних від засобів розповсюдження реклами або гонорарів від рекламодавців у наперед обумовленому розмірі. Засобами розповсюдження реклами можуть виступати газети, журнали, бюлетені, радіо, телебачення, кіно, фото, звукозапис, білборди та інші.

Білборди прийшли до нас з Америки, де рекламу на щитах розміром 3×6 м почали використовувати ще в 30-х роках ХХ століття. Білборди є масовим рекламним носієм і використовуються для реклами широкого кола товарів і послуг, розрахованих на основну масу споживачів. Рекламна кампанія на білбордах помітна та агресивна. Не випадково білборди часто використовуються в політичній рекламі лідерів і партій, оскільки широко охоплюють їх електорат.

Рекламний бізнес працює в Україні на основі Закону України “Про рекламу” в редакції від 11 липня 2003 р.

Система нормативного регулювання підприємництва представлена організаціями та установами, які розробляють, вивчають, аналізують, удосконалюють нормативні акти, що регламентують розвиток підприємництва. Основною ланкою цієї системи є Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємства (Держпідприємство України).

Держпідприємство України забезпечує реалізацію державної політики у сфері розвитку підприємництва, забезпечує нагляд (контроль) за суб'єктами бізнесу у сфері господарської діяльності, займається удосконаленням дозвільної системи та ліцензування у сфері підприємницької діяльності тощо.

Призначення *системи державних та приватних фондів підтримки підприємництва* полягає у тому, що на спеціальних рахунках комерційних банків, які належать відповідним фондам, акумулюються кошти для підтримки підприємства.

Джерелом утворення фондів можуть бути як обов'язкові платежі, так і добровільні внески громадян та суб'єктів бізнесу. Управління фондами здійснюють їх засновники.

Станом на 1.01.2013 р. в Україні діяло 242 фонди підтримки підприємства. Найвідомішим вважається Український фонд підтримки підприємства, який є державною неприбутковою організацією і який за державні кошти впроваджує затверджені урядом заходи та програми, спрямовані на забезпечення для суб'єктів малого і середнього бізнесу можливості отримати необхідну консультаційну та фінансово-кредитну підтримку.

В регіонах України також створені відповідні фонди підтримки підприємства. Зокрема, у м. Вінниці діють 14 таких фондів, серед них: Вінницький обласний фонд підтримки підприємства (вул. Соборна, 72, оф. 209), Регіональний фонд підтримки підприємства по Вінницькій області (вул. Соборна, 85) та ін.

Запитання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте сутність та значення для розвитку бізнесу системи товарних, фондових та валютних бірж.
2. Назвіть основні види цінних паперів, які функціонують в Україні. Яке значення мають цінні папери для розвитку бізнесу?
3. Що являють собою трастові компанії?
4. Яке значення для розвитку бізнесу мають інститути спільного інвестування? Поясніть відмінності між корпоративним інвестиційним фондом та пайовим інвестиційним фондом.

5. Яке значення для розвитку бізнесу має система захисту конкуренції і обмеження монополізму?
6. Яке значення для розвитку бізнесу мають система страхування бізнесу і страхові компанії?
7. Яке значення для розвитку бізнесу мають система консалтингу і консалтингові фірми (компанії)?
8. Яке значення для розвитку бізнесу мають система аудиту і аудиторські компанії?
9. Яке значення для розвитку бізнесу мають рекламні агенції?
10. Яке значення для розвитку бізнесу має система державних та приватних фондів?
11. Назвіть відомі вам фонди, які функціонують в Україні. Які задачі стоять перед цими фондами?

5.4 Інституції, що захищають громадян

До основних інституцій, що входять до інфраструктури бізнесу і захищають громадян, належать:

- система регулювання зайнятості та служби зайнятості;
- система професійної підготовки та перепідготовки кадрів;
- система соціального захисту громадян;
- професійні спілки.

Призначення *системи регулювання зайнятості* – забезпечити ефективний пошук та використання трудових ресурсів відповідно до вимог виробництва та запитів бізнесменів.

В Україні державна політика зайнятості населення базується на принципах:

- пріоритетності забезпечення повної, продуктивної та вільно обраної зайнятості населення;
- відповідальності держави за формування та реалізацію політики у сфері зайнятості населення;
- забезпечення рівних можливостей населення у реалізації конституційного права на працю;
- сприяння ефективному використанню трудового потенціалу та забезпечення соціального захисту населення від безробіття.

Реалізація державної політики у сфері зайнятості населення покладається на Державну службу зайнятості України, яка діє на основі Закону України „Про зайнятість населення” від 5.07.2012 р.

Державна служба зайнятості виконує такі функції:

- інформує населення про стан ринку праці, наявність вільних робочих місць;
- консультує громадян з питань працевлаштування;

- веде облік громадян, що звернулися з питань працевлаштування;
- реєструє безробітних та сплачує їм соціальну допомогу;
- направляє громадян на професійну підготовку та перепідготовку тощо.

Призначення *системи професійної підготовки та перепідготовки кадрів* – створити гнучку, ефективну систему підготовки та перепідготовки кадрів, яка б відповідала вимогам та потребам ринку.

Система підготовки та перепідготовки кадрів охоплює університети, академії, інститути, коледжі, різні школи тощо, де усі бажаючі за власні кошти (або за кошти зацікавлених осіб) мають змогу отримати певну спеціальність або підвищити свою кваліфікацію за існуючою спеціальністю.

Специфічними формами підготовки бізнесменів та менеджерів є школи бізнесу, бізнес-інкубатори, тренінги тощо.

Найбільш відомі школи бізнесу – школа ділової активності Гарвардського університету (Гарвардська школа бізнесу), Слоуновська школа ділового адміністрування та інші. Серед відомих в Україні центрів підготовки бізнесменів та управлінських кадрів можна назвати Міжнародний інститут менеджменту (МІМ-Київ), Український інститут розвитку фондового ринку при Київському національному економічному університеті (УІРФР) та інші.

Бізнес-інкубатори з'явилися на початку 80-х років ХХ сторіччя у США як спосіб зменшити кількість банкрутств малих підприємств шляхом надання їм фінансової та інформаційної підтримки. Бізнес-інкубатор – це спеціалізована організація (або підрозділ великої компанії), яка призначена для створення локального підприємницького середовища, характерного для малих підприємств або впровадження інноваційних проектів. Оплата послуг в бізнес-інкубаторі складає від 10% до 100 % їх вартості залежно від виду бізнесу та інших факторів.

Станом на 1.01.2013 року в Україні діяло 76 бізнес-інкубаторів, з них у Вінницькій області – 3.

Певну допомогу у вивченні основ бізнесу надають семінари і тренінги з бізнесу. Їх проводять навчальні заклади, які залучають до викладання власних викладачів; спеціально створені навчальні центри, які залучають до викладання відомих вчених, бізнесменів, а також незалежні бізнес-тренери, які мають власну справу або реально реалізовані програми та проекти.

Тренінг – це інтенсивне навчання з 6-12 особами, яке спрямоване на розвиток професійно-ділових та психологічних рис, необхідних для ведення бізнесу. Мета тренінгу – отримати теоретичні знання та

опанувати конкретні практичні навички, необхідні для підприємницької діяльності.

Бізнес-підготовка потребує застосування спеціальних прийомів та форм навчання, відмінних від традиційних. Серед них: поставлення перед слухачами незрозумілих та заплутаних запитань; формулювання завдань-сюрпризів; видача слухачам нереальних завдань (тобто задається такий обсяг матеріалу, вивчити який неможливо); створення нестандартної життєвої ситуації; заниження оцінки, яка виставляється слухачу за виконану роботу; провокаційна поведінка керівника тощо.

Все це повинно якомога ближче наблизити навчання слухачів до реальних ситуацій, які постійно виникають в діяльності бізнесмена.

Призначення *системи соціального захисту громадян* – забезпечити державну підтримку тих верств населення, які можуть зазнавати негативного впливу ринкових процесів, з метою забезпечення відповідного рівня їхнього життя.

Система соціального захисту передбачає:

- надання правової, фінансової, матеріальної допомоги окремим громадянам (найбільш вразливим верствам населення), а також створення соціальних гарантій для економічно активної частини населення;

- розробку комплексу законодавчо закріплених гарантій, що протидіють дестабілізуючим життєвим факторам (інфляції, спаду виробництва, економічній кризі, безробіттю тощо).

Основні складові системи соціального захисту:

- встановлення допустимих параметрів життя (розміру прожиткового мінімуму, мінімальної пенсії, соціальної допомоги);

- захист населення від зростання цін і товарного дефіциту для гарантованого забезпечення прожиткового мінімуму громадянам;

- вирішення проблеми безробіття і забезпечення ефективної зайнятості, перепідготовка кадрів;

- пенсійне забезпечення (людей похилого віку, інвалідів, сімей, що втратили годувальника);

- утримання дитячих будинків, інтернатів, будинків для людей похилого віку тощо;

- соціальні трансферти (допомога з безробіття, одноразові чи щомісячні виплати на дітей, з материнства, з хвороби та інших причин, житлові субсидії тощо);

- соціальне страхування (система часткового або повного фінансового відшкодування фізичним особам певних життєвих ризиків тощо).

Для реалізації цих завдань в Україні створені і успішно працюють 4 загальнодержавні цільові обов'язкові соціальні фонди:

- Пенсійний фонд України;
- Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань;
- Фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття;
- Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності.

Зазначені фонди формуються із обов'язкових внесків юридичних осіб та громадян, які працюють за наймом. Так, юридичні особи здійснюють нарахування на заробітну плату працівників (так званий єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування) у розмірі 36,3–49,7% від її величини і цю суму перераховують до Пенсійного фонду України. Окрім того, із заробітної плати кожного працюючого робляться відрахування у розмірі 2,6–3,6% від її величини, які також перераховуються до Пенсійного фонду України. Отримані Пенсійним фондом України кошти перерозподіляються між іншими фондами за встановленими нормативами.

Призначення *професійних спілок* – забезпечувати захист законних інтересів найманих працівників в їх взаємовідносинах з роботодавцями, бізнесменами та державою. Професійні спілки виступають за налагодження соціального партнерства найманих працівників з роботодавцями та державою. Профспілки мають можливість захищати права найманих робітників шляхом організації в межах чинного законодавства мітингів, страйків, інших заходів соціального протесту.

Професійні спілки діють на основі Закону України „Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності” від 15.09.1999 р.

Запитання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте сутність та значення для розвитку бізнесу системи регулювання зайнятості.
2. Охарактеризуйте принципи державної політики України у сфері зайнятості населення.
3. Які функції виконує Державна служба зайнятості України?
4. Охарактеризуйте сутність та значення для розвитку бізнесу системи підготовки та перепідготовки кадрів.
5. Що являють собою школи бізнесу, бізнес-інкубатори, тренінги тощо?
6. Яким чином здійснюється в Україні соціальний захист громадян?
7. Назвіть основні фонди соціального захисту населення, що діють в Україні, та поясніть їх призначення.
8. Назвіть джерела формування фондів соціального захисту.
9. Поясніть, у чому полягає роль професійних спілок за сучасних умов.

ТЕМА 6 СУБ'ЄКТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО БІЗНЕСУ

Основні питання теми:

6.1 Класифікація суб'єктів підприємницького бізнесу.

6.2 Малий бізнес: сутність, значення.

6.3 Підприємство як основна форма господарювання.

6.4 Господарські товариства.

6.1 Класифікація суб'єктів підприємницького бізнесу

Суб'єктами підприємницького бізнесу є особи, які мають право приймати рішення в сфері підприємництва, впливаючи тим самим на стан ринку. Суб'єктів підприємницького бізнесу можна класифікувати за якісними та кількісними ознаками (рис. 6.1).

Якісні ознаки	Кількісні ознаки
Форма реєстрації Організаційно-правова форма господарювання Найменування Форма власності Спосіб утворення	Кількість працюючих Обсяг виробництва Величина прибутку

Рисунок 6.1 – Класифікація суб'єктів підприємницького бізнесу

За формою реєстрації всі суб'єкти підприємницького бізнесу (підприємницької діяльності) поділяються на:

- суб'єктів підприємницької діяльності–юридичних осіб;
- фізичних осіб–підприємців;
- суб'єктів підприємницької діяльності без права юридичної особи.

Основною формою реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності є *юридична особа*. Цій формі притаманні такі ознаки:

- заснування згідно з чинним законодавством;
- наявність найменування та назви;
- наявність знака для товарів та послуг;
- організаційна єдність (загальне керівництво, чітка система підпорядкування, єдиний трудовий колектив);
- володіння певним майном;
- наявність печаток, рахунків в комерційних банках;
- складання самотійного балансу;

- право укласти угоди, подавати позови до суду, виступати відповідачем у судах тощо;
- самостійна майнова та фінансова відповідальність;
- сплата всіх видів податків у повному обсязі.

Суб'єкти підприємницької діяльності–юридичні особи можуть створювати будь-які філії, представництва, відділення, які є суб'єктами підприємництва без права юридичної особи, без їх реєстрації в державних органах влади.

Філія, відділення – це складові частини юридичної особи, які знаходяться віддалено від цієї особи та виконують частину її виробничих, торговельних та інших функцій. *Представництва* – це складові юридичної особи, які створюються у віддалених регіонах і виконують переважно представницькі та юридичні дії, до яких належать: укладання угод, сплата податків і т. ін.

Філії, представництва та відділення працюють на підставі положень, які затверджуються юридичною особою, що їх створила. Юридична особа передає цим структурам стільки прав, скільки це потрібно для здійснення підприємницької діяльності.

Фізична особа–підприємець має практично ті ж ознаки, що й юридична особа, за деяким винятком. Фізична особа–підприємець не має найменування, назви та організаційної єдності, вона не складає бухгалтерський баланс, практично сплачує тільки один податок – податок на доходи від підприємницької діяльності.

Станом на 01.01.2013 в Україні було офіційно зареєстровано 6704488 суб'єктів господарської діяльності, з них: 1405069 юридичних осіб та 5299419 фізичних осіб-підприємців (табл. 6.1).

Таблиця 6.1 – Основні показники стану державної реєстрації суб'єктів господарської діяльності в Україні за 2008 -2012 роки

Показники (на кінець року)	2008	2010	2011	2012
Загальна кількість зареєстрованих суб'єктів господарської діяльності, у тому числі:	5715779	6270107	6499970	6704488
- кількість зареєстрованих юридичних осіб	1204526	1303360	1357922	1405069
- кількість зареєстрованих фізичних осіб – підприємців	4510608	4966747	5142048	5299419

За організаційно-правовою формою всі суб'єкти підприємництва поділяються на 43 форми господарювання, визначені законодавством. Організаційно-правові форми господарювання відображають внутрі-

шні, змістовні процеси, які відбуваються в суб'єкті підприємницької діяльності, а саме: визначають права, обов'язки та відповідальність засновників бізнесу (власників), процедуру створення та ліквідації суб'єкта підприємництва, порядок розподілу прибутків та відшкодування збитків тощо.

За найменуванням всі суб'єкти підприємницької діяльності поділяються на заводи, фабрики, ательє, майстерні, магазини, видавництва, агентства, бюро, салони, фермерські господарства тощо. Найменування суб'єкта підприємництва повинно відповідати тому виду діяльності, який є характерним для даного виду бізнесу.

