

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

В. М. КОЛОТ, О. В. ЩЕРБИНА

ПІДПРИЄМНИЦТВО

**Навчально-методичний посібник
для самостійного вивчення дисципліни**

*Рекомендовано
Міністерством освіти і науки України*

ББК 65.012.1
К 61

Рецензенти:

О. Ю. Лебединська, канд. екон. наук, доц.
(Українська академія державного управління при Президентові України)

А. О. Заїнчковський, д-р екон. наук, проф.
(Київський національний університет харчових технологій)

Гриф надано Міністерством освіти і науки України
лист № 14/18.2-855 від 19.05.03

Колот В. М., Щербина О. В.

К 61 Підприємництво: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч.
дисц. — К.: КНЕУ, 2003. — 160 с.
ISBN 966–574–535–2

Навчально-методичний посібник охоплює весь комплекс навчально-методичного забезпечення, необхідного для самостійного вивчення дисципліни. Основними елементами посібника є навчальна програма, методичні поради до вивчення кожної теми дисципліни, ілюстративний матеріал до вивчення теми, плани семінарських занять, завдання для самостійної роботи і самоконтролю рівня засвоєння навчального матеріалу, критерії оцінювання знань студентів.

Для підготовки фахівців з освітньо-кваліфікаційним рівнем бакалавр, які навчаються за спеціальністю «Економіка підприємства». Буде корисним і всім тим, хто має намір поглибити знання з теоретичних і практичних основ підприємництва.

ББК 65.012.1

Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється

ISBN 966-574-535-2

© В.М. Колот, О.В. Щербина, 2003
© КНЕУ, 2003

Навчальне видання

**КОЛОТ Володимир Михайлович,
ЩЕРБИНА Ольга Володимирівна**

ПІДПРИЄМНИЦТВО

**Навчально-методичний посібник
для самостійного вивчення дисципліни**

Редактор *О. Бондаренко*
Художник обкладинки *О. Стеценко*
Технічний редактор *Т. Піхота*
Коректор *А. Пономаренко*
Верстка *О. Михолат*

Підписано до друку 07.10.03. Формат 60×84/16. Папір офсет. № 1.
Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний. Ум. друк. арк. 9,3.
Обл.-вид. арк. 10,92. Наклад 1000 прим. Зам. № 03-2597.

Київський національний економічний університет
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, №235 від 07.11.2000)
Тел./факс: (044) 458-00-66; 456-64-58
E-mail: publish@kneu.kiev.ua

ПЕРЕДМОВА

В умовах становлення й розвитку ринкової економіки провідною формою господарювання має бути підприємництво — особливий вид діяльності, певні тип і стиль господарської поведінки, що характеризуються повною свободою вибору типу діяльності, інноваційним характером здійснення та орієнтацію на отримання зиску. Як показує світовий досвід, саме підприємництво є потужним «локомотивом», здатним істотно прискорити реформування вітчизняної економіки на ринкових засадах, що надасть можливість забезпечити належне зростання обсягів виробництва й добробуту населення.

Феномен підприємництва полягає в тому, що воно є постійним «збуджувачем» суспільного виробництва, оскільки не дозволяє йому застоюватись на місці. Підприємництво виступає тією рушійною силою, що виводить економіку на шлях ефективності, раціоналізації, бережливості та оновлення. Отже, підприємництво є стимулом розвитку виробництва та основою розвитку економіки.

Нарощування темпів розвитку та зростання ефективності підприємництва як сучасної форми господарювання неодмінно потребує підготовки висококваліфікованих менеджерів підприємницького типу, готових діяти в умовах підвищеного ризику, динамічності й невизначеності зовнішнього оточення, що притаманні сучасним ринковим реаліям.

Вивчення теоретичних і практичних основ підприємництва є обов'язковою умовою успішного переходу до нових принципів господарювання, характерних для ринкової економіки. Все це робить дисципліну «Підприємництво» необхідною в підготовці бакалаврів спеціальності 6107 «Економіка підприємства» усіх форм навчання.

Підготовка майбутніх фахівців — творчий процес, активними учасниками якого мають бути самі студенти. При цьому важливу роль відіграє самостійна аналітична робота кожного з них із законодавчими і нормативними актами, підручниками, навчальни-

ми посібниками, монографіями, спеціальною літературою, відповідними практичними матеріалами органів державного управління та суб'єктів первинної ланки підприємницької діяльності.

Мета навчального посібника — надати системного характеру самостійній роботі студентів із дисципліни «Підприємництво» у процесі набуття необхідного рівня теоретичних знань і практичних навичок. Посібник має сприяти формуванню здібностей студентів самостійно мислити, опанувувати ефективні прийоми, методи, стиль і тип господарської поведінки в підприємницькій діяльності, підкріпленої необхідними навичками. Цьому сприятиме регулярна самостійна робота за програмою курсу, підготовка до семінарських та практичних занять, виконання індивідуальних і самостійних завдань, тестів, здійснення самоконтролю знань, умінь та навичок.

Структурними складовими навчального посібника є програма курсу, комплект навчально-методичного забезпечення до кожної теми курсу, завдання для контролю знань студентів, список рекомендованої літератури до кожної теми.

Автори посібника: доцент кафедри економіки підприємств Київського національного економічного університету **Володимир Михайлович Колот**, канд. екон. наук, і доцент кафедри менеджменту цього університету **Ольга Володимирівна Щербина**, канд. екон. наук.

Розділ 1

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА

Тема 1. Загальна характеристика підприємництва

1.1. *Генезис та сутнісна характеристика підприємництва.* Походження (виникнення) бізнесу. Бізнес як діяльність, що історично виникла у процесі розвитку суспільства. Процес формування відносин бізнесу та етапи його розвитку. Бізнес як основа розвитку економіки.

Сучасне визначення підприємництва. Підприємництво як особливий вид діяльності, стиль і тип господарської поведінки. Функції підприємницької діяльності. Суб'єкти та об'єкти підприємництва.

1.2. *Принципи здійснення, форми, і моделі підприємницької діяльності.* Принципи здійснення підприємництва. Індивідуальна і колективна форми підприємництва. Класична та інноваційна моделі підприємництва.

1.3. *Соціально-економічна роль і значення підприємництва в структурі ринкової економіки.* Підприємництво як важіль зміни структури економіки, «живильне середовище» для конкуренції, каталізатор економічного розвитку, чинник економії і раціонального використання ресурсів, сильний стимул до високоефективної праці. Визначальна роль підприємництва в досягненні економічного успіху.

Тема 2. Типологія підприємництва

2.1. *Типи професійної підприємницької діяльності та їх особливості.* Зв'язок підприємництва з основними фазами відтворювального циклу: виробництвом продукції; виконанням робіт і наданням послуг; обміном і розподілом товарів та їх споживанням. Основні типи та відповідні сфери підприємницької діяльності.

2.2. *Виробнича підприємницька діяльність та її форми.* Форми виробничої підприємницької діяльності. Можливі способи для підприємця щодо економічних відносин підприємець — споживач. Інтерес споживача, спровокований підприємцем. Виявлений

інтерес споживача. Загальна типологія виробничої підприємницької діяльності.

2.3. *Посередницька підприємницька діяльність.* Поняття і значення посередницької підприємницької діяльності. Схема посередницького підприємництва. Структурні елементи (форми, види, суб'єкти) посередницької підприємницької діяльності.

2.4. *Підприємництво у сфері надання фінансових послуг.* Фінансове посередництво як невід'ємна частина посередницької діяльності і надання послуг. Схема підприємницької діяльності у сфері фінансів. Суб'єкти підприємництва фінансового спрямування. Функціональна структура інтегрованого ринку фінансових ресурсів.

2.5. *Середовище і передумови активізації підприємницької діяльності.* Сутність, основні параметри і проблеми формування сучасного підприємницького середовища. Характеристика зовнішніх і внутрішніх чинників, що формують підприємницьке середовище. Інституційні елементи інфраструктури ринку (ринку капіталів, ринку робочої сили, ринку засобів виробництва і предметів споживання). Передумови активізації підприємництва на сучасному етапі господарювання.

Тема 3. Мале підприємництво в ринковій економіці

3.1. *Загальна характеристика і особливості малого підприємництва.* Поняття категорій «мале підприємництво», «малий бізнес», «мале підприємство», «громадянин-підприємець». Критерії віднесення суб'єктів підприємництва до категорії «мале підприємництво» і «мале підприємство». Мале підприємництво як основа соціальної реструктуризації суспільства в ринковій економіці. Особливості малого підприємництва, його переваги й недоліки.

3.2. *Місце та економічна роль малого бізнесу в умовах ринку.* Мале підприємництво як: основна вихідна соціально-економічна база відтворення на розширеній основі ефективних виробничих відносин; провідний сектор та найменш бюджетомісткий засіб ринкової економіки, стабільне та вагоме джерело податкових надходжень; основа дрібнотоварного виробництва; джерело формування «середнього класу»; основа соціально-економічних реформ. Вплив малого підприємництва на темпи економічного розвитку; здійснення структурної перебудови економіки; забезпечення насичення ринку товарами та послугами; реалізацію інновацій; розвиток конкуренції.

3.3. *Тенденції, особливості та проблеми розвитку малого бізнесу в Україні.* Сучасні тенденції соціально-економічного розвитку малого підприємництва в Україні. Результати діяльності малих підприємств. Особливості розвитку вітчизняного малого бізнесу. Основні причини гальмування становлення малого підприємництва. Нагальні проблеми, що стримують розвиток і функціонування суб'єктів малого підприємництва.

Тема 4. Технологія створення підприємства (власної справи)

4.1. *Підприємницька ідея, її джерела та методи пошуку.* Об'єктивна необхідність і сутність пошуку підприємницької ідеї. Джерела підприємницьких ідей. Фактори, що впливають на вибір підприємницької ідеї. Групи методів творчого пошуку підприємницької ідеї (методи індивідуального творчого пошуку, методи колективного пошуку, методи активізації пошуку).