Наприклад, термін “завод” використовується тоді, коли виготовляються засоби виробництва; термін “фабрика” – коли виготовляються товари народного споживання: взуття, одяг тощо; термін “ательє” – коли надаються певні послуги; термін “магазин” – коли здійснюється роздрібна торгівля товарами народного споживання та продуктами харчування.

Досить часто для означення суб'єктів підприємництва використовується термін „фірма”. Початково термін „фірма” означав „торгове ім'я” комерсанта. Сьогодні „фірма” – це узагальнений термін, який використовується тоді, коли бізнес є відомим, має власне ім'я, об'єднує декілька підприємств і под. Наприклад, вислів „Фірма „Славутич” означає, що, з одного боку, це відомий товарний знак, а з іншого боку, це виробництво, яке має у своєму складі окремі заводи, магазини, представництва тощо. В українському законодавстві поняття „фірма” відсутнє.

За формою власності підприємництво буває приватним, колективним, державним, комунальним, спільним. Приватним підприємництвом займаються юридичні особи та фізичні особи-підприємці. Колективне підприємництво здійснюється шляхом об'єднання коштів і зусиль окремих людей та/або юридичних осіб. Державне підприємництво здійснюють структури, основані на державній власності. Комунальним підприємництвом займаються структури, основані на комунальній власності.

Спільне підприємництво здійснюється суб'єктами, які об'єднали майно та кошти, що мають різну національну належність. Спільне підприємництво може здійснюватись двома шляхами:

- шляхом створення нової юридичної особи (з участю іноземного капіталу);
- шляхом підписання договору про спільну діяльність без створення юридичної особи.

Договір про спільну діяльність укладається між сторонами, які зобов'язуються діяти спільно для досягнення поставленої мети. Ведення спільних справ учасників договору про спільну діяльність здійснюється за згодою сторін. Поширеною є практика, коли ведення справ покладається на одного із учасників, який діє на підставі довіреності, підписаної іншими учасниками.

Для досягнення спільної мети учасники можуть робити внески грошима чи іншим майном або трудовою участю. Після цього учасник договору про спільну діяльність вже не має права розпоряджатися своєю часткою без згоди інших учасників.

Прибутки, отримані учасниками договору про спільну діяльність, розподіляються згідно з умовами договору. Якщо були отримані збитки, то вони покриваються за рахунок спільного майна. А якщо цих сум не вистачає, то сума збитків розподіляється між учасниками пропорційно їх внескам у спільне майно.

За способом утворення суб'єкти підприємницької діяльності бувають унітарні та корпоративні. Унітарні – створюються одним засновником (власником), корпоративні – створюються 2-ма або більше засновниками (власниками) на основі об'єднання майна та підприємницьких зусиль.

За розміром підприємництва (або кількістю працюючих та обсягом продукції, що випускається), суб'єкти підприємництва поділяються на суб'єкти великого, середнього та малого бізнесу.

За українським законодавством:

- *малими* визнаються ті суб'єкти бізнесу, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний рік не перевищує 50 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції не перевищує сум, еквівалентних 500 тисяч євро за середньорічним курсом Національного банку України;

- *великими* визнаються ті суб'єкти бізнесу, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний рік перевищує 1000 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції перевищує суми, еквівалентні 5 млн євро за середньорічним курсом Національного банку України;

- *середніми* визнаються всі інші суб'єкти підприємницької діяльності.

Станом на 01.01.2012 р. в структурі вітчизняного підприємництва за розміром підприємства частка малих підприємств становила 93,7 %, середніх – 5,7% та великих – 0,6%.

Запитання для самоконтролю

1. За якими ознаками можна класифікувати суб'єктів підприємницької діяльності?
2. Зробіть порівняльний аналіз понять „юридична особа” та „фізична особа-підприємець”. Назвіть їх ознаки.
3. Дайте характеристику такого поняття, як „суб'єкт підприємницької діяльності без права юридичної особи”. Назвіть ознаки даного суб'єкта.
4. Дайте означення понять „філія”, „відділення”, „представництво”.
5. Дайте означення поняття „організаційно-правова форма господарювання” суб'єкта підприємницької діяльності.
6. Поясніть, в яких випадках в назві суб'єктів підприємницької діяльності використовуються слова „завод”, „фабрика”, „ательє”, „магазин” тощо.
7. Які суб'єкти підприємницької діяльності відносяться до малих, середніх та великих?
8. Охарактеризуйте сутність приватного, колективного, державного, комунального та спільного підприємництва.
9. Поясніть, яким чином може здійснюватись спільне підприємництво.
10. Охарактеризуйте сутність діяльності та відповідальність суб'єктів підприємництва, які уклали договір про спільну діяльність.

6.2 Малий бізнес: сутність, значення

Існує певна залежність між обсягами виробництва та витратами на виробництво одиниці продукції. При збільшенні обсягу виробництва витрати виробництва на кожну одиницю продукції спочатку скорочуються. При подальшому розширенні виробництва керованість суб'єктом бізнесу погіршується, витрати на управління зростають, що призводить до зростання витрат на виробництво одиниці продукції. Таким чином, теоретично завжди можна визначити оптимальний розмір бізнесу, при якому витрати на виробництво одиниці продукції будуть найменші.

У цьому контексті особливий інтерес викликає *малий бізнес*. Це саме той вид бізнесу, яким може займатися переважна більшість населення.

В Україні до суб'єктів малого бізнесу належать:

- фізичні особи, які в законодавчому порядку визнані підприємцями;
- юридичні особи, в яких середньооблікова чисельність працюючих за календарний рік не перевищує 50 осіб, а обсяг річного валового доходу не перевищує 500 000 євро.

Переваги малого бізнесу загальновідомі. Він: рухомий; гнучкий; ефективний; забезпечує швидку окупність витрат; створює велику кількість робочих місць; відносно безпечний; сприяє формуванню так

званого „середнього” класу – основи стабільності суспільства; підвищує рівень життя широких верств населення.

Малий бізнес зрозумілий людині, оскільки її добробут безпосередньо пов'язаний з працею, стараннями тощо, а все це наочно відображається у малому бізнесі. Малий бізнес може бути заснований практично в усіх галузях виробництва, торгівлі, у сфері послуг тощо.

Згідно із Законом „Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні” від 22.03.2012 року Україна надає суб'єктам малого бізнесу державну підтримку, яка передбачає:

- формування інфраструктури, яка займається підтримкою малого бізнесу, перепідготовкою та підвищенням кваліфікації кадрів;
- фінансово-кредитну підтримку;
- залучення суб'єктів малого бізнесу до виконання науково-технічних і соціально-економічних програм, постачання продукції для державних та регіональних потреб;
- встановлення пільг, спрощеної системи оподаткування, бухгалтерського обліку та звітності тощо.

Так, в Україні для суб'єктів малого підприємництва запроваджено спрощену систему оподаткування (шляхом встановлення з 1 січня 2000 року сплати єдиного податку).

Але при цьому потрібно пам'ятати, що всі ці пільги не поширюються на таких суб'єктів малого бізнесу, як страхові компанії, банки, ломбарди; на тих суб'єктів, які здійснюють обмін іноземної валюти, є виробниками та імпортерами підакцизних товарів, а також на тих суб'єктів бізнесу, у статутному фонді яких частка внесків, що належить юридичним особам – засновникам цих суб'єктів, які не є суб'єктами малого бізнесу, перевищує 25%.

Станом на 01.01.2012 року загальна кількість юридичних та фізичних осіб – суб'єктів малого підприємництва – в розрахунку на 10 тисяч наявного населення України становить 360 одиниць, а у Вінницькій області – 326.

Розвиток малих підприємств (юридичних осіб) характеризується даними, наведеними в таблиці 6.2.

Аналіз даних таблиці 6.2 показує, що в Україні відслідковуються позитивні тенденції в розвитку малого підприємництва, включаючи розвиток малих підприємств, що мають статус юридичних осіб. Так, кількість малих підприємств досягла в 2012 році 70-ти в розрахунку на 10 тисяч наявного населення і збільшилася порівняно з 2000 роком майже у 2 рази. На цих підприємствах нині працює від 23% до 25% всіх найманих працівників країни.

Таблиця 6.2 – Розвиток малих підприємств в Україні (на початок року)

Рік	Кількість малих підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення	Частка найманих працівників на малих підприємствах, у % до їх загальної кількості	Частка обсягу реалізованої продукції малих підприємств, у % до загального обсягу реалізації	Частка прибутку від звичайної діяльності до оподаткування малих підприємств, у % до загального обсягу прибутку	Частка збитків від звичайної діяльності до оподаткування малих підприємств, у % до загального обсягу збитків
2000	44	15,1	8,1	12,9	36,6
2005	63	19,6	5,5	30,6	35,2
2010	63	25,4	14,2	30,8	41,4
2012	70	22,9	12,5	40,5	32,8

Разом з тим, у розвитку малих підприємств в Україні є багато невирішених проблем. Так, малі підприємства дають тільки 12–14 % обсягу реалізованої продукції, значною залишається кількість збиткових малих підприємств.

Разом з тим потрібно зазначити, що розвиток малого підприємництва в будь-якій країні безпосередньо залежить від того, отримує чи ні малий бізнес підтримку від держави та великих підприємств.

Справа у тому, що з розвитком виробництва великі підприємства постійно створювали все нові та нові підрозділи (транспортні, збутові, науково-дослідні, виробничі тощо), що врешті-решт призвело до погіршення керованості підприємств та збільшення витрат на управління. У результаті, ефективність виробництва на великих підприємствах почала падати.

Звідси виникла ідея: „А чому б не відокремити всі ремонтні, транспортні, науково-дослідні, виробничі та інші підрозділи, надавши їм юридичну самостійність. А великі підприємства просто будуть купувати продукцію у малих, вибираючи кращу та витрачаючи при цьому менші кошти”. Адже малі підприємства вирішують технічні проблеми різними способами, і якщо одне мале підприємство піде хибним шляхом, воно просто збанкрутує, але велике підприємство збережеться і вибере найякіснішу продукцію інших малих підприємств.

Тобто з'ясувалось, що конкуренція між великими підприємствами частково переросла в конкуренцію між малими підприємствами, які обслуговують великі. Тому великі підприємства стали *економічно зацікавлені* у розвитку малого бізнесу, бо чим якісніше будуть працю-

вати малі підприємства, чим кращу вони будуть виробляти продукцію, тим більшими будуть конкурентні переваги і великого підприємства. В результаті малі підприємства, отримавши підтримку великих, почали спеціалізовуватись на виробництві окремих високоякісних деталей, вузлів, виробів тощо, впроваджувати найсучасніші досягнення науково-технічного прогресу.

Але для того, щоб створити малі підприємства, потрібні певні витрати. І великі підприємства пішли на це, оскільки створення малих підприємств виявилось вигіднішим, ніж самостійно займатися виробництвом тих чи інших видів продукції. Особливо це стосується підтримки тих малих підприємств, які займалися розробкою ризикованих ідей. Саме такі малі підприємства, яких почали називати *фірми-експлеренти*, отримали суттєву фінансову підтримку від підприємств великого бізнесу.

В Україні малий бізнес ще не набув такого ступеня розвитку, який характерний для розвинутих країн. Одне із пояснень цього полягає у тому, що в Україні великі підприємства практично не вкладають гроші в розвиток малого бізнесу, а фінансові можливості держави ще недостатні для суттєвої підтримки малого бізнесу.

Затитання для самоконтролю

1. Назвіть сутність та переваги малого бізнесу.
2. Хто в Україні належить до суб'єктів малого бізнесу?
3. У чому полягає державна підтримка малого бізнесу в Україні?
4. Поясніть, чому розвиток малого бізнесу був закономірним економічним явищем. Що для цього потрібно зробити в Україні?
5. Які малі підприємства і чому отримали назву „експлеренти”?

6.3 Підприємство як основна форма господарювання

Основною організаційно-правовою формою господарювання суб'єктів підприємництва в Україні є підприємство.

Підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, який здійснює різноманітну виробничу, науково-дослідну, торговельну та іншу діяльність у межах чинного законодавства з метою отримання прибутку. Підприємство має статус юридичної особи, не може мати у своєму складі інших юридичних осіб; діє на основі статуту, має найменування та назву, що дозволяє відрізнити одне підприємство від іншого.

Основні функції, що їх виконують підприємства, є:

- виробничо-технологічні;
- економічні;

- соціальні;
- зовнішньоекономічні та інші.

Виробничо-технологічні функції – це дії, пов’язані із забезпеченням виробничого процесу необхідними засобами виробництва (сировиною, матеріалами, обладнанням), впровадження новітніх технологій і т. ін.

Економічні функції – це управління процесами виробництва та збуту продукції, укладання договорів, наймання працівників, розподіл доходів, ціноутворення, вивчення ринку, розрахунок економічної ефективності виробничої діяльності тощо.

Соціальні функції – це дії, спрямовані на поліпшення умов праці та відпочинку працівників, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, надання допомоги та пільг працівникам і членам їх сімей тощо.

Зовнішньоекономічні функції – дії, пов’язані з участю в міжнародному поділі праці, обміні товарами, послугами, валютою і т.ін.

За способом утворення підприємства поділяються на унітарні та корпоративні. Унітарні – створюються одним засновником (власником), корпоративні – створюються 2-ма або більше засновниками (власниками) на основі об’єднання майна та підприємницьких здібностей.

Основними видами унітарних підприємств є:

- приватні;
- засновані на власності об’єднання громадян;
- комунальні;
- державні;
- зі 100%-ою іноземною власністю.

Основними видами корпоративних підприємств є:

- господарські товариства;
- виробничі кооперативи тощо.

Дочірнє підприємство – це підприємство, у статутному фонді якого є така частка іншого підприємства, за допомогою якої це підприємство може або блокувати прийняття певних рішень, або приймати вигідні для нього рішення без обмежень.

У першому випадку виникає так звана проста залежність, в другому випадку – вирішальна залежність одного підприємства від іншого. У випадку наявності вирішальної залежності між підприємствами установлюються відносини контролю-підпорядкування. Підприємство, яке має контрольну частку в статутному фонді, називається холдинговою компанією, а підпорядковане підприємство – дочірнім.

Всі підприємства працюють на основі таких положень.

1. Підприємства можуть створювати виробничі структурні підрозділи (цехи, дільниці, відділення) та підрозділи апарату управління: відділи, бюро, служби тощо. Функції, права та обов'язки цих структурних підрозділів визначаються в Положеннях, які затверджує керівник підприємства.

2. Підприємства можуть створювати філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи. Ці підрозділи не мають статусу юридичної особи і діють відповідно до Положень, які затверджуються керівником підприємства.

3. Управління підприємствами здійснюється на основі поєднання прав власників майна та участі в управлінні трудового колективу. Тобто, власники здійснюють управління підприємством або безпосередньо, або призначають керівника. З керівником укладається контракт, в якому визначаються строк найму, права, обов'язки, відповідальність керівника, умови матеріального забезпечення, інші умови. Керівник підприємства *без доручення* діє від імені підприємства: підписує договори, представляє інтереси підприємства в органах влади, приймає та звільнює з роботи працівників тощо.

Всі рішення із соціально-економічних питань приймаються керівником за участю трудового колективу або його уповноваженого органу. Тому на підприємствах, де використовується праця найманих працівників, між власниками (керівником) та трудовим колективом обов'язково укладається *колективний договір*, яким регулюються виробничі, трудові та соціальні відносини трудового колективу з керівництвом підприємства. При цьому потрібно користуватися Законом України „Про колективні договори і угоди” від 1 липня 1993 року.