4.2. *Вибір типу підприємства та обґрунтування цілей підприємницької діяльності.* Можливі типи підприємницьких структур (самокеруючі та підприємницькі фірми). Процедура вибору організаційно-правової форми підприємства. Формування цілей підприємницької діяльності з урахуванням особистої мети підприємця та особливостей сфери його діяльності. Сучасні вимоги до цілей підприємництва.

4.3. *Організація процесу створення і реєстрації нового підприємства.* Особливості створення нових підприємств (суб'єктів підприємницької діяльності). Технологія організації нових фірм на прикладі малих підприємств різних форм власності. Способи створення малих підприємств. Засновники малих підприємств, їх функції. Типова схема державної реєстрації новоствореного підприємства. Загальна схема процедури реєстрації підприємницької діяльності без створення юридичної особи.

4.4. *Ліцензування підприємницької діяльності.* Основні види підприємницької діяльності в Україні, що потребують обов'язкового ліцензування. Процедура отримання ліцензії. Термін дії ліцензії та порядок його пролонгації.

Тема 5. Формування підприємницького капіталу

5.1. *Підприємницький капітал: сутність і складові елементи.* Стартовий капітал як обов'язкова умова здійснення підприємництва. Сутність капіталу, його матеріалізована та ментальна фор-

ми. Економічна й елементна структура підприємницького капіталу. Основний та оборотний капітал, особливості кругообігу і відшкодування.

5.2. *Формування початкового (стартового) підприємницького капіталу.* Поняття початкового підприємницького капіталу. Загальний порядок формування підприємницького капіталу. Можливі варіанти формування окремих елементів капіталу. Схема й алгоритм розрахунків необхідного розміру підприємницького капіталу. Особливості формування капіталу в перехідний період. Формування підприємницького капіталу з урахуванням концепції механізму «прихованих партнерських зв'язків».

5.3. *Джерела формування підприємницького капіталу.* Джерела підприємницького капіталу: кошти накопичені у процесі попередньої діяльності (власні або успадковані); особисті заощадження як у грошовій, так і речовій (товарній) формах; позичкові кошти. Вибір і обґрунтування прийнятних та найбільш ефективних способів формування початкового статутного капіталу. Позика і кредит. Групування і загальна характеристика кредитних операцій за ознаками.

Тема 6. Інвестиційна політика фірми

6.1. *Характеристика інвестиційної діяльності фірми.* Категоріальний апарат щодо інвестиційної діяльності (інвестиції, інвестори, інвестиційні проекти тощо). Сутність і значення активної інвестиційної діяльності фірми. Правове регулювання інвестиційної діяльності суб'єктів господарювання в Україні. Основні форми державного регулювання інвестиційної діяльності: регулювання об'єктів і сфер інвестування; податкове регулювання; надання фінансової допомоги та пільгових кредитів; амортизаційна політика; регулювання участі інвесторів у приватизації; регулювання фінансових інвестицій; експертиза інвестиційних проектів; забезпечення захисту інвестицій; регулювання умов здійснення інвестицій за межами держави. Завдання й функції інвестиційного менеджменту на підприємстві.

6.2. *Формування інвестицій і фінансування капіталу.* Чинники, що впливають на передбачуваний обсяг інвестицій фірми. Класифікація інвестицій в об'єкти підприємницької діяльності за окремими ознаками: об'єктами вкладення коштів, характером участі в інвестуванні, періодом інвестування, формою власності інвестиційних ресурсів, регіональною ознакою. Реальні (виробничі) й фінансові

інвестиції. Власні, позичкові й залучені джерела інвестиційних ресурсів фірми. Методи фінансування окремих інвестиційних програм та проєктів: повне самофінансування; аукціонне самофінансування; кредитне фінансування; лізинг або селенг; мішане фінансування.

6.3. *Інвестиційна привабливість ієрархічно відособлених суб'єктів господарювання.* Сутність і значення оцінки і прогнозування інвестиційної привабливості окремих інтегрованих та первинних ланок господарювання. Інвестиційна привабливість галузей економіки та промисловості (етапи, система показників для оцінювання, ступінь привабливості в Україні). Оцінювання і прогнозування інвестиційної привабливості регіонів (система узагальнюючих та аналітичних показників, методика їх розрахунків). Оцінювання інвестиційної привабливості фірми, двохаспектний підхід щодо її здійснення: виявлення стадії життєвого циклу; аналіз фінансової діяльності. Методика визначення стадії життєвого циклу, на якій перебуває фірма на момент оцінювання. Показники фінансового аналізу для оцінювання інвестиційної привабливості фірми.

Тема 7. Договірні взаємовідносини і партнерські зв'язки в підприємстві

7.1. *Організація договірних відносин у підприємстві.* Загальна характеристика підприємницьких договорів (контрактів, угод) як єдиної правової норми партнерських взаємозв'язків у бізнесі. Класифікація підприємницьких договорів за сферами діяльності. Сутнісна характеристика договорів стосовно сфери діяльності. Типова змістова структура договору. Оферта як особлива форма укладання договору. Тверда і вільна оферта.

7.2. *Формування умов договору підприємцем.* Типовий зміст, специфічні й загальні умови договору. Формування можливих конкретних умов договору: предмет договору; якість продукції; ціна товару; форма платежу; термін поставлення товару; упаковка і маркування товару; здавання—приймання товару; штрафні санкції; форс-мажор; арбітраж; інші умови.

7.3 *Партнерські зв'язки: сутність та організаційно-правова форма.* Схеми підприємницьких дій щодо реалізації проєктів як основа для встановлення необхідних партнерських зв'язків. Сутність і значення партнерських зв'язків, регулювання правовідносин юридичних та фізичних осіб у сфері підприємницької діяльності.

7.4. *Напрямки і форми співробітництва партнерів.* Основні напрямки співпраці партнерів: виробництво, товарообмін, торгівля, фінансові відносини. Форми співробітництва у сфері виробництва (спільне підприємство, виробнича кооперація, лізинг, проектне фінансування, ліцензування, підрядне виробництво). Бартер, зустрічна торгівля і комерційна триангуляція як форми товарообмінних операцій. Форми угод у сфері торгівлі. Форми співпраці у сфері фінансових відносин (факторинг і комерційний трансфер).

Тема 8. Підприємницький успіх і культура бізнесу

8.1. *Характеристика та організація підприємницького успіху.* Сутність і складники підприємницького успіху. Підприємець як визначальна особистість у бізнесі. Ділові якості особистості підприємця. Комерційна інформація в концепції підприємницького успіху.

8.2. *Професійна культура бізнесової діяльності.* Характеристика професійної культури бізнесу. Етичні норми бізнесу. Передумови формування високої культури підприємництва. Сучасні заповіді підприємця з високим рівнем культури діяльності.

8.3. *Основи підприємницького діловодства.* Ділові документи і діловодство, їх сутнісна характеристика і значення для успішного підприємництва. Класифікація (систематизація) ділової документації за ознаками. Сучасні вимоги до складання документів стосовно стилю ділового листування, елементів і правил написання тексту. Стандартизоване оформлення реквізитів організаційно-розпорядчих документів.

8.4. *Сутність і складові ділової етики підприємця.* Етика спілкування шляхом телефонних розмов і службового листування. Етикет привітання, представлення, прийомів та переговорів. Технологія ведення переговорів: сучасні вимоги, підготовча робота, тактика, психологічні аспекти. Етичні норми реклами. Створення позитивного іміджу фірми.

Тема 9. Аналітична оцінка ефективності підприємницької діяльності

9.1. *Методичні основи аналітичної оцінки ефективності підприємництва.* Принципові положення методики визначення ефективності підприємницької діяльності. Основні етапи проведення комплексного економічного аналізу результатів діяльності підприємства.

емства. Методи комплексного оцінювання ефективності підприємницької діяльності. Методологічні принципи побудови системи показників ефективності підприємництва. Джерела інформації для розрахунку показників ефективності підприємницької діяльності.

9.2. *Формування та обчислення показників ефективності підприємницької діяльності.* Оцінка ефективності виробничо-господарської діяльності на основі обчислень та аналізу двох груп показників: цілеоцінних (рівня задоволення потреб ринку, валового та чистого прибутку, рентабельності виробництва і виробів); використання ресурсів (продуктивності праці, фондівіддачі, матеріаломісткості, зарплатомісткості продукції, витрат на одиницю товарної продукції).

Технологія оцінки бізнесово-фінансової діяльності фірми. Групи розрахункових показників: прибутковість (власного капіталу, активів, обсягу продажу); ліквідність (загальна й термінова) та платоспроможність; стійкість (коефіцієнти фінансової незалежності, залучення позичкових коштів, покриття платежів із фіксованими термінами виплат); стан акціонерного капіталу (прибутковість акцій, співвідношення ціни і дохідності акцій, ринкова і балансова ціна акцій).

Оцінка ефективності діяльності позавиробничих підприємницьких структур.

9.3. *Визначення ефективності створення та діяльності спільних виробничих підприємств.* Змістовна характеристика техніко-економічного обґрунтування створення спільного виробничого підприємства. Загальна методика оцінки ефективності діяльності спільного виробничого підприємства. Розрахунки прибутку та інтегрального економічного ефекту. Валютна самоокупність спільних підприємств, її сутність і обчислення очікуваного рівня.

Тема 10. Шляхи підвищення ефективності підприємництва

10.1. *Обґрунтування ефективних методів і форм підприємництва.* Основні методи і форми активізації підприємництва. Прискорення процесів приватизації підприємств (організацій). Вдосконалення системи управління підприємствами й корпораціями. Створення консорціумів із розробки та реалізації проектів технічного розвитку. Формування мережі спеціалізованих магазинів із продажу власних товарів. Розвиток спеціальних центрів із наданням послуг виробничого характеру. Започаткування централізова-

ного фонду фінансової взаємодопомоги. Комп'ютеризація, створення сучасних комунікацій та комерційно-інформаційного поля. Підготовка і підвищення кваліфікації управлінських кадрів для підприємництва. Адаптація систем управління до вимог ринку.