4. Для початку своєї діяльності підприємство повинно мати статутний капітал. *Статутний капітал* – це зафіксована в установчих документах загальна вартість внесків засновників у грошовій формі. Економічний зміст статутного капіталу полягає у захисті інтересів кредиторів, які теоретично можуть задовольняти свої вимоги до підприємства за рахунок його статутного капіталу.

Мінімальна величина статутного капіталу підприємства в деяких випадках може бути обумовлена законом.

Підприємство може збільшувати свій статутний капітал. Рішення про збільшення статутного капіталу повинно бути відображено в статуті з подальшою державною реєстрацією цих змін. В іншому випадку отримані грошові кошти будуть визнані доходами підприємства і будуть підлягати оподаткуванню.

5. Наймані працівники підприємства не несуть відповідальність за результати роботи підприємства, але несуть відповідальність за збитки, спричинені підприємству.

Матеріальна відповідальність накладається на працівника тільки за нанесення прямого дійсного матеріального збитку підприємству внаслідок протиправних дій цього працівника. Тобто, не можна накласти матеріальну відповідальність за збитки, спричинені наявністю нормального підприємницького ризику, наприклад, за не продаж товару, за недоотримання запланованого прибутку тощо, а також за збитки, спричинені працівником, який знаходився в стані крайньої необхідності.

6. Підприємства на добровільних засадах мають право входити в різні об'єднання, а також виходити з них на умовах і в порядку, визначеному договірними документами або законодавством, якщо воно регулює ці відносини.

6.3.1 Приватні підприємства

Приватні підприємства створюються за рішенням однієї фізичної особи або суб'єкта господарювання–юридичної особи з приватною формою власності.

Ознаки приватних підприємств.

1. Засновником може бути будь-яка людина, яка визнана правоздатною та цивільноздатною (або дієздатною). *Правоздатність* – це здатність людини мати цивільні права та нести обов'язки. Правоздатність настає в момент народження та закінчується в момент смерті людини. Цивільноздатність – це здатність людини своїми діями набувати певних цивільних прав, створювати для себе цивільні обов'язки та виконувати їх. Повна дієздатність людини настає з 18-річного віку. Займатися підприємництвом можуть особи, які мають обмежену дієздатність, тобто з 16-річного віку, але при наявності письмової згоди батьків або опікунів.

Засновником приватного підприємства може бути інший суб'єкт господарювання–юридична особа з приватною формою власності. Якщо засновник один, то маємо унітарне приватне підприємство, якщо засновників два та більше – корпоративне приватне підприємство.

2. Установчими документами є: установчий акт (тобто рішення про створення), статут (для унітарного підприємства); статут та засновницький договір (для корпоративного підприємства).

3. Джерела формування статутного капіталу: кошти засновників. Вимог до величини статутного капіталу немає, хоча його величину потрібно обов'язково зазначити в статуті.

4. Засновник підприємства є власником майна, прибутку та продукції підприємства (для унітарного підприємства). Якщо засновників декілька, то ці питання вирішуються в засновницькому договорі. У разі смерті засновника всі його права, майно і обов'язки переходять до спадкоємців.

5. За результати роботи підприємства засновники (власники) несуть повну матеріальну відповідальність всім своїм майном, включаючи й особисте, на яке може бути накладено стягнення.

6. Засновник отримує право управляти підприємством, наймати робочу силу тощо. При бажанні він може доручити управління своїм підприємством найманому менеджеру, якому за контрактом передає певні права та накладає відповідні обов'язки. Якщо засновників декілька, то ці питання вирішуються в засновницькому договорі.

6.3.2 Підприємства об'єднання громадян

Об'єднанням громадян є добровільне громадське формування, створене для спільної реалізації громадянами своїх прав і свобод. Об'єднання громадян повинно бути зареєстровано в Міністерстві юстиції України або в місцевих органах виконавчої влади.

Всі об'єднання громадян, окрім політичних партій, для виконання статутних цілей мають право створювати підприємства, які носять назву „підприємства об'єднання громадян”.

Ознаки підприємств об'єднання громадян.

1. Засновник: керівний орган громадської організації.

2. Установчі документи: установчий акт (рішення про створення), статут.

3. Джерела формування статутного капіталу: кошти та майно громадської організації. Величина статутного капіталу законодавчо не обумовлена.

4. Майно, продукція, прибуток є власністю громадської організації. Трудовий колектив такого підприємства отримує право господарського відання, тобто право користуватись та розпоряджатись майном, продукцією і прибутком підприємства (в обумовлених межах). Кожен окремий працівник не є власником майна, продукції та прибутку такого підприємства.

Розподіл прибутку, який залишається після сплати податків, здійснюється керівництвом підприємства з урахуванням рішень керівного органу громадської організації.

5. Відповідальність за результати роботи підприємства несе само підприємство всім своїм майном. При необхідності громадська організація може покривати збитки цього підприємства додатковими внесками, сплатою боргів тощо.

6. Управління підприємством здійснює керівник, який призначається керівним органом громадської організації. Цей орган може доручити самому трудовому колективу підприємства обрати собі керівника.

6.3.3 Комунальні підприємства, засновані на власності територіальної громади

Мета створення таких підприємств – задоволення життєво важливих потреб населення даного регіону. Це можуть бути підприємства переробної промисловості, служби побуту, трамвайно-тролейбусні управління тощо.

Ознаки комунальних підприємств.

1. Засновник: керівний орган місцевого самоврядування.

2. Установчі документи: установчий акт (рішення про створення), статут. В найменуванні підприємства обов'язково повинно бути вказано “комунальне підприємство”.

3. Джерела формування статутного капіталу: кошти і майно місцевого бюджету та інші кошти територіальної громади. Величина статутного капіталу законодавчо не обумовлена.

Інші особливості роботи комунальних підприємств збігаються з тими, що характерні для підприємств об'єднання громадян (див. пп. 6.3.2), за тим винятком, що замість слів “громадська організація” потрібно читати “територіальна громада”.

6.3.4 Державні комерційні підприємства

Мета створення таких підприємств – випуск продукція, яка має важливе значення для всієї країни, її обороноздатності, задоволення першочергових потреб всього населення.

Ознаки державних комерційних підприємств.

1. Засновник: уповноважений орган державної влади.

2. Установчі документи: установчий акт (рішення про створення, постанова, наказ), статут. В найменуванні підприємства обов'язково повинно бути вказано “державне комерційне підприємство”.

3. Джерела формування статутного капіталу: кошти та власність, що є в підпорядкуванні державного органу, який створює підприємство

4. Трудовий колектив отримує право господарського відання майном державного підприємства. При цьому майно, продукція і прибуток підприємства є власністю держави. Розподіл прибутку, який залишається після сплати податків, здійснюється керівництвом підприємства з урахуванням рішень органу державної влади.

Державне комерційне підприємство зобов'язане приймати до виконання державні замовлення та державні завдання і враховувати їх при формуванні виробничої програми. *Державне замовлення* – це контракт між підприємством та державою, в якому визначаються умови та обсяги поставок потрібної продукції, її ціна та інші відносини. *Державне завдання* – це доручення держави з тих чи інших питань.

Прийняття багатьох рішень державним комерційним підприємством (наприклад, списання з балансу основних фондів, застосування прискореної амортизації основних фондів, купівля матеріальних ресурсів на ринку у приватних осіб тощо) повинно бути узгоджено з органом, до сфери управління якого входить дане підприємство.

5. Відповідальність за результати роботи державне комерційне підприємство несе всім своїм майном. В окремих випадках ці збитки можуть бути компенсовані за рахунок органу державної влади.

Всі працівники такого підприємства, включаючи і керівників, несуть матеріальну відповідальність тільки за збитки, спричинені цьому підприємству.

6. Управління підприємством здійснює керівник, який призначається органом, що створив підприємство.

Державні комерційні підприємства можуть бути перетворені в *корпоратизовані підприємства*. В таких підприємствах частина акцій буде належати державі, а частина – іншим акціонерам.

При цьому можуть виникнути такі випадки:

- коли держава буде мати в статутному капіталі менше 50% акцій. В цьому випадку держава діє як звичайний акціонер, бере участь в управлінні, отримує дивіденди тощо;

- коли держава буде мати в статутному капіталі більше 50% акцій. Тоді це підприємство працює, з одного боку, як державне комерційне, виконуючи конкретні завдання держави, а з другого боку, як акціонерне, намагаючись отримати максимальний прибуток від своєї діяльності;

- коли держава буде мати в статутному капіталі 100% акцій. В цьому випадку це буде так звана *публічна корпорація*. Основна задача

створення публічних корпорацій – зберегти державний характер роботи підприємства, але дати йому більші можливості працювати на отримання прибутку.

6.3.5 Державні казенні підприємства

Казенні підприємства створюються там, де законом дозволена діяльність тільки державним підприємствам, де основним споживачем продукції (понад 50%) є держава.

Ознаки державних казенних підприємств.

1. Засновник: Кабінет Міністрів України, який приймає рішення про створення підприємства та визначає орган, якому це підприємство буде підпорядковуватись.

2. Установчі документи: установчий акт – рішення Кабінету Міністрів про створення підприємства, статут. В найменуванні підприємства повинно бути вказано “державне казенне підприємство”.

3. Джерела формування статутного капіталу: кошти державного бюджету та інша державна власність. Величина статутного капіталу законодавчо не обумовлена.

4. Трудовий колектив отримує право господарського відання майном казенного підприємства. При цьому майно, продукція, прибуток є власністю держави. Розподіл прибутку, який залишається після сплати податків, здійснюється керівництвом підприємства з урахуванням рішень органу державної влади.

5. Відповідальність за результати роботи казенне підприємство несе всім своїм майном (коштами), що є в його розпорядженні. При їх нестачі відповідальність за зобов'язаннями казенного підприємства несе орган, до сфери управління якого входить казенне підприємство. Казенне підприємство не відповідає за зобов'язаннями держави.

6. Стратегічне управління казенним підприємством здійснює державний орган управління, до сфери управління якого входить підприємство. Він затверджує статут казенного підприємства, доводить виробничі завдання, здійснює контроль за використанням майна, фінансів, затверджує фонд оплати праці працівників і т. ін.

Оперативне управління казенним підприємством здійснює керівник, який призначається органом державної влади, до сфери управління якого входить дане підприємство. Орган державної влади укладає з призначеним керівником контракт, в якому обумовлюються його права та обов'язки, соціальний захист, гарантії, винагорода тощо.

6.3.6 Орендні підприємства

Орендні підприємства створюються на основі орендного договору між власником цього підприємства (орендодавцем) та будь-якою особою (орендарем), в якому обумовлюються економічні, правові, організаційні та інші умови функціонування такого підприємства.

Орендні підприємства створюються за наявності певних економічних передумов.

По-перше, з одного боку, повинен бути власник, який, в силу певних обставин, бажав би здати своє підприємство в оренду, а з другого боку, повинні бути бажаючі взяти це підприємство в оренду.

По-друге, орендодавець повинен отримувати орендну плату більшу, ніж плата за проценти, які б він міг отримувати за умови продажу свого підприємства та покладення грошей в комерційний банк на депозитний рахунок. У свою чергу, орендар повинен отримувати такий прибуток, щоб з нього він міг сплатити орендну плату та обов'язкові податки і збори, а залишок був би більшим за той, який би залишився у нього у випадку налагодження своєї справи після отримання кредиту в комерційному банку, сплати процентів за цей кредит і обов'язкових податків та зборів.

Ознаки орендних підприємств.

1. Створюються на основі орендного договору і діють протягом певного терміну, визначеного в договорі оренди.
2. Установчі документи: договір оренди, статут.
3. Статутний капітал підприємства: обумовлений в договорі.
4. Права та обов'язки орендодавця та орендаря фіксуються в орендному договорі.

Це – найважливіший момент в створенні орендного підприємства. Справа у тому, що інтереси орендодавця та орендаря протилежні. Орендодавець намагається отримати максимальний дохід на свій капітал, тобто від наявного майна, а орендар намагається отримати максимальний дохід від використання цього майна.

Це протиріччя вирішується за допомогою орендної плати, яку орендар сплачує орендодавцю. Існує дві основні форми сплати орендної плати. Перша – *net rent*, коли орендар сплачує невелику фіксовану орендну плату та всі податки, нараховує амортизацію і т. ін. Друга – *gross rent*, коли орендар сплачує високу орендну плату, а всі витрати: податки і т. ін. орендодавець сплачує сам.

Форма власності орендного підприємства в процесі його діяльності не змінюється. Орендодавець залишається власником свого майна, а орендар зобов'язаний повернути це майно орендодавцю після за-

кінчення терміну оренди у тому вигляді, як це було обумовлено в орендному договорі.

Право власності на продукцію та прибуток орендного підприємства набуває орендар, який розпоряджається ними на свій власний розсуд.

5. Відповідальність за результати роботи орендного підприємства перед іншими суб'єктами бізнесу та перед орендодавцем несе орендар так, як це обумовлено в договорі оренди.

6. Управління орендним підприємством здійснює орендар.

Оренда підприємства може передбачати викуп цього підприємства орендарем після закінчення терміну оренди. У цьому випадку орендар повинен поступово викупати орендне підприємство у власника. Механізм викупу повинен бути обумовлений в договорі оренди.

З 2004 року державна реєстрація орендних підприємств в Україні не проводиться.

6.3.7 Виробничі кооперативи

Виробничі кооперативи створюються тоді, коли переважними в організації бізнесу є трудові зусилля працівників, а не вартість їх майнових внесків.

Принципи діяльності виробничих кооперативів:

- повна добровільність входу та виходу;
- особиста трудова участь, тобто, всі засновники повинні обов'язково працювати на цьому підприємстві;
- демократичний характер управління, рівні права членів виробничого кооперативу при прийнятті рішень за принципом: одна особа – один голос;
- розподіл доходу між членами кооперативу відповідно до їх трудової та майнової участі в діяльності кооперативу.

Ознаки виробничих кооперативів.

1. Засновники: фізичні особи, які досягли 16-річного віку. Кількість членів виробничого кооперативу повинна бути не менше трьох осіб. Для вступу до кооперативу громадянин повинен подати письмову заяву та зробити вступний і пайовий внески.

2. Установчі документи: установчий акт – рішення про створення кооперативу (протокол зборів), засновницький договір, статут. В найменуванні підприємства повинно бути вказано “виробничий кооператив” або “кооперативне підприємство”.

У засновницькому договорі повинен бути ретельно виписаний порядок входу та виходу із кооперативу засновників (учасників) та

рух їх внесків (паїв). При вибутті засновника (учасника) кооперативу йому виплачується величина внесеного та накопиченого паю. У випадку смерті засновника (учасника) пай цієї особи передається спадкоємцю, якщо той забажає працювати на даному підприємстві. Якщо такого бажання у спадкоємця не буде, то спадкоємцю виплачується величина внесеного та накопиченого паю, а сам пай перерозподіляється серед інших учасників кооперативу або передається новоприйнятому працівнику, який повинен викупити цей пай (одразу або на виплату).

3. Джерела формування статутного капіталу: кошти засновників. Величина статутного капіталу законодавчо не обумовлена.

Статутний капітал виробничого кооперативу поділяється на неподільний та пайовий. *Неподільний капітал* складають вступні внески засновників та майно кооперативу (за винятком землі). *Пайовий капітал* складають пайові внески засновників.

4. Продукція, майно і прибуток кооперативу є власністю кооперативу. Але кожний член кооперативу має в цій власності свою частку (пай). І при виході з кооперативу ця частка повертається.