10.2. *Активізація інноваційно-інвестиційної діяльності і підвищення конкурентоспроможності продукції (послуг) підприємства.* Сутність і значення інноваційної та інвестиційної діяльності фірми виробничого спрямування. Основні типові блоки і напрямки інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства. Менеджмент науково-технічного та організаційного прогресу, його зміст і сучасні напрямки, вплив на ефективність підприємства. Механізм фінансування інноваційних проектів прикладної спрямованості. Конкурентоспроможність продукції та шляхи її забезпечення.

10.3. *Оптимізація поточних витрат і розмірів виробничих підприємств.* Поняття оптимальних поточних витрат фірми. Взаємозв'язок прибутку, витрат виробництва та обсягів випуску продукції. Коефіцієнти оптимальності витрат. Визначення мінімальних витрат, загальний методичний підхід до їх оптимізації. Обґрунтування оптимальних розмірів підприємства з монономенклатурним виробництвом за показниками чисельності працюючих, обсягом виробництва товарної продукції, поточними витратами на грошову одиницю останньої. Графічний метод визначення оптимальних параметрів монономенклатурних підприємств.

Тема 11. Тіньова економіка в бізнесі

11.1. *Генезис, сутність та структура тіньової економіки.* Поняття «тіньової економіки». Причини її виникнення. Структура тіньової економіки. Вплив тіньового сектору на економічну діяльність, політичне й громадське життя країни.

11.2. *Механізми функціонування тіньової економічної діяльності.* Типові механізми функціонування тіньової підприємницької діяльності: неформальна економіка, нелегальне виробництво товарів і надання послуг, ухилення від сплати податків та обов'язкових платежів, нелегальний експорт капіталів.

11.3. *Оцінка масштабів тіньової економічної діяльності суб'єктів підприємництва.* Методичні основи аналітичного оцінювання тіньової економічної діяльності. Методи оцінювання розмірів тіньової економіки: соціологічні, статистичні, монетарні, структурні, спеціальні методи.

11.4. *Основні напрямки легалізації тіньової підприємницької діяльності.* Об'єктивна необхідність створення умов для легалізації тіньового капіталу. Основні напрямки протидії тінізації бізнесу: створення відповідної законодавчої бази, вирішення питань організаційно-нормативного забезпечення, урахування соціально-психологічних факторів.

ТЕМАТИЧНИЙ ПОГОДИННИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ

№ з/п	Тема	Кількість годин					
		лекційних			практичних занять		
		Д*	В*	З*	Д*	В*	З*
1	Загальна характеристика підприємництва	2	2	1	1	1	—
2	Типологія підприємництва	1	1	С*	1	1	1
3	Мале підприємництво в ринковій економіці	2	2	1	2	2	—
4	Технологія створення підприємства (власної справи)	2	2	1	2	2	1
5	Формування підприємницького капіталу	2	2	1	2	2	—
6	Інвестиційна політика фірми	2	2	1	2	2	—
7	Договірні взаємовідносини і партнерські зв'язки в підприємстві	1	1	С*	1	1	—
8	Підприємницький успіх і культура бізнесу	2	2	С*	1	1	—
9	Аналітичне оцінювання ефективності підприємницької діяльності	2	2	1	2	2	1
10	Шляхи підвищення ефективності підприємництва	2	2	1	1	1	1
11	Тіньова економіка в бізнесі	2	2	1	1	1	—
	Всього:	20	20	8	16	16	4

*Д — денна форма навчання, В — вечірня форма навчання, З — заочна форма навчання, С — самостійне вивчення.

Розділ 2

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИВЧЕННЯ ОКРЕМИХ ТЕМ

Тема 1. Загальна характеристика підприємництва

1.1. Методичні поради до вивчення теми

Вивчаючи цю тему, потрібно виходити з того, що підприємництво є стратегічним фактором та внутрішнім джерелом стійкого економічного розвитку і матеріального забезпечення добробуту населення країни в ринкових умовах господарювання. Однак ці функції підприємництво здатне виконувати тільки за наукового підходу до розуміння його сутності та змісту.

У сучасній економічній теорії немає однозначного тлумачення сутності підприємництва. Здебільшого сутність цього явища підмінюють метою (отримання прибутку) підприємницької діяльності. А проте правильне розуміння справжньої сутності підприємництва однаково важливе як для економічної науки, так і для господарської практики.

Досліджувати проблематику підприємництва, всебічно характеризуючи його особливості, неможливо без історичного підходу. Важливо враховувати вже набутий досвід вивчення цього феномену. Зазначимо, що більшість науковців зосереджували увагу на дослідженні категорії «підприємець», розглядаючи категорію «підприємництво» як похідну від неї, що пояснюється вирішальною роллю особистості в такій діяльності. У зв'язку з цим корисно буде відстежити за літературними джерелами еволюцію терміна «підприємець» (табл. 1.1).