Розподіл прибутку, який залишається після сплати податків, здійснюється серед учасників пропорційно їх трудовій та майновій участі в результатах діяльності кооперативу. Це може бути: величина майнового вкладу, величина отриманої заробітної плати або інший спосіб (наприклад, рівними частками), про що повинно бути зазначено в статуті кооперативу.

5. Всі члени виробничого кооперативу несуть матеріальну відповідальність за результати його роботи за двома напрямками:

- як співвласники вони несуть субсидіарну відповідальність за результати роботи кооперативу у розмірі, не меншому їх пайового внеску, якщо більший розмір відповідальності не передбачено статутом кооперативу (примітка: субсидіарна відповідальність – додаткова цивільно-правова відповідальність за зобов'язанням іншої особи);

- як працівники цього підприємства вони несуть матеріальну відповідальність за збитки, спричинені своєму кооперативу. Відшкодування цих збитків не може бути здійснено за рахунок частки (паю) працівника в статутному капіталі (без його згоди).

6. Всі учасники кооперативу мають право брати участь в управлінні кооперативом шляхом голосування на загальних зборах за принципом: “одна особа – один голос” без врахування величини паю, який вони мають.

Виробничі кооперативи мають дво-, три- або чотирирівневу схему управління. Найповнішою є чотирирівнева схема, яка охоплює:

а) *загальні збори* членів виробничого кооперативу – вищий орган управління. Вирішує питання прийняття статуту кооперативу, виборів керівних органів, визначення стратегії розвитку тощо. Всі рішення приймаються більшістю голосів;

б) *спостережна рада* – може створюватись в кооперативах з кількістю членів більше 50-ти. Склад спостережної ради – 3-5 осіб.

Спостережна рада визначає обов'язки Голови правління, здійснює пошук джерел фінансування, партнерів для укладення договорів купівлі-продажу тощо;

в) *правління кооперативу* – створюється тоді, коли кількість членів кооперативу перевищує 10 осіб. Правління здійснює поточне керівництво діяльністю кооперативу. Правління очолює Голова, який обирається загальними зборами членів кооперативу таємним голосуванням. Голова кооперативу завжди є його членом.

Правління кооперативу може наймати *виконавчого директора*, на якого покладаються обов'язки здійснювати оперативне управління кооперативом. Виконавчий директор здійснює свою діяльність на основі контракту, який він укладає з правлінням кооперативу. Виконавчий директор є найманим працівником;

г) *ревізійна комісія* – створюється в кооперативах з кількістю членів більше 10 осіб, а коли членів менше 10 осіб, то обирається ревізор. Комісія або ревізор обираються загальними зборами таємним голосуванням і підпорядковуються тільки загальним зборам.

Задача ревізійної комісії – здійснювати контроль за фінансово-господарською діяльністю виробничого кооперативу.

Запитання для самоконтролю

1. Дайте означення поняття „підприємство”. Назвіть його основні ознаки.
2. Назвіть основні функції, що їх виконує підприємство.
3. Назвіть основні ознаки, за якими класифікуються підприємства.
4. Поясніть різницю між унітарними та корпоративними підприємствами.
5. Назвіть основні види унітарних та корпоративних підприємств.
6. Яке підприємство вважається дочірнім?
7. Сформулюйте основні положення, за якими працюють підприємства.
8. Чи може підприємство мати у своєму складі інші юридичні особи?
9. Що являє собою статутний капітал підприємства?
10. Чи може підприємство збільшувати статутний фонд? Як правильно це зробити?
11. Яку відповідальність несуть наймані працівники підприємства?
12. Приватні підприємства: сутність, мета створення, ознаки, права та відповідальність засновників, особливості управління.
13. Підприємства об'єднання громадян: сутність, мета створення, ознаки, права та відповідальність засновників, особливості управління.

14. Комунальні підприємства: сутність, мета створення, ознаки, права та відповідальність засновників, особливості управління.

15. Державні комерційні підприємства: сутність, мета створення, ознаки, права та відповідальність засновників, особливості управління.

16. Державні казенні підприємства: сутність, мета створення, ознаки, права та відповідальність засновників, особливості управління.

17. Дайте означення поняття „корпоратизоване підприємство”. Що таке публічна корпорація?

18. Орендні підприємства: сутність, мета створення, ознаки, права та відповідальність засновників, особливості управління.

19. Назвіть основні форми сплати орендної плати та дайте відповідні пояснення.

20. Сформулюйте основні економічні умови, необхідні для створення орендних підприємств.

21. Виробничі кооперативи: сутність, мета створення, ознаки, права та відповідальність учасників, особливості управління.

22. Дайте означення поняття „субсидіарна відповідальність”.

6.4 Господарські товариства

Господарські товариства – це підприємства, створені шляхом об’єднання зусиль і капіталів фізичних та юридичних осіб для здійснення підприємницької діяльності з метою отримання прибутку.

Мета створення господарських товариств – шляхом об’єднання матеріальних, інтелектуальних, фінансових капіталів, управлінських здібностей, знань, досвіду багатьох фізичних та юридичних осіб вирішити поставлені задачі та отримати прибуток. При створенні господарських товариств потрібно керуватись Господарським кодексом України від 16 січня 2003 року та Законом України „Про господарські товариства” від 19 вересня 1991 року.

Ознаки господарських товариств.

1. Засновники: фізичні та/або юридичні особи. З 1 січня 2004 р. в Україні дозволено створювати господарські товариства у складі одного засновника.

2. Установчі документи: установчий акт – протокол зборів засновників, статут та засновницький договір (якщо господарське товариство об’єднує двох або більше засновників).

Всі господарські товариства створюються на певний термін. Якщо термін діяльності не обумовлений, то вважається, що господарське товариство створюється на невизначений термін.

3. Всі внески засновників та учасників до статутного капіталу повинні бути оцінені в *грошовій формі з визначенням питомої ваги кожного* із засновників. Внесками до статутного капіталу можуть бу-

ти будинки, споруди, обладнання, цінні папери, об'єкти інтелектуальної власності, грошові кошти тощо.

Засновники господарського товариства мають право самотійно (за взаємною згодою) оцінювати вартість майна та майнових прав, які передаються в статутний фонд господарського товариства.

4. В результаті створення господарських товариств практично завжди утворюється *нова юридична особа*, яка здійснює підприємницьку діяльність як самотійний господарюючий суб'єкт. В той же час всі інші засновники господарського товариства, які є юридичними особами, зберігають свій статус і продовжують самотійно функціонувати на ринку.

В Україні законодавчо регулюється діяльність таких товариств: акціонерних, з обмеженою відповідальністю, з додатковою відповідальністю, повних та командитних.

6.4.1 Акціонерні товариства

Акціонерні товариства – це такі підприємства, в яких весь капітал розділений на певне число рівних частин – акцій, які знаходяться у власності окремих фізичних та юридичних осіб. В США акціонерні товариства називаються *corporation*, в Англії – *company limited by shares*, у Франції – *societe anonyme*, в Німеччині – *aktiengesellschaft*.

Акціонерні товариства є поширеною формою сучасного бізнесу, оскільки мають суттєві переваги.

По-перше, вони здатні залучати для здійснення бізнесу значні грошові кошти (через випуск та розповсюдження акцій).

По-друге, суттєво знижується величина підприємницького ризику як для засновників, так і для учасників.

Ознаки акціонерних товариств.

1. Засновники: фізичні та юридичні особи. Акціонерні товариства – це об'єднання капіталів для вирішення поставленої мети без наголошення на тому, хто саме є власником акцій цього товариства.

2. Установчі документи: установчий акт – протокол зборів засновників (діє тільки на стадії створення до реєстрації акціонерного товариства), засновницький договір, статут.

3. Статутний капітал акціонерного товариства складають внески засновників і учасників. В Україні встановлена мінімальна величина статутного капіталу акціонерного товариства у 1250 мінімальних заробітних плат на момент створення акціонерного товариства. З 1 січня 2013 року величина статутного капіталу повинна бути не меншою ніж $1147 \cdot 1250 = 1433750$ грн.

Акціонерне товариство вважається публічним (або відкритим), якщо його учасниками можуть бути всі бажаючі, які купили акції цього товариства на фондовій біржі або шляхом відкритої підписки. Публічне акціонерне товариство позначається словом „ПАТ”.

Акціонерне товариство вважається приватним (закритим), якщо весь пакет акцій розділений тільки серед засновників. Акції товариства не продаються на фондових біржах і на них не можна підписатися шляхом відкритої підписки. Кількісний склад закритого акціонерного товариства обмежений 100-ма учасниками. Приватне акціонерне товариство позначається словом „ПрАТ”.

Процедура створення акціонерного товариства досить складна:

- спочатку створюється приватне акціонерне товариство шляхом розподілу акцій серед засновників,
- далі проводяться установчі збори зі створення приватного акціонерного товариства та здійснюється його реєстрація;
- далі здійснюється реєстрація першого випуску акцій публічного (відкритого) акціонерного товариства та організується підписка на них;
- далі проводяться установчі збори зі створення публічного (відкритого) акціонерного товариства та здійснюється його реєстрація.

На момент проведення установчих зборів зі створення приватного акціонерного товариства засновники повинні оплатити 100% вартості акцій, які їм належать. Якщо цього не зроблено, акціонерне товариство вважається не заснованим.

Установчі збори зі створення публічного акціонерного товариства визнаються правочинними, якщо в них беруть участь особи, які підписалися більше ніж на 60% акцій.

Питання про створення акціонерного товариства та затвердження його статуту повинно бути вирішено *одностайно* всіма засновниками.

4. Права та обов'язки засновників акціонерного товариства практично нічим не відрізняються від прав та обов'язків всіх інших учасників. Всі учасники акціонерного товариства мають право вільного входу та виходу із акціонерного товариства шляхом продажу-купівлі акцій на фондових біржах або іншим шляхом, який визначається в засновницькому договорі, мають право на дивіденди за результатами діяльності акціонерного товариства та право брати участь в загальних зборах товариства і голосувати за прийняті рішення.

Ті акціонери, хто придбав *привілейовані* акції, отримують гарантії отримання підвищеного рівня дивідендів не залежно від величини отриманого акціонерним товариством прибутку. Правда, ці акціонери, зазвичай, втрачають право голосу на зборах акціонерів.

Ті акціонери, хто придбав *звичайні (прості)* акції, можуть сподіватись на отримання певного рівня дивідендів лише при отриманні акціонерним товариством достатнього прибутку.

5. Всі учасники акціонерного товариства несуть *обмежену* відповідальність за результати його діяльності, яка визначається тільки вартістю придбаних акцій. Це є однією із переваг даної форми бізнесу, яка приваблює інвесторів.

Акціонерні товариства зобов'язані щорічно публікувати у відкритому друці свої звіти про результати фінансової діяльності та баланси.

6. Акціонерні товариства мають складну схему управління.

Вищим органом управління є *збори акціонерів*, які проводяться один раз на рік. Загальні збори визнаються правомочними, якщо в них беруть участь акціонери, які володіють більше 60% акцій (голосів), що мають право голосу. Збори акціонерів: визначають основні напрями діяльності товариства; вносять зміни до статуту; затверджують річні звіти та приймають рішення про виплату дивідендів; обирають членів наглядової ради, правління та ревізійної комісії.

Найважливіші питання діяльності акціонерного товариства вирішуються кваліфікованою, тобто $\frac{3}{4}$ більшістю від загальної кількості голосів. Це: зміна статуту, прийняття рішення про припинення діяльності товариства, створення дочірніх підприємств тощо. Решта рішень приймається простою більшістю голосів.

Акціонери, які володіють у сукупності більше як 10% простих акцій товариства, мають право вимагати скликання позачергових зборів у будь-який час і з будь-якого приводу. Якщо протягом 20 днів правління не виконало даної вимоги, то вони мають право самі скликати збори з додержанням вимог чинного законодавства.

Статус рядових власників акцій акціонерного товариства вельми своєрідний. Хоча кожен з них є співвласником товариства, суттєвого впливу на роботу акціонерного товариства він не справляє, оскільки не має контрольного пакета акцій і не входить до керівних органів товариства.

Наглядова рада акціонерного товариства складається із засновників акціонерного товариства. В товаристві, яке налічує понад 10 або більше власників простих акцій, створення наглядової ради є обов'язковим.

Наглядова рада працює між зборами акціонерів і вирішує всі питання за винятком тих, які є у виключній компетенції зборів акціонерів. Очолює наглядову раду Президент акціонерного товариства або Голова ради директорів.

Генеральна дирекція (правління) є виконавчим органом акціонерного товариства і здійснює керівництво його поточною діяльністю. Роботою генеральної дирекції (правління) керує Генеральний директор або Голова правління, який обирається так, як це визначено в статуті, і має право без доручення здійснювати будь-які дії від імені товариства.

Ревізійна комісія здійснює контроль за фінансово-господарською діяльністю акціонерного товариства. Ревізійна комісія робить висновки за річними звітами та балансами товариства, доповідає про результати проведених нею перевірок фінансової діяльності на загальних зборах акціонерів. Ревізійна комісія зобов'язана вимагати позачергового скликання загальних зборів акціонерів у разі виникнення загрози законним інтересам акціонерів або виявлення зловживань з боку посадових осіб товариства.

Якщо у товаристві є більше 100 учасників, які володіють простими акціями, створення ревізійної комісії є обов'язковим. В іншому випадку може бути обраний ревізор акціонерного товариства.

6.4.2 Товариства з обмеженою відповідальністю

Товариство з обмеженою відповідальністю – це таке підприємство, де весь статутний капітал розділений на довільні частки (паї), які закріплені за конкретними учасниками. В США таку форму бізнесу називають *close corporation*, в Великій Британії – *private limited company* або *“Ltd”*, в ФРН – *Gesellschaft mit beschränkter Haftung* або *“GmbH”*, у Франції – *societe a responsabilita limitee*. В Україні в найменуваннях товариств з обмеженою відповідальністю присутнє слово “Тов”.

Товариства з обмеженою відповідальністю за своїми розмірами значно менші акціонерних. Здебільшого це середні та дрібні суб'єкти підприємництва. Робота товариств з обмеженою відповідальністю здійснюється при тісній взаємодії всіх його учасників, що не властиво для акціонерних товариств.

Ознаки товариств з обмеженою відповідальністю.

1. Засновники: фізичні і юридичні особи. Товариства з обмеженою відповідальністю – це об'єднання конкретних людей (або суб'єктів бізнесу) з конкретними капіталами. В результаті об'єднання засновників з їх капіталами утворюється *нова юридична особа*.

Кількість учасників товариства з обмеженою відповідальністю не повинна перевищувати 100 осіб.

2. Установчі документи: засновницький договір, статут.

3. Статутний капітал акціонерного товариства складають внески засновників і учасників. Величина статутного капіталу законодавчо не встановлена. Кожен учасник товариства повинен мати свою частку (пай) у статутному капіталі та питому вагу цього паю (у процентах або відносних одиницях).

До моменту реєстрації всі учасники товариства повинні внести до статутного капіталу не менше 50% вартості своєї частки (паю).

4. Всі учасники товариства з обмеженою відповідальністю мають право на дивіденди за результатами діяльності товариства, право брати участь в загальних зборах товариства і голосувати на них.

Кожен учасник товариства може вийти із товариства з виплатою йому частки (паю) в статутному капіталі, яка йому належить, а також нарахованих дивідендів. У випадку смерті засновника його правонаступники мають переважне право вступу до товариства. Але це відбувається не автоматично. Для цього потрібно, щоб за це рішення проголосували учасники простою більшістю голосів.