Розглядаючи сутність поняття «підприємництво», не можна не торкнутися певної категоріальної «підміни», до якої доволі часто вдаються навіть у науковій літературі. Ідеться про ототожнення категорій «підприємництво» та «бізнес». Варто усвідомити, що ці категорії, хоча й дуже тісно пов'язані між собою, не є синонімами і різняться своєю сутністю (табл. 1.2).

Загалом категорія «підприємництво» за своїми ознаками вужча, ніж категорія «бізнес». До найважливіших відмінних ознак підприємництва порівняно з бізнесом належать: значно більший ступінь свободи та самостійності у виборі напрямків і методів діяльності, прийнятті рішень та відповідальності за ці рішення; ін-

новаційний характер підприємницької діяльності та відповідно набагато більший рівень ризикованості; орієнтація на досягнення комерційного успіху.

Для усвідомлення сутності підприємництва слід зрозуміти, що воно є багатоплановим явищем. Його соціально-економічну сутність слід розглядати як економічну категорію, специфічний фактор виробництва, активний і динамічний елемент бізнесу, особливий вид діяльності, певні тип і стиль господарської поведінки (рис. 1.1). Специфіка підприємництва полягає в тому, що його суб'єкт — підприємець — здатний особливим виключно раціональним способом об'єднувати та комбінувати фактори виробництва на інноваційній та ризикованій основі, що дає йому змогу отримувати не прибуток взагалі, а надприбуток, тобто підприємницький дохід.

Крім того, підприємництво також є особливою функцією (рис. 1.2), що виконується в економіці країни для забезпечення розвитку й удосконалення господарського механізму, постійного оновлення економіки суб'єктів господарювання, створення інноваційного поля діяльності, розвитку конкуренції тощо.

Вивчаючи тему, необхідно ознайомитися з науково обґрунтованими принципами здійснення підприємницької діяльності (рис. 1.3), а також розглянути індивідуальну, колективну та внутрішньофірмову форми підприємництва.

Під час вивчення теми потрібно також звернути увагу на те, що підприємницька діяльність може мати традиційний і новітній характер, тобто може здійснюватись за класичною чи інноваційною моделлю (рис. 1.4).

Останнім етапом у вивченні теми має стати розгляд місця та ролі підприємництва у формуванні ефективної системи господарювання (рис. 1.5).

1.2. Ілюстративний матеріал до вивчення теми

Таблиця 1.1

ЕВОЛЮЦІЯ ТЕРМІНА «ПІДПРИЄМЕЦЬ»

Дослідник	Визначення
Рішар Кантільйон (1725)	Підприємець — це власник, що бере на себе ризик своєї господарської діяльності.
Адам Сміт (1768)	Підприємець — власник підприємства. Мета підприємницької діяльності — отримання підприємницького доходу.

Закінчення табл. 1.1

Дослідник	Визначення
Ж. Б. Сей (1803)	Підприємець — це людина, яка вмiє поєднувати та комбiнувати чинники виробництва. Головна функція підприємця полягає не в отриманні прибутку, а в організації й управлінні відтворенням у рамках звичайної господарської діяльності, результатом якої є підприємницький дохід, а не дохід на капітал.
Френсіс Уокер (1876)	Підприємець — це особа (не обов'язково власник), що створює підприємство й управляє його діяльністю для отримання доходу. Його внеском у цю діяльність є власна ініціатива, талант, винахідливість.
Йозеф Шумпетер (1934)	Підприємець — це особистість з яскраво вираженими новаторськими діловими здібностями, що реалізуються в оригінальних, нетрадиційних проектах, відмінних від наявних комерційних.
А. Тюнен	Підприємець — носій особливих рис, який вмiє ризикувати, приймати нестандартні рішення, відповідати за свої дії і тому претендує на незапланований дохід.
Ф. Х. Найт (1935)	Підприємець — особа, яка попри невизначеність майбутнього може «вгадати» основні параметри розвитку виробництва та обміну, завдяки чому отримати комерційний ефект.
Ф. А. Хаєк	Діяльність підприємця передбачає організаційно-господарську новизну та економічну підприємницьку свободу.
Пітер Дракер (1964)	Підприємець завжди в пошуках змін, він використовує будь-яку можливість із максимальним зиском.
А. Шапіро	Поведінка підприємця охоплює елементи ініціативи; організаційні здібності; відповідальність за ризик.
Карл Веспер (1980)	Підприємець по-різному виглядає в очах економістів, психологів, інших підприємців. З погляду економіста, підприємець — це той, хто поєднує кошти, працю, матеріал і т. ін. таким чином, щоб їх сукупна вартість зростала. При цьому підприємець вносить зміни, запроваджує інновації і змінює заведений порядок.
Закон України «Про підприємництво» від 07.02.1991 № 698	«Підприємництво — самостійна ініціативна, систематична, на власний ризик діяльність із виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг та здійснення торгівлі з метою отримання прибутку». На думку сучасних вчених-економістів, це формулювання практично ототожнює поняття «підприємництво» з поняттям «бізнес» або зводить його лише до результату підприємницької діяльності — прибутку.