Якщо рішення про прийняття правонаступника не прийнято, то правонаступнику видається частка паю, яка належала вибувшому учаснику, а сам розмір статутного капіталу підлягає зменшенню на цю величину.

Більш складно вирішується питання про виключення учасника із товариства. Потрібно, щоб за це рішення проголосували учасники, які мають в сукупності більше ніж 50% загальної кількості голосів учасників товариства.

Прибуток, який залишається в товаристві після сплати податків та утворення інших грошових фондів, розподіляється серед учасників пропорційно їх частці (паю) в статутному капіталі або іншим способом, зазначеним у статуті.

5. Всі учасники товариства несуть обмежену відповідальність за результати його діяльності, яка визначається величиною сплаченого внеску, та солідарну відповідальність величиною несплачених внесків.

Товариства з обмеженою відповідальністю не зобов'язані публікувати звіти про результати своєї діяльності у відкритому друці.

6. Товариства з обмеженою відповідальністю мають трирівневу схему управління.

Вищим органом управління є збори учасників, які проводяться не рідше двох разів на рік. Збори вважаються повноважними, якщо в них беруть участь учасники, які володіють більше 60% голосів. Найважливіші питання діяльності товариства, а саме: затвердження його планів та звітів, внесення змін до статуту товариства, виключення учас-

ників вважаються прийнятими, якщо за них проголосували учасники, які володіють у сукупності більш як 50% загальної кількості голосів. Решта питань вирішується простою більшістю голосів.

Голосування учасників у товариствах з обмеженою відповідальністю здійснюється за принципом “кількість голосів = частці (паю) учасника в статутному капіталі” або простою більшістю голосів.

Виконавчим органом товариства є дирекція або одноосібний директор. Дирекція здійснює керівництво поточною діяльністю товариства і вирішує всі питання, окрім тих, які входять до компетенції загальних зборів. Дирекцію очолює директор, який обирається загальними зборами товариства. Директор товариства має право без доручення здійснювати будь-які дії від імені товариства.

Ревізійна комісія здійснює контроль за фінансово-господарською діяльністю товариства і робить це за дорученням зборів, окремих учасників або за власною ініціативою. Ревізійна комісія обирається на загальних зборах учасників. Ревізійна комісія зобов'язана вимагати позачергового скликання зборів учасників у разі виникнення загрози законним інтересам товариства або у разі виявлення зловживань з боку посадових осіб товариства.

6.4.3 Товариства з додатковою відповідальністю

Товариство з додатковою відповідальністю – це таке підприємство, коли весь капітал розділений на довільні частки (паї), які закріплені за конкретними учасниками. Ці товариства мають такі ж особливості, що і товариства з обмеженою відповідальністю за винятком: учасники товариства відповідають за його боргами своїми внесками до статутного капіталу, а при недостатності цих сум – додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до внеску кожного учасника.

Товариства з додатковою відповідальністю створюються в тих сферах діяльності, які потребують підвищеної майнової відповідальності, наприклад, при організації ломбардів тощо.

6.4.4 Повні товариства

Повне товариство – це така форма бізнесу, коли всі учасники є фізичними особами, мають певні частки в статутному капіталі, особисто займаються підприємницькою діяльністю і найбезпосереднішим чином впливають на фінансові результати роботи товариства. В США

такі товариства називаються “*Partnership*”, у Франції – „*societe en nom collectif*”, в Німеччині – “*Offene Handelsgesellschaft*”.

Повне товариство базується на особистій участі партнерів в справах товариства, що відкриває широкі можливості для здійснення різноманітних видів діяльності, особливо у малому бізнесі.

Ознаки повних товариств.

1. Засновники: фізичні особи, які добре знають один одного.

2. Повне товариство працює без статуту і прав юридичної особи тільки на основі засновницького договору.

Товариство має найменування, яке включає імена (прізвища) засновників. Наприклад, „Повне товариство „Брати Семеренки”, „Повне товариство „Петренко і К^о”, „Повне товариство „Семенів і Товариші”, „Повне товариство „Куленко і Партнери” тощо.

3. Статутний капітал повного товариства складають внески засновників. Кожен учасник повного товариства повинен мати свою частку (пай) в статутному капіталі та питому вагу цього паю (в процентах або відносних одиницях). Величина статутного капіталу законодавчо не обумовлена.

4. Права та обов’язки.

Якщо учасник товариства хоче вийти із його складу, він повинен сповістити про це товариство не пізніше, ніж за 3 місяці до виходу. А якщо товариство було створено на певний термін, то заяву про вихід потрібно подавати за 6 місяців до виходу із товариства. При виході із товариства учаснику повертається його внесок і частина прибутку, що він його заробив за час роботи у товаристві.

Передача учасником повного товариства своєї частки в статутному капіталі іншим учасникам цього товариства або третій особі може бути здійснена *тільки за згодою всіх учасників*.

У випадку смерті учасника товариства його правонаступник отримує переважне право до вступу у товариство, але це рішення повинно бути прийнято за згодою *решти учасників*. Якщо цього не відбулося, то спадкоємцю повертається вартість частки паю вибувшого члена товариства.

Прибуток, що його отримує повне товариство, розподіляється серед засновників так, як це зафіксовано в засновницькому договорі.

Все майно, придбане товариством, є спільним, і може передаватися, продаватися будь-кому і т. ін. тільки за загальною згодою всіх учасників товариства.

5. Всі учасники повного товариства несуть повну солідарну відповідальність за результати роботи товариства всім своїм майном, включаючи і особисте, на яке може бути звернено стягнення.

6. Ведення справ повного товариства здійснюється за загальною згодою всіх учасників.

Кожен учасник товариства може отримати право самостійно вести справи товариства, укласти договори від імені товариства, вести переговори тощо. Однак кожний учасник зобов'язаний надавати іншим повну інформацію про всі свої дії, що були здійснені в інтересах товариства, та пред'являти отримані доходи.

Учасники не мають права від свого імені і в своїх інтересах укласти угоди, що збігаються з цілями діяльності товариства. У випадку порушення цих правил учасники повного товариства зобов'язані компенсувати збитки, нанесені товариству цими діями.

6.4.5 Командитні товариства

Командитне товариство – це така форма бізнесу, коли частина учасників є так званими „повними товаришами” або „комплементами”, які особисто безпосередньо займаються підприємницькою діяльністю і несуть повну солідарну відповідальність за результати роботи товариства всім своїм майном, включаючи особисте. Інша частина учасників є вкладниками (командитистами), які не займаються підприємницькою діяльністю, а вносять до статутного капіталу внески та відповідають за результати роботи товариства тільки величиною цих внесків.

Командитні товариства ще називаються товариствами на довірі. В Англії такі товариства називаються *“Limited partnership”*, в Німеччині – *“Kommanditgesellschaft”*, у Франції – *„Societe en commandite”*.

Командитні товариства створюються у випадку, коли, з одного боку, є особи, які мають підприємницькі здібності, але не мають коштів для здійснення підприємницької діяльності, а, з іншого боку, є особи, які мають вільні кошти, але не бажають займатися підприємницькою діяльністю безпосередньо. Разом з тим, ці особи не проти вкласти свої кошти у справу за умови дотримання конфіденційності. Тому у ряді випадків командитні товариства можуть використовуватися для „відмивання” тіншових капіталів певними структурами.

Ознаки командитних товариств.

1. Засновники: фізичні особи; вкладники: фізичні та юридичні особи.

2. Якщо вкладниками є юридичні та фізичні особи, то установчими документами є засновницький договір та статут. В цьому випадку командитне товариство працює за статутом як юридична особа. Якщо вкладниками є тільки фізичні особи, то установчим документом

є засновницький договір. У цьому випадку командитне товариство працює за засновницьким договором і не є юридичною особою.

У засновницькому договорі повинен бути зазначений розмір часток у статутному капіталі кожного з учасників з повною відповідальністю, розмір, склад і порядок внесення ними вкладів, форму їх участі у справах товариства. Для вкладників вказується тільки сукупний розмір їх частки у статутному капіталі.

Командитне товариство має найменування, яке включає імена (прізвища) учасників з повною відповідальністю. Наприклад, „Командитне товариство „Брати Галушки”, „Командитне товариство „Петренко і К^о”, „Командитне товариство „Наливайко і Товариші”, „Командитне товариство „Мартусенко і Партнери” тощо.

3. Статутний фонд командитного товариства складають внески учасників з повною відповідальністю та вкладників. Загальний розмір часток вкладників в статутному фонді не повинен перевищувати 50%. Склад вкладників не вказується.

4. Учасники з повною відповідальністю отримують право вести справи товариства, укладати договори від імені товариства, вести переговори тощо. Кожний учасник з повною відповідальністю зобов'язаний надавати іншим повну інформацію про всі свої дії, що були здійснені в інтересах товариства, пред'являти отримані доходи. Учасники з повною відповідальністю можуть вийти із товариства так, як це прийнято в повних товариствах.

Вкладники командитного товариства повинні вносити вклади і додаткові внески у розмірі, способами і у порядку, передбаченому в засновницькому договорі. Вони мають право вимагати першочергового повернення вкладу у разі ліквідації товариства, вимагати надання їм річних звітів і балансів.

Діяльність командитного товариства закінчується у випадку вибуття із товариства всіх учасників з повною відповідальністю. При вибутті всіх вкладників учасники з повною відповідальністю мають право замість ліквідації командитного товариства перетворити його в повне товариство.

Прибуток, що його отримує командитне товариство, розподіляється так, як це зафіксовано в засновницькому договорі.

5. Всі учасники з повною відповідальністю несуть повну солідарну відповідальність за результати роботи командитного товариства всім своїм майном, включаючи і особисте. Вкладники несуть відповідальність тільки величиною свого внеску.

6. Управління справами командитного товариства здійснюється тільки учасниками з повною відповідальністю. Рішення приймаються

за спільною згодою всіх. Вкладники не мають права перешкоджати діям учасників з повною відповідальністю.

6.4.6 Негласні товариства

Практика організації бізнесу в країнах з ринковою економікою свідчить, що можуть бути утворені й інші форми організації бізнесу. Найбільш поширеним є так зване негласне товариство.

Негласним є таке товариство, коли до існуючого повного товариства приєднується „негласний” член зі своїм вкладом (внеском). Цей негласний член не входить до органів управління товариством, а має тільки право контролю. Всі умови приєднання „негласного” члена фіксуються в засновницькому договорі. За будь-яких обставин виключення „негласного” члена із розподілу прибутків неприпустимо.

У випадку банкрутства „негласний” член або втрачає свій вклад, або може виступити кредитором, якому раніше внесений вклад повністю або частково повинен бути повернутий.

Запитання для самоконтролю

1. Господарські товариства: сутність, мета створення.
2. Основні ознаки господарських товариств та їх зміст.
3. Акціонерні товариства: сутність, переваги, види.
4. Охарактеризуйте порядок створення приватних та публічних акціонерних товариств.
5. Охарактеризуйте систему управління акціонерним товариством.
6. Товариства з обмеженою відповідальністю: сутність, мета створення.
7. Охарактеризуйте порядок входу та виходу учасників товариства з обмеженою відповідальністю.
8. Охарактеризуйте систему управління товариством з обмеженою відповідальністю.
9. Товариства з додатковою відповідальністю: сутність, основні ознаки.
10. Повні та командитні товариства: сутність, ознаки, відмінності.
11. Охарактеризуйте порядок входу та виходу учасників повного товариства
12. Як здійснюється управління повними та командитними товариствами?
13. Яку відповідальність за результати діяльності несуть учасники товариств з обмеженою та додатковою відповідальністю?
14. Яку відповідальність за результати діяльності несуть учасники повних та командитних товариств?
15. Негласні товариства: сутність, мета створення.
16. Особливості найменувань акціонерних товариств, товариств з обмеженою відповідальністю, повних та командитних товариств.

ТЕМА 7 ПІДГОТОВЧИЙ ЕТАП У ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Основні питання теми:

7.1 Основні кроки підготовки до початку підприємництва.

7.2 Вивчення господарської ніші.

7.3 Вибір виду діяльності та розробка комерційної ідеї.

7.4 Вибір форми здійснення підприємницької діяльності.

7.5 Джерела фінансування підприємництва.

7.6 Правила підприємництва та їх зміст.

7.1 Основні кроки підготовки до початку підприємництва

Дослідження стверджують, що бажання займатися підприємництвом є практично у всіх людей. І це зрозуміло. Людина завжди хоче мати певний зиск від своєї діяльності, хоче якомога повніше задовольнити свої особисті потреби, завжди бажає не відстати від інших.

Розпочати підприємство практично може будь-яка людина – інженер, економіст, технік, продавець, винахідник, службовець, робітник, викладач, студент тощо.

Але залишитися підприємцем зуміють лише ті, хто нестандартно мислить, має силу волі, цілеспрямованість, велику працездатність, націленість на пошук нового, тобто ті, які у підприємницькій діяльності вбачають зміст усього свого життя.

Відкрити власну справу, організувати своє підприємство нелегко. Кожне таке рішення приймається, виходячи із конкретної економічної ситуації, і тому воно унікальне. Але все ж в усіх подібних рішеннях є дещо спільне – вони передбачають здійснення певних кроків, які складають так званий підготовчий етап у підприємстві.

Основними кроками підготовки до початку підприємницької діяльності є:

- прийняття людиною внутрішнього рішення про зміну попереднього способу життя і започаткування власної справи;
- вивчення „господарської ніші”, тобто отримання відповіді на питання про доцільність, місце та час початку підприємництва;
- розробка комерційної ідеї та вибір виду майбутньої діяльності;
- вибір форми здійснення підприємницької діяльності;
- визначення джерел фінансування підприємницької діяльності;
- навчання основам бізнесу, вивчення загальновідомих правил підприємництва і т. ін.

Зупинимось докладніше на першому кроці підготовки до початку підприємництва, а саме: на прийнятті людиною внутрішнього рі-

шення про зміну попереднього способу життя і започаткування власної справи.

Рішення про зміну способу життя включає в себе такі моменти:

- бажання започаткувати власну справу, тобто бажання стати господарем власної долі;

- відмову від попередньої кар'єри і готовність змінити свій попередній спосіб життя;

- переконаність у тому, що власна справа – заняття престижне і пристойне;

- усвідомлення того, що власний бізнес – це не тільки можливість користуватися благами, які пророкує це починання, але й відповідальність за його функціонування, розвиток, виживання;

- упевненість у реальності започаткування власної справи;

- визначення мети, яку ставить перед собою людина. Якщо людина не ставить перед собою мету, вона ніколи її не досягне і не буде мати успіхів в бізнесі;

- зміну світогляду людини, який складався роками. Тут доречно навести міркування Р. Кийосакі та Ш. Лектер – авторів книги “Багатий батько, бідний батько”, які роблять наголос саме на тих елементах світогляду людини, які потрібно змінити, щоб розпочати власну справу:

Традиційний світогляд	Новий світогляд
Потрібно отримати освіту та стати розумною людиною	Потрібно вміти наймати людей, розумніших за себе
Любов до грошей – корінь всіх бід	Корінь всіх бід – відсутність грошей
Я не можу собі це дозволити	Як я можу собі це дозволити?
Вчись старанно, і ти зможеш працювати в хорошій компанії	Вчись старанно, і ти зможеш купити хорошу компанію
Я небагатий, оскільки у мене є діти	Я повинен бути багатим, оскільки у мене є діти
З грішми дій обережно, не ризикуй	Вчись управляти ризиком
Наш будинок – найбільше наше капіталовкладення	Якщо будинок – це капіталовкладення, то у людини будуть серйозні грошові проблеми
Я, не жаліючи сил, працюю на державу, і тому маю право на пільги	Пільги роблять людей слабкими та бідними. Потрібна повна фінансова незалежність
Потрібно вміти писати значуще резюме, щоб отримати гарну роботу	Потрібно вміти складати значущі бізнес-плани, щоб забезпечити роботою інших
Справа не в грошах	Гроші – це влада
Я працюю заради грошей	Гроші працюють на мене

Наприклад, про що каже вислів „Я працюю заради грошей”?

Він каже про те, що більшість людей тримаються за свою роботу, щоб жити, а також через страх її втратити. Люди рано встають, йдуть на роботу, платять за рахунками, знов йдуть на роботу, знов платять за рахунками тощо. Люди йдуть працювати, сподіваючись, що гроші розвіють їх страх. Але цього не відбувається. Страх знов починає їх переслідувати, і вони знову повертаються на роботу, знов думаючи, що гроші їм допоможуть, але марно.

Робота за гроші мало що вирішує. Більшість людей, отримуючи більше грошей, збільшують свої витрати. Тому треба заставити гроші працювати на себе. У цьому і полягає зміна світогляду людини, яка вирішила започаткувати власну справу. Цьому вчать все життя!

Однією із складових рішення людини про зміну попереднього способу життя повинна бути впевненість у реальності започаткування власної справи.

Віра в успіх справи, яку людина збирається започаткувати, абсолютно необхідна. Тут доречно навести дослідження відомої дослідниці Дж. Грехем Скот, яка в своїй книзі „До успіху в бізнесі” описує ситуації, коли людина спочатку уявляє свій успіх в бізнесі, а потім його реалізує. Вона наводить приклад одного студента, який ще до початку свого бізнесу „...бачив свій кінцевий успіх так яскраво, що міг відчувати його смак: він працює у великому офісі, у нього декілька службовців, чудове ранчо, яскравий автомобіль „Мерседес-Бенц”. Він чітко уявляв собі, що йому потрібно зробити для досягнення своєї мети, і почав це робити”.

Запитання для самоконтролю

1. Назвіть основні кроки підготовки до початку підприємництва.
2. Яке значення для початку підприємництва має зміна світогляду?
3. Яке значення для успішного початку підприємництва має віра в успіх справи, що її людина хоче започаткувати?
4. Поясніть, як ви розумієте зміну світогляду людини для кожного випадку, наведеного у таблиці авторів книги „Багатий батько, бідний батько”.

7.2 Вивчення господарської ніші

Вивчення „господарської ніші” передбачає отримання відповіді на запитання про доцільність, місце та час початку підприємницької діяльності. Для цього потрібно вивчити низку питань, а саме:

а) доцільно отримати *чітке уявлення про стан економіки країни*, її сприйнятливість до підприємництва. Справа у тому, що для економіки притаманна циклічність, тобто чергування періодів підйомів і

спадів. У періоди підйомів зростають обсяги виробництва, ціни на продукцію тощо. Тому в ці періоди вигідно розпочинати власну справу. І навпаки, у періоди економічних криз попит на продукцію падає, ціни знижуються, термін окупності вкладених коштів зростає. Це робить спробу відкрити власну справу менш ефективною;

б) доцільно вивчити стан справ *в окремих галузях та регіонах*. Відомо, що економічна ситуація різниться не тільки в часі, але й у просторі. Часто буває так, що одні регіони та галузі переживають бурхливий розвиток, а в інших спостерігається застій. Природно, активність підприємців тяжіє до регіонів та галузей, що розвиваються;

в) доцільно вивчити існуючий в країні *порядок створення суб'єктів підприємницької діяльності*;

г) уважно вивчити чинне *податкове, антимонопольне, митне законодавство* в країні;

д) спрогнозувати та врахувати *соціально-політичні та економічні події*, які можуть відбуватися в країні у перспективі. Наприклад, чи планується проведення в країні будь-яких широкомасштабних заходів: олімпіад, фестивалів, конкурсів тощо; коли будуть наступні вибори; який сезон (зимовий чи літній) наступить після започаткування власної справи і т. ін.;

е) проаналізувати можливості *отримання кредитів* та стан інвестиційного клімату в країні;

ж) оцінити умови *оренди приміщень, землі, обладнання*;

з) проаналізувати ефективність гарантій з боку держави в питаннях розвитку підприємництва та захисту інвестицій;

і) проаналізувати можливість *отримання пільг*, в тому числі податкових;

и) проаналізувати дієвість існуючої в країні системи *страхування бізнесу*;

к) вивчити стан *купівельної спроможності* населення, наявність та динаміку інфляційних процесів в країні;

л) упевнитись, що на законодавчому рівні немає обмежень займатися підприємницькою діяльністю. В Україні, до речі, існують обмеження для зайняття підприємницькою діяльністю.

Так, не можуть займатися підприємництвом громадяни, обмежені законом в дієздатності. Заборонено займатися підприємницькою діяльністю військовим; посадовим особам органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного нотаріату; особам, які здійснюють контроль за підприємництвом; депутатам всіх рівнів. Не можуть займатися підприємництвом особи, яким суд заборонив займатися певними видами діяльності, тощо.

Необхідну інформацію про стан економіки та інші відомості про умови здійснення підприємницької діяльності можна отримати з:

- матеріалів офіційної статистики (наприклад, відомості про число зареєстрованих суб'єктів підприємницької діяльності);
- аналізу законодавчих актів, фінансових звітів комерційних банків, страхових компаній, акціонерних товариств;
- регулярного перегляду економічних журналів, спеціальної літератури з бізнесу та підприємництва;
- перегляду інформаційних телевізійних передач; вивчення оглядів стану світової економіки, що їх регулярно публікують міжнародні та українські аналітичні економічні центри, тощо.

На підставі всього цього робиться загальний висновок про те, сприяє чи ні економічна ситуація розвитку підприємництва, доцільно чи ні розпочинати власну справу в даний час і в даному місці? Якщо рішення позитивне, то вибір, зроблений на користь започаткування власної справи, згодом може виявитися головним рішенням всього життя людини.

Започаткування бізнесу може бути зроблене шляхом створення нового підприємства, придбанням існуючого, виокремлення частини існуючого підприємства або його поділом на частини і т. ін.

Запитання для самоконтролю

1. Яке значення для започаткування підприємницької діяльності має вивчення господарської ніші?
2. Які питання потрібно проаналізувати під час вивчення господарської ніші?
3. Назвіть джерела інформації, які можна використовувати під час вивчення господарської ніші?
4. Яким способом можна започаткувати власний бізнес?

7.3 Вибір виду діяльності та розробка комерційної ідеї

Одним із важливих завдань при започаткуванні підприємництва є вибір виду діяльності та розробка комерційної ідеї, з якою майбутній підприємець планує вийти на ринок.

Вид діяльності – це те, чим безпосередньо планує займатися майбутній підприємець (матеріальним виробництвом, послугами, посередництвом тощо). *Комерційна ідея* – це конкретна технічна, виробнича, технологічна, художня, фінансова, маркетингова тощо пропозиція, яка базується на певних знаннях, досвіді, інтуїції людини і може бути реально реалізована, з якою підприємець планує вийти на ринок з метою отримання прибутку.

Вибір виду діяльності та розробка комерційної ідеї – це взаємопов’язані задачі, близькі за змістом, але все ж таке це не одне і те ж. Є два шляхи дій:

1-й шлях: спочатку визначають вид майбутньої діяльності, а потім розробляють комерційну ідею.

2-й шлях: спочатку формулюють комерційну ідею, яка, набуваючи певної форми реалізації, визначить вид майбутньої діяльності.

Перший шлях дій майбутнього підприємця передбачає:

а) вивчення стану кон’юнктури ринку, тобто співвідношення попиту і пропозиції на певні види продукції і послуг;

б) вивчення рекомендацій щодо доцільності зайняття певними видами діяльності за тих чи інших умов;

в) вивчення стану конкуренції в галузі та можливостей потенційних конкурентів;

г) отримання порад друзів, знайомих тощо, думка яких заслуговує повагу і довіру;

д) вивчення можливостей користування тими чи іншими ринками сировини, матеріалів, збуту продукції тощо;

е) вивчення законодавства про можливість обмеження тих чи інших видів підприємницької діяльності. Так, в Україні існують обмеження займатися певними видами підприємницької діяльності. До заборонених видів діяльності відносяться:

- діяльність, пов’язана з обігом наркотиків і психотропних речовин;

- виробництво та реалізація військової зброї і боєприпасів до неї;

- виробництво та реалізація вибухових речовин;

- охорона окремих особливо важливих об’єктів державної власності;

- діяльність, пов’язана з випробуванням та виробництвом ракетноносіїв і їх запуском тощо.

Окрім того, для заняття певними видами підприємницької діяльності необхідно отримати спеціальний дозвіл держави – ліцензію.

Після вивчення всіх цих питань майбутній підприємець приступає до розробки комерційної ідеї, з якою він планує вийти на ринок.

Другий шлях дій майбутнього підприємця починається безпосередньо з розробки комерційної ідеї. Чітко сформульована комерційна ідея допоможе визначити той вид діяльності, яким буде займатися майбутній підприємець.

Основними факторами, що впливають у даному випадку на розробку комерційної ідеї, можуть бути:

- а) набуті людиною професійні знання в тих чи інших галузях знань, особистий досвід людини тощо;
- б) опубліковані результати наукових досліджень;
- в) інтуїція підприємця, аналіз порад інших людей, які викликають довіру;
- г) аналіз відгуків споживачів про продукцію відомих підприємств;
- д) рішення уряду (наприклад, плани розвитку транспортної мережі, покращення медичного обслуговування населення тощо).

При розробці комерційної ідеї потрібно пам'ятати, що:

- нові ідеї генерувати важко;
- існують традиційні висловлювання, які можуть “знищити” розроблену ідею “на пні”. До таких висловлювань належать: „Це не буде працювати”, „Це вже використовували або випробовували”, „Хто буде за це платити?”, „Це дурниця!”, „Це надто просто!”, „А чому це не зробив хтось інший?” тощо. Такі висловлювання при розробці комерційної ідеї потрібно просто відкидати.

Є такі основні підходи до розробки комерційної ідеї:

1-й підхід: запозичити чужу ідею. Це найпростіше, оскільки майже завжди можна додати до цієї ідеї щось нове;

2-й підхід: використати якийсь унікальний фактор. Так, одна фірма виготовила духи „Алла”, опираючись на бренд А. Пугачової;

3-й підхід: запропонувати абсолютно нову оригінальну ідею, якої до цього ще не було.

Наука і практика розробили чимало методів творчого пошуку (розробки) комерційної ідеї (рис. 7.1).

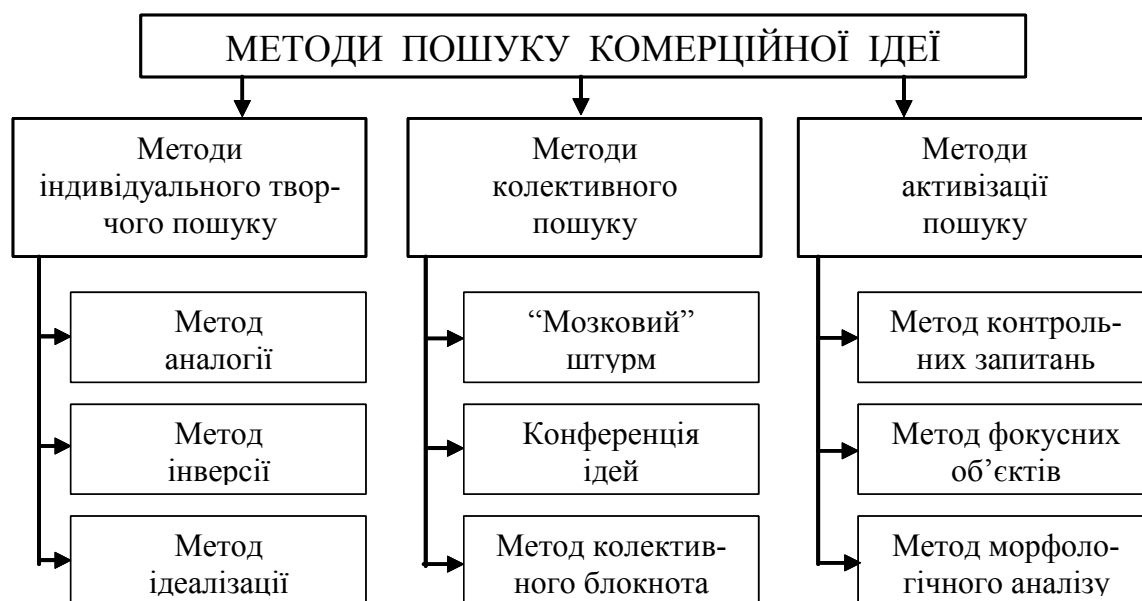


Рисунок 7.1 – Методи творчого пошуку комерційної ідеї

Метод *аналогії* передбачає використання в комерційній ідеї чогось подібного до вже відомих технічних рішень.

Метод *інверсії* передбачає застосування до відомих технічних рішень специфічних прийомів, серед яких можна виділити такі, як “перевернути догори ногами”, “вивернути на виворіт”, поміняти місцями тощо.

Метод *ідеалізації* базується на уявленні про можливість ідеального вирішення будь-якої проблеми, що може наштотувати на розробку якоїсь нової ідеї.

Метод “*мозкового*” *штурму* зводиться до проведення активної дискусії групи спеціалістів з конкретного кола питань за певними правилами, які передбачають:

- недопущення критики та негативних коментарів щодо висловлювань інших;

- невідкидання нової ідеї, якою б вона не була абсурдною з погляду можливості її практичної реалізації.

Метод *конференції ідей* відрізняється від методу “мозкового” штурму тим, що допускає доброзичливу критику у формі репліки або коментарю. Вважається, що така критика може підвищити цінність висунутих ідей.

Метод *колективного блокнота* поєднує індивідуальне висунення ідеї з колективним її оцінюванням. При цьому кожний учасник дискусії отримує блокнот, де викладена суть проблеми, яку потрібно вирішити. Протягом певного часу кожний із учасників записує у блокнот власні ідеї щодо вирішення даної проблеми. Потім блокноти передаються керівнику групи учасників для узагальнення накопиченої інформації. Після цього організується творча дискусія учасників, на якій ухвалюється рішення щодо суті нової комерційної ідеї.

Метод *контрольних запитань* полягає у тому, що для висунутої комерційної ідеї розробляється низка запитань, на які повинні відповісти учасники дискусії. З урахуванням відповідей учасників дискусії можуть бути ухвалені рішення щодо покращення висунутої комерційної ідеї.

Метод *фокусних об'єктів* зводиться до перенесення ознак випадково вибраних об'єктів на предмет (виріб, технологію тощо), що потребує вдосконалення. Досвід засвідчує, що застосування цього методу дає добрі результати, особливо при модернізації відомих технічних ідей.

Метод *морфологічного аналізу* базується на використанні комбінаторики, тобто на дослідженні всіх можливих варіантів вирішення поставленої задачі, виходячи із закономірностей побудови певного

об'єкта, який підлягає вивченню та аналізу. Шляхом комбінування варіантів можна отримати багато нових шляхів вирішення проблеми, на підставі аналізу яких вибирається оптимальний варіант.