Таблиця 1.2

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КАТЕГОРІЙ «БІЗНЕС» І «ПІДПРИЄМНИЦТВО» ТА ПОХІДНИХ ВІД НИХ

«Бізнес»	«Підприємництво»
«Business» (англ.) — справа, заняття, комерція, угода, торговельна операція тощо, пов'язана з особою вигодою.	Підприємництво — <i>особливий вид бізнесу</i> . Його метою є отримання не прибутку взагалі, а надприбутку, тобто підприємницького доходу, що отримується внаслідок самостійної ризикованої інноваційної діяльності, яка ґрунтується на повній економічній відповідальності, на персоніфікованому гнучкому управлінні й організації процесу відтворення.
Бізнес — це будь-яка (господарська, виробнича, посередницька тощо) стабільна економічна діяльність із більш передбачуваними результатами і набагато меншим ступенем ризику, ніж підприємництво.	Підприємництво — є <i>четвертим фактором виробництва</i> , сутність якого полягає в найбільш ефективному комбінуванні трьох основних факторів (земля, капітал, праця) з метою задоволення потреб споживача способами, відмінними від застосовуваних конкурентами, що і дає можливість отримання підприємницького доходу.
Бізнес — це систематизована тривала діяльність суб'єктів господарювання в умовах ринкової економіки, націлена на одержання реального прибутку у грошовій формі.	Підприємництво — окремий випадок бізнесу, що більшою мірою зорієнтований на особистість людини, яка здійснює бізнес і якій притаманні <i>певний стиль і тип господарської поведінки</i> .
Бізнесмен — людина, яка «робить гроші», власник капіталу, що перебуває в обігу і приносить йому дохід.	Підприємець — людина, яка здатна генерувати ділові ідеї, вишукувати можливості для створення чогось нового, використовувати нетрадиційні шляхи, брати на себе ризик і відповідальність під час втілення в життя цих дій.
Бізнес охоплює відносини між всіма учасниками ринкової економіки, а також дії не тільки підприємців, а й споживачів, найманих працівників, державних структур.	Підприємництво можливе не тільки у сфері бізнесу, а й у науці, культурі, медицині тощо. Визначальним при цьому є не продукт чи послуга, що надаються, а стиль роботи підприємця.
Малий бізнес — особлива форма бізнесу, пов'язана з функціонуванням малих підприємницьких структур будь-якої форми власності і відповідної правової форми органі-	Мале підприємництво — це одна з форм реалізації підприємницької ініціативи та підприємницького потенціалу (поряд із корпоративним та внутрішньофірмовим).

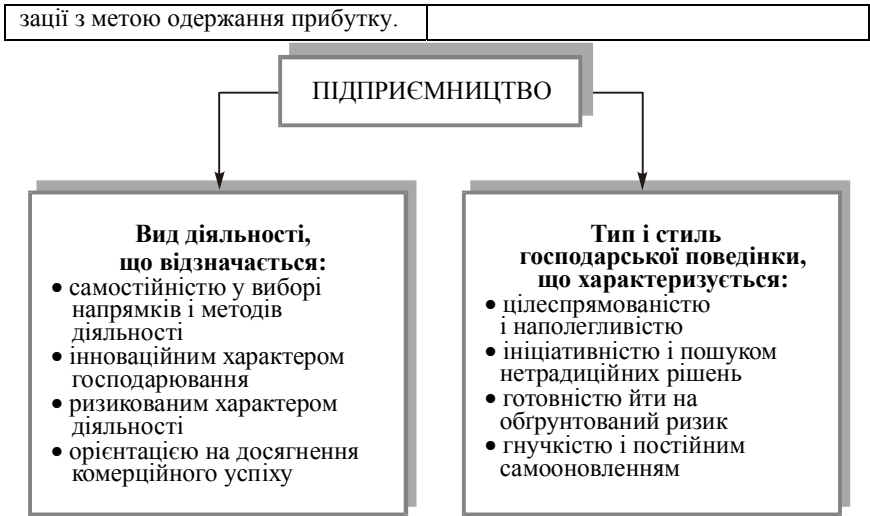


Рис. 1.1. Структурно-елементна характеристика підприємництва



Рис. 1.2. Основні функції підприємницької діяльності



Рис. 1.3. Науково обґрунтовані принципи здійснення підприємницької діяльності



Рис. 1.4. Схема принципів дій за умови інноваційної моделі підприємництва



Рис. 1.5. Роль підприємництва у формуванні ефективної системи господарювання

1.3. План семінарського заняття

1. Генезис та сутність підприємництва.

2. Принципи здійснення, форми та моделі підприємницької діяльності.

3. Соціально-економічна роль і значення підприємництва у структурі ринкової економіки.