Після того, як комерційна ідея сформована, необхідно провести її оцінювання на предмет можливості реалізації. При аналізі можливостей реалізації комерційної ідеї потрібно вивчити та врахувати:

- рівень конкуренції на ринку відповідних товарів і послуг. Відомо, що в конкурентну галузь увійти легше, ніж в монополізовану;
- стан кон'юнктури, тобто можливе співвідношення попиту і пропозиції на продукцію або послуги, які планується виготовляти;
- надійність та доступність ресурсної бази;
- можливість транспортування продукції та організації її збуту;
- наявність споживачів даної продукції (послуги) та динаміку зміни їх запитів на продукцію (послуги) у майбутньому;
- реальні можливості залучення фінансових коштів для розробки запропонованої комерційної ідеї;
- стабільність та перспективи чинного законодавства в питаннях дозволу займатися певними видами підприємницької діяльності;
- можливість підтримки з боку фінансових органів, комерційних банків, інших бізнесменів.

Ідеальним випадком є ситуація, коли комерційна ідея розробляється у новій сфері діяльності, над якою не тяжіє досвід минулого. У цьому випадку у підприємця буде більше можливостей запропонувати споживачам те, що він вважає доцільним: конкретний вид продукції, певний рівень цін, сервісне обслуговування і т. ін.

В результаті аналізу вищеназаних чинників остаточно формується та комерційна ідея, з якою майбутній бізнесмен планує вийти на ринок. Від вдалого вибору цієї комерційної ідеї визначальною мірою залежатиме успіх будь-якого підприємця.

Запитання для самоконтролю

1. Яке значення для започаткування підприємництва має вибір виду діяльності та розробка комерційної ідеї?
2. Якими шляхами може діяти майбутній підприємець при виборі виду діяльності та розробці комерційної ідеї?
3. Охарактеризуйте дії підприємця, якщо він спочатку обирає вид діяльності, а потім розробляє комерційну ідею.
4. Охарактеризуйте дії підприємця, якщо він спочатку розробляє комерційну ідею, а вже потім обирає вид діяльності.
5. Які обставини потрібно враховувати при розробці комерційної ідеї?
6. Назвіть основні підходи до розробки комерційної ідеї та поясніть їх сутність?
7. Поясніть сутність основних методів творчого пошуку комерційної ідеї.

7.4 Вибір форми здійснення підприємницької діяльності

Одним із ключових питань, які повинен вирішити майбутній підприємець при підготовці до започаткування власної справи, є:

- вибір форми організації підприємницької діяльності;
- вибір форми державної реєстрації;
- вибір масштабу бізнесу;
- вибір організаційно-правової форми господарювання.

В підрозділі 2.3 були розглянуті основні форми організації підприємницької діяльності: одноосібне підприємництво, партнерство, корпоративне підприємництво. Кожна із зазначених форм має свої переваги.

Так, *одноосібне підприємництво* є відносно простим при заснуванні, потребує незначних витрат на засновницько-реєстраційні операції; дає підприємцю повну самостійність, свободу і оперативність дій при прийнятті рішень; створює максимально можливі мотивації до найефективнішого господарювання тощо.

Партнерство передбачає об'єднання капіталів та зусиль двох і більше осіб, дає ширші можливості для розвитку підприємства; збільшує фінансову незалежність та зменшує ризик діяльності; дає можливість залучати кваліфікований менеджмент тощо.

Але при цьому потрібно потурбуватись про підбір надійних партнерів. Це повинні бути не просто друзі та висококваліфіковані спеціалісти, але і порядні та надійні люди. Практика бізнесу свідчить, що друзі нерідко через розбіжність у поглядах на розподіл доходів та оцінку особистого внеску можуть перетворитися із товаришів у ворогів. Тут доречно навести вислів відомого американського нафтового магната Джона Рокфеллера-молодшого: „Дружба, яка базується на бізнесі, краще, ніж бізнес, що базується на дружбі”.

При виборі партнерів по бізнесу доцільно також користуватись порадою, що потрібно підбирати партнерів з такими рисами, яких не вистачає особисто вам.

Щоб частково уникнути вищенаведених небезпек, вважають за краще, коли партнерами по бізнесу будуть особи з родинними зв'язками.

Корпоративне підприємництво передбачає об'єднання капіталів значної кількості людей. Це дозволяє виготовляти значні обсяги продукції, реалізовувати масштабні інвестиційні проекти тощо. Але тут потрібно враховувати, що корпоративне підприємництво має сенс тільки у тому випадку, коли суб'єкт планує отримати контрольний па-

кет акцій акціонерної компанії, яку планується створити. В іншому випадку його вплив на корпоративний бізнес буде незначним.

Актуальним питанням, яке повинен вирішити майбутній підприємець, є вибір *масштабу* його майбутнього бізнесу. Вибір масштабу бізнесу залежить від багатьох обставин: виду діяльності, величини попиту на продукцію, можливості отримання кредитів та інвестицій, амбіцій і намагань майбутнього підприємця, його реальної ваги в суспільстві тощо.

Для початківців особливий інтерес викликає *малий бізнес*. Це саме той вид бізнесу, яким може займатися переважна більшість людей. Переваги малого бізнесу загальновідомі. Цей бізнес рухомий, гнучкий, ефективний, сприяє швидкій окупності витрат, створює велику кількість робочих місць, відносно безпечний тощо. Підприємства малого бізнесу можуть бути створені практично в усіх галузях економіки, виробництва, торгівлі, послуг. Він зрозумілий людині, оскільки її добробут безпосередньо пов'язаний з працею, а все це наочно віддзеркалюється у малому бізнесі.

І, нарешті, майбутній підприємець повинен визначитись з *організаційно-правовою формою господарювання*. Організаційно-правова форма визначає конкретний спосіб створення та ліквідації суб'єкта підприємництва, порядок об'єднання зусиль підприємців в питаннях формування статутного капіталу; розподіл прав, обов'язків і відповідальності засновників; розподіл доходів і покриття збитків; механізм управління суб'єктом підприємництва та інше.

Вибір організаційно-правової форми залежить від виду та масштабу діяльності; поставленої мети; від особистих уподобань підприємців; ступеня ризику бізнесу та інших факторів.

Приймаючи рішення про вибір тієї чи іншої організаційно-правової форми господарювання, майбутній бізнесмен повинен визначити обсяг прав та обов'язків, які потрібні йому для реалізації розробленої комерційної ідеї. Одна справа, коли підприємець передбачає здійснювати низку одноразових підприємницьких проектів, зовсім інша, коли комерційна ідея зводиться до постійного повторення певного виробничого циклу виготовлення продукції. У першому випадку реалізація комерційної ідеї не потребує тісної кооперації з партнерами, в іншому випадку, навпаки, така кооперація абсолютно необхідна.

Законодавство України дає можливість вибрати таку організаційно-правову форму господарювання, яка б найбільшою мірою відповідала запитам підприємця (див. тему 6).

Вибір організаційно-правової форми господарювання автоматично визначає *форму реєстрації* суб'єкта підприємництва. Основною

формою є створення суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи. В той же час підприємницьку діяльність можна здійснювати і без набуття статусу юридичної особи.

Вибравши організаційно-правову форму господарювання у вигляді створення підприємства, доцільно розглянути можливість створення філій. Досвід стверджує, що система філій – це дуже гнучкий та життєздатний механізм, особливо в період погіршення економічної ситуації. У такі періоди без додаткових фінансових ресурсів, а тільки за рахунок активізації особистої підприємливості і зацікавленості керівників нижчої та середньої ланки підвищується життєздатність даного підприємства.

Запитання для самоконтролю

1. Назвіть основні форми організації підприємницької діяльності та переваги кожної з них. Поясніть, коли доцільно застосовувати кожну із цих форм.
2. Які обставини впливають на вибір масштабу майбутнього бізнесу?
3. Які переваги має малий бізнес?
4. Які фактори впливають на вибір організаційно-правової форми господарювання майбутнього суб'єкта підприємницької діяльності?
5. Які питання повинен вирішити підприємець при виборі організаційно-правової форми господарювання майбутнього суб'єкта бізнесу?

7.5 Джерела фінансування підприємництва

Основні джерела фінансування підприємництва можна показати у вигляді схеми, наведеної на рис. 7.2.

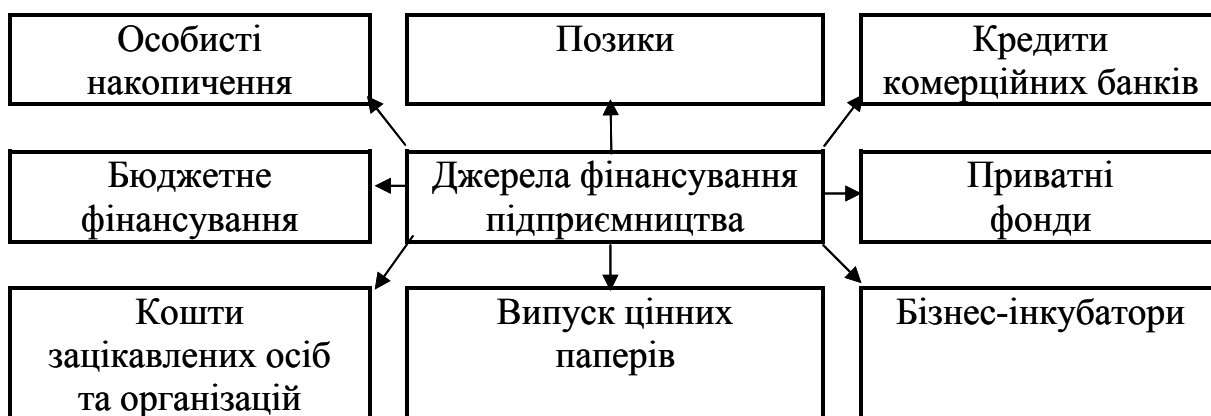


Рисунок 7.2– Джерела фінансування підприємницької діяльності

У багатьох випадках для започаткування власної справи велика кількість людей залучають *власні або сімейні накопичення*, допомогу друзів тощо.

Не слід виключати можливість отримання позики. *Позика* – це господарська операція, коли одна сторона передає іншій (позичальнику) у тимчасове користування гроші, а позичальник зобов'язується повернути таку ж суму грошей в обумовлений час без сплати процентів. Позика надається завжди на умовах повернення, але без комерційного зиску.

В Україні безробітні, які зареєстровані в центрах зайнятості, можуть отримати безпроцентну позику на відкриття власної справи. Величина позики знаходиться в межах від 100 мінімальних заробітних плат (без створення юридичної особи) до 200 мінімальних заробітних плат (зі створенням юридичної особи).

Для отримання безпроцентної позики безробітний повинен подати до центру зайнятості такі документи:

- заяву про надання безпроцентної позики;
- копію свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності та копії установчих документів;
- бізнес-план;
- ліцензії на зайняття відповідними видами підприємницької діяльності;
- копію картки персонального обліку безробітного;
- рекомендаційний лист центру зайнятості за місцем реєстрації безробітного;
- документи про професійну підготовку, якщо така необхідна, для зайняття підприємницькою діяльністю.

Поширеним джерелом фінансування підприємницької діяльності є кредити комерційних банків. *Кредит* – господарсько-економічна операція з надання однією стороною (кредитором) іншій (позичальнику) грошей в борг і за певну плату.

Для отримання кредиту підприємець повинен звернутися до установ комерційних банків і визначити для себе:

- які необхідно подати документи для отримання кредиту?
- під які проекти (ідеї) надаються кредити?
- якою буде плата за кредит?
- чи потрібна застава для отримання кредиту?
- де і на яких умовах можна отримати поручництво або гарантію банку (чи іншого суб'єкта підприємництва) для отримання кредиту тощо.

Умови кредитування в усіх банках практично однакові. Кредит може отримати підприємець, який займається торговельною або виробничою діяльністю, працює у сфері послуг і т. п. Головною умовою

отримання кредиту є наявність бізнесу, який існує як мінімум протягом останніх 3 місяців. Обов'язковою умовою отримання кредиту є наявність застави. Заставою можуть бути: нерухомість, транспортні засоби, устаткування, товари в обігу, особисте майно (теле-, відео, -аудіотехніка, побутова техніка, меблі). Вартість застави визначає оцінювач банку.

Терміни кредитів устанавлюються залежно від мети їх використання. Наприклад, кредит терміном на 12 місяців видається на купівлю устаткування, нерухомості, автотранспорту, на будівництво будинків і споруд, ремонт приміщень та обладнання тощо. Кредит на поповнення обігових коштів видається на декілька місяців тощо.

Не слід виключати можливість отримання фінансової допомоги у вигляді *бюджетного фінансування* або фінансування від спеціалізованих державних фондів.

Досить широко використовується і таке джерело фінансування підприємницької діяльності, як фінансова допомога *приватних фондів* підтримки підприємництва, включаючи підтримку венчурних фондів. Ці фонди надають фінансову підтримку в здійсненні технічних та виробничих проектів, сприяють пошуку спонсорів на основі пропозицій, які надходять від суб'єктів підприємництва.

Існує певний порядок співпраці підприємців з такими фондами:

1-й етап: подання пропозицій в фонд від суб'єкта підприємництва за певною формою;

2-й етап: попередня експертиза пропозиції спеціалістами фонду;

3-й етап: при позитивному завершенні другого етапу проводиться глибинна проробка пропозицій із залученням провідних експертів фонду, виїздом спеціалістів на місце, обговоренням пропозицій тощо;

4-й етап: затвердження пропозицій адміністрацією фонду та початок фінансування проекту;

5-й етап: фінансування проекту, яке здійснюється частинами або траншами;

6-й етап: постійний контроль за ходом реалізації проекту з виїздом спеціалістів на місце, аналіз фінансового стану суб'єкта підприємництва тощо. Загальновизнаним є положення, згідно з яким пропозиції можуть бути відхилені на будь-якій стадії виконання проекту, якщо будуть виявлені негативні сторони проекту або велика ймовірність недосягнення поставленої мети.

Венчурні фонди створюються для підтримки ризикованих проектів. Діяльність венчурних фондів фінансується урядами держав та великими компаніями. Венчурні фонди здійснюють підтримку малого бізнесу шляхом внесення коштів в статутний капітал підприємств ма-

лого бізнесу, а також шляхом фінансування (або кредитування) тих чи інших проектів.

У певних випадках для фінансування підприємницької діяльності майбутній підприємець може скористатися коштами *зацікавлених осіб та організацій* у вигляді надання ними спонсорської допомоги, здійснення авансових платежів, інвестицій. *Інвестиції* – це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємництва з метою отримання прибутку. Зазвичай це довгострокові вкладення.

Серед джерел фінансування підприємницької діяльності можна назвати випуск суб'єктами підприємництва *цінних паперів*: акцій, облігацій, векселів, *отримання підтримки в бізнес-інкубаторах* тощо.

Випуск цінних паперів повинен здійснюватись із дотриманням вимог чинного законодавства.

Бізнес-інкубатор – це спеціалізована організація, яка призначена для створення локального підприємницького середовища. Основні види послуг, що надають бізнес-інкубатори майбутнім підприємцям:

- надання можливості на пільгових умовах користуватись приміщеннями, меблями, обчислювальною технікою;
- надання інформаційних, юридичних і консультаційних послуг;
- підготовка та перепідготовка кадрів;
- надання в оренду обладнаних оргтехнікою приміщень;
- здійснення експертизи проектів створення нових підприємств;
- сприяння фінансуванню підприємницьких проектів, яке полягає у тому, що на основі рекомендацій спеціалістів бізнес-інкубаторів комерційні банки видають підприємцям необхідні кредити для реалізації комерційної ідеї.

Затитання для самоконтролю

1. Назвіть основні джерела фінансування підприємницької діяльності та поясніть їх сутність.
2. Поясніть різницю між поняттями „позика” та „кредит”.
3. Яким чином підприємець може отримати кредит в комерційному банку для започаткування підприємницької діяльності?
4. Як потрібно співпрацювати з фондами, щоб отримати фінансову підтримку підприємницької діяльності? Що являють собою венчурні фонди?

7.6 Правила підприємництва та їх зміст

За останні 100 років багато відомих бізнесменів і вчених у галузі бізнесу та підприємництва видали низку мемуарів, спогадів, наукових праць, в яких виклали своє бачення проблем підприємництва, сфор-

мулювали правила ведення чесного, шляхетного, безпечного, цивілізованого бізнесу. До таких осіб можна віднести Генрі Форда, Кадзуму Татеїсі, Пітера Ф. Друкера, Норткота С. Паркінсона, Лі Якоккі, Герберта Кессона та багатьох інших.

У своїх наукових працях та мемуарах вони засвідчили той досвід, який був накопичений бізнесменами, менеджерами та вченими в питаннях організації бізнесу, пошуку шляхів вирішення проблем, які постійно виникали під час здійснення підприємницької діяльності. Поради цих відомих людей отримали назву *правил бізнесу*. Дотримання цих правил – одна із умов налагодження в країні цивілізованого бізнесу.

Зрозуміло, що ці поради не є догмою. Ці правила та поради були сформульовані в конкретних економічних умовах, в яких діяли бізнесмени. Але раціональне зерно в цих правилах, безперечно, є.

З певною умовністю ці правила бізнесу та підприємництва можна згрупувати за такими ознаками:

- правила у сфері ринкової діяльності;
- правила у сфері виробництва;
- правила у сфері фінансів;
- правила у сфері менеджменту;
- правила ділової поведінки самого підприємця.

До основних правил бізнесу у *сфері ринкової* діяльності належать такі:

- знайди серйозну комерційну ідею;
- не бійся занижити ціну, бійся її завищити;
- бізнес живе з обороту, а не з ціни;
- поганим є той бізнес, який не враховує психології споживача;
- рекламуй свій товар або послугу. Пам'ятай, що без реклами практично не можна реалізувати комерційну ідею;
- спершу, ніж щось продати, слід створити попит на це;
- орієнтуйся на певне коло партнерів, товарів, послуг тощо, а не на все одразу;
- не хехтуй невеликими ринками;
- уникай ринків, де діють відомі фірми тощо.

До основних правил бізнесу у *сфері виробництва* належать:

- складай бізнес-план;
- не бійся конкуренції. Пам'ятай, що на ринку завжди чогось не вистачає;
- єдина перешкода на шляху нових ідей – застарілі ідеї;
- на заяву: „Це неможливо” відповідайте: „Тим більше є підстав це спробувати”;

- існують лише два способи отримувати прибуток: або більше продавати, або скорочувати витрати;

- під час підйому накопичуй, під час кризи - витрачай.

До основних правил бізнесу у *сфері фінансів* належать:

- не тримай всі яйця в одному кошику;

- не бійся брати кредити. Але бери стільки, скільки можеш вкласти в бізнес;

- бери кредити для розвитку, а не чванливості;

- створюй фінансовий запас у вигляді накопичення частини доходів;

- вкладай гроші тільки в те, що знаєш;

- вкладай гроші тільки в те, що можна перепродати;

- не купуй жодної речі лише тому, що вона тобі подобається;

- ніколи не вкладай гроші під тиском;

- роби гроші на власності, а не на планах;

- вкладай гроші тільки тоді, коли переконаєшся, що на товар буде сталий попит;

- завжди отримуй свій прибуток;

- хочеш робити гроші – дій швидко, не упускай фактор часу;

- вмій ділитися доходами;

- тримай гроші в обороті;

- не купуй і не будуй зайвого;

- завжди май більше покупців, ніж товарів. Краще відмовити покупцю, ніж затоваритися;

- уникай давати будь-кому гроші в борг. Надай цю можливість банкірам. Вони знають, як це зробити, а ти – ні. Вони вміють себе захистити, а ти – ні. Пам'ятай: гроші завжди трудніше зберегти, ніж заробити;

- позичати гроші – значить робити незрозуміло що, оскільки це і не подарунок, і не вкладення;

- купуй під час зниження цін, продавай під час підвищення цін;

- не слід чинити так, як чинить натовп. В фінансах натовп завжди програє. Слідкуй за цінами, а не за натовпом;

- ніколи не купуй, коли покупців більше, ніж продавців. Ніколи не продавай, коли продавців більше, ніж покупців;

- відтягуй сплату боргів до останньої секунди (законної).

До основних правил бізнесу у *сфері менеджменту* належать:

- хочеш заробляти гроші – навчися розуміти своїх співробітників;

- не самоізолюйся при прийнятті рішень;

- ніколи не забувай, що твоя думка або позиція зовсім не завжди є кращою. Є інші думки і позиції, зовсім не гірші;
- не перекладай відповідальність за прийняття потрібних рішень на підлеглих, якщо це не входить до їх компетенції або вони не отримали від тебе відповідного завдання;
- виховуй підлеглих ненав'язливо. Заохочуй їх працю та ініціативу;
- вища форма неповаги до партнерів і підлеглих – затримка початку роботи через запізнення або непідготовленість заходу;
- будь терпимим до недоліків людей, якщо ці недоліки не заважають твоєму бізнесу;
- пам'ятай, що людину можна образити не тільки словом. Поза, жести, міміка часто є не менш виразними;
- не бійся талановитих підлеглих;
- надай співробітникам максимум свободи для досягнення мети свого підприємства;
- розхвалою на людях, ганьби з ока на око;
- пам'ятай, що немає нічого гіршого для людини, ніж приниження. Воно ніколи не забувається і ніколи не пробачається;
- людям потрібно платити заробітну плату, яка не принижує їх гідність і не змушує оглядатись в пошуках додаткових заробітків;
- людям потрібно довіряти. Довіра цінується більше, ніж гроші;
- підлеглих потрібно виховувати власним прикладом;
- підлеглих потрібно вчити працювати разом;
- у підлеглих потрібно виховувати почуття мети, яким найчастіше є щасливий клієнт, що платить гроші;
- керуйся здоровим глуздом, намагайся згуртувати людей навколо себе;
- поважай досвід інших;
- не відкладай розробку стратегії на завтра;
- бізнес успішний не тому, що він "може щось зробити", а тому, що хтось це купує;
- не дратуй богів (тобто, державу та державні органи). Наприклад, своєчасно сплачуй податки;
- пам'ятай секрети успішного бізнесу: правильно організована справа; наявність колективу професіоналів та односторонців, достатнє фінансування, правильна маркетингова політика, наявність чіткої мети, впевненість у власних цілях, здорові амбіції.

Дуже важливим для бізнесу є вміння *правильно підбирати кадри*. Найкращою у світі вважається французька системи підбору кад-

рів. Ця система визначає спокуси, на які ніколи не потрібно погоджуватись, підбираючи кадри. Так, не можна:

а) добирати кадри з числа тих, з ким ти вчився, оскільки це закінчується фамільярністю, яка рано чи пізно розсварить партнерів;

б) добирати людей за їхньою відданістю, оскільки відданість не означає розум, скоріше навпаки;

в) брати тих, з ким ти разом піддавався різним утіхам, оскільки тут є ризик, що ті, хто робив щось непристойне з тобою в молодості, потім будуть тебе цим шантажувати;

г) брати людей за їх родоводом, оскільки, подарувавши талант батькові, природа може відпочити на його нащадках;

д) продавати посади, оскільки часто цим користуються нечесні, злодійкуваті люди;

е) добирати людей за принципом єдності політичних симпатій, оскільки політична орієнтація людей часто змінюється.

Порада тут одна: потрібно здійснювати підбір кадрів за професійними та моральними якостями. Нічого кращого людство за тисячоліття ще не винайшло.

До основних правил *ділової поведінки бізнесмена* належать:

- пам'ятай, що головний капітал сьогодні – це ти сам. Застав себе ефективно працювати протягом всього часу;

- будь завжди впевненим в своїх діях;

- до однієї справи постійно додавай іншу;

- кожному мить у світі стає одним обдуреним більше. Подбай, щоб цим обдуреним був не ти;

- виховуй звичку: все, з чим стикаєшся, розглядати з точки зору користі для справи;

- виконуй обіцянки в строк. Якщо не можеш виконати, не виправдовуйся, а визнач новий строк і виконай обіцянку;

- пам'ятай, що ніщо так не компрометує підприємця, як його розгубленість;

- не залишай без ретельного аналізу ні один випадок невдачі;

- займайся вирішенням тільки тих питань, в яких твоя участь обов'язкова;

- створи собі імідж ділової, впевненої людини, котра завжди досягає успіху;

- вмій слухати співрозмовника;

- намагайся стримувати емоції;

- виробляй та дотримуйся певного стилю керівництва (ліберального, демократичного чи навіть авторитарного). Підлеглим буде легше прилаштуватись до тебе;

- обмірковуй те, що збираєшся сказати або зробити. Інколи зопалу сказане слово може звести нанівець результати тривалої роботи;
- намагайся підтримувати хорошу фізичну форму;
- ніколи не переставай вчитися. Одна чи дві вищі освіти – це ще не гарантія досягнення успіху. Не відставай від досягнень науки;
- не забувай, що підлеглі – також люди і ніщо людське їм не чуже;
- щодня виділяй час для роздумів;
- спочатку заспокойся, а потім думай;
- публікуй свої досягнення;
- постійно став перед собою конкретну мету;
- навчись зосереджуватись;
- уникай шаблону в діяльності, занотовуй свої думки;
- розширюй спілкування з людьми інших професій;
- завжди відчувай духовну спрагу, потребу діяти. Пам'ятай, ситий чемпіон завжди зазнає поразки;
- пам'ятай, що змінити психологію не можна, а поведінку – можна.

Зрозуміло, що це тільки мала частина порад та правил ведення бізнесу. І чи можна взагалі дати поради на всі випадки життя? Безумовно, ні.

Тому кожен підприємець повинен аналізувати конкретні ситуації, в які потрапляє, та виробляти відповідні ділові й етичні правила ведення бізнесу, опираючись при цьому на досягнення світового бізнесу. Потрібно тільки пам'ятати, що ці правила повинні відповідати загальнолюдським цінностям і моралі.

Запитання для самоконтролю

1. Назвіть відомі Вам правила бізнесу в різних сферах та дайте їх пояснення.
2. Наведіть приклади, які б підтверджували (або спростовували) ці правила.
3. Чи є правила бізнесу абсолютними? Відповідь обґрунтуйте.
4. Висловіть свої думки щодо правил французької системи підбору кадрів.
5. З якими правилами бізнесу ви безумовно погоджуєтесь, а з якими ні? Свої думки обґрунтуйте.
6. Які з наведених вище правил бізнесу справили на вас найбільше враження і чому?
7. Назвіть основні правила ділової поведінки підприємця та поясніть їх зміст.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барроу К. Бізнес-план: Практ. посіб: Пер. з 3-го англ. видання. – К. : Т-во „Знання”, КОО, 2002. – 285 с.
2. Бусыгин А. В. Предпринимательство : учебник. – 3-е изд. / Бусыгин А. В. – М. : Дело, 2001. – 640 с.
3. Варналій З. С. Основи підприємництва : навч. посібник / Варналій З. С. – К. : Знання-Прес, 2002. – 239 с.
4. Вітлінський В. В. Ризик у менеджменті. / В. В. Вітлінський, С. І. Наконечний С. І. – К. : ТОВ „Борисфен-М”, 1996. – 324 с.
5. Господарський кодекс України. від 16 січня 2003 р.– Відомості Верховної ради України, 2003, № 18-22.
6. Іванюта С. М. Підприємництво та бізнес-культура : навч. посібн. / С. М. Іванюта, В. Ф. Іванюта – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 288 с.
7. Кісельов А. П. Основи бізнесу : підручник для економ. спец. ВНЗ. / Кісельов А. П. – К. : Вища шк., 2005. – 190 с. с.: іл.
8. Кийосаки Р. Т. Богатый папа, бедный папа / Пер. с англ. Е. А. Мартинкевич; Худ. обл. М. В. Драко. – 2-е изд. / Р. Т. Кийосаки, Ш. Л. Лектер – Мн. : ООО „Попурри”, 2002. – 272 с.
9. Кийосаки Р. Т. Квадрант денежного потока. / Р. Т. Кийосаки, Ш. Л. Лектер – Киев: „Эридан”, 2001. – 192 с.
10. Козловський В. О. Основи підприємництва. Курс лекцій. Част. I / Козловський В. О. – Вінниця : ВНТУ, 2005. - 196 с.
11. Козловський В. О. Основи підприємництва. Курс лекцій. Част. 2 / Козловський В. О. –Вінниця : ВНТУ, 2006. - 184 с.
12. Козловський В. О. Підприємницька діяльність. Практикум. Част. I / Козловський В. О. – Вінниця, ВНТУ : 2006. - 175 с.
13. Козловський В. О. Підприємницька діяльність. Практикум. Част. 2 / Козловський В. О. – Вінниця : ВНТУ, 2006. - 179 с.
14. Козловський В. О. Бізнес-планування : навч. посібник. Видання 2-ге, доповн. та переробл. / В. О. Козловський, О. Й. Лесько – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2008. - 241 с.
15. Колот В. М. Підприємництво : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / В. М. Колот, О. В. Щербина – К. : КНЕУ, 2003. – 160 с.
16. Мочерний С. В. Основи підприємницької діяльності : посібник. / С. В. Мочерний, О. А. Устенко, С. І. Чеботар – К.: Видавничий центр „Академія”, 2001. – 280 с.
17. Панкратов Ф. Г. Комерційна справа : навч. посібник для вузів. Вид. 2-е, виправ. / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серьогіна – Рівне: „Вертекс”, 2002. – 352 с.
18. Підприємницька діяльність : посібник / Під ред. В. О. Козловського. – Вінниця: 1997. – 304 с.
19. Примакова О. Сертифікація продукції, товарів, послуг. – / Примакова О. – Х. : Фактор, 2001. – 140 с.

Навчальне видання

Володимир Олександрович Козловський

Основи підприємництва
Частина I

Навчальний посібник

Редактор В. Дружиніна

Коректор З. Поліщук

Оригінал-макет підготовлено автором

Підписано до друку
Формат 29,7 × 42 ¹/₄. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman.
Друк різнографічний. Ум. друк. арк.
Наклад прим. Зам. №

Вінницький національний технічний університет,
навчально-методичний відділ ВНТУ.
21021, м. Вінниця, Хмельницьке шосе, 95,
ВНТУ, к. 2201.
Тел. (0432) 59-87-36.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.

Віддруковано у Вінницькому національному технічному університеті
в комп'ютерному інформаційно-видавничому центрі.
21021, м. Вінниця, Хмельницьке шосе, 95,
ВНТУ, ГНК, к. 114.
Тел. (0432) 59-87-38.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.