Завдання для самостійної роботи

1. Ознайомитись із пакетом основних законодавчих та нормативних актів, що становлять правову базу розвитку підприємництва в Україні.

2. Охарактеризувати основні проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні.

3. Ознайомитися за нормативними актами з основними організаційно-правовими формами здійснення підприємницької діяльності в Україні. Подати в табличній формі економічні, соціальні й організаційні переваги та недоліки кожної з організаційних форм.



Література

1. Закон України «Про підприємства в Україні» від 27.03.91 № 887 // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 24.

2. Закон України «Про підприємництво» від 07.02.91 № 698 // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 14.

3. Закон України «Про господарські товариства» від 19.09.91 №1576 // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 53.

4. *Бусыгин А. В.* Предпринимательство. Основной курс: Учебник. — М.: ИНФРА, 1998.

5. *Геммерлинг Г. А.* Практический курс предпринимательства. — М., 1997.

6. Курс предпринимательства / Под ред. В. Я. Горфинкеля, В.А. Швандара. — М., 1997.

7. *Покропивний С. Ф., Колот В. М.* Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1998.

8. *Половинкин П. Д. и др.* Экономическая сущность и содержание предпринимательской деятельности. — СПб.: СПбУЭФ, 1995.

1.4. Тести для перевірки знань

1. Категорія «підприємництво» стосовно категорії «бізнес» є:
 - а) ідентичною;
 - б) значно ширшою за змістом;
 - в) вужчою за ознаками;
 - г) протилежною за змістом.
2. Підприємництво є:
 - а) формою господарювання;
 - б) фактором виробництва;
 - в) елементом бізнесу.
3. Підприємництво — це:
 - а) особливий вид діяльності;
 - б) певний тип і стиль суспільної поведінки;
 - в) комплекс особливих функцій в економіці;
 - г) елемент ефективного господарювання.
4. Мета підприємництва:
 - а) виконання місії підприємства;
 - б) одержання прибутку;
 - в) реалізація ідей підприємця;
 - г) задоволення потреб споживача;
 - д) забезпечення високої якості й технічного рівня продукції.
5. Підприємець — це:
 - а) людина, яка діє в умовах ринку;
 - б) особа, яка несе відповідальність за підприємницьку справу;
 - в) новатор, який розробляє нові технології;
 - г) енергійна, ініціативна людина, яка діє в умовах поміркованого ризику;
 - д) людина, яка використовує будь-яку можливість із максимальною вигодою;
 - е) людина, яка одержує прибуток завдяки своїм організаторським здібностям;
 - є) людина, яка досягає своїх цілей всупереч усьому, якщо це приводить до одержання прибутку.
6. Суб'єктами підприємництва в Україні можуть виступати:
 - а) громадяни України;
 - б) громадяни інших держав;
 - в) підприємства;
 - г) організації;
 - д) органи державної влади;

е) об'єднання підприємств.

7. Відмітними ознаками підприємницької діяльності є такі:

- а) прагнення до лідирування;
- б) орієнтація на досягнення комерційного успіху;
- в) інноваційний творчий характер діяльності;
- г) самостійність у виборі напрямків і методів діяльності;
- д) підвищений ступінь ризику;
- е) планування своєї діяльності.

8. Принципи досягнення підприємницького успіху такі:

- а) забезпечувати споживачів товарами за будь-яких обставин;
- б) зменшувати витрати до мінімуму, прагнучи одержати економію;
- в) братися лише за такі справи, для виконання яких у співробітників фірми є знання і навички;
- г) використовувати старе обладнання, оскільки воно дешевше за нове;
- д) розробляти нові і кращі товари, хоча вони потребують більших витрат;
- е) зберігати стабільні ціни, навіть за умов жорсткої конкуренції;
- ж) підвищувати або знижувати ціни заради досягнення мети залежно від рівня конкуренції на ринку.

9. Інноваційну модель підприємництва зорієнтовано:

- а) на активне використання нових управлінських рішень;
- б) пошук зовнішніх додаткових джерел ресурсів;
- в) максимально ефективне використання наявних у підприємства ресурсів;
- г) упровадження новітніх технологій.

10. Підприємництво існує для розвитку:

- а) у діяльності акціонерних товариств;
- б) у діяльності державних підприємств;
- в) у діяльності громадських організацій;
- г) у діяльності приватних організацій.

ТЕСТ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ РІВНЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ ДО ЗДІЙСНЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

№ з/п	Запитання	Відповідь	
		Так (Т)	Ні (Н)
1	Чи всі виступи на конференціях зрозумілі для Вас?		
2	Чи добре Ви справлялися з письмовими завданнями у школі?		
3	Чи вірите Ви в удачу?		

4	Чи програсте Ви з легким серцем?		
5	Чи зазвичай Ви дримаєте, ідучи з роботи додому?		
6	Чи вважали Ви коли-небудь по вуха в борги?		
7	Чи вдасться іншим продати Вам те, що Вам ні до чого?		
8	Чи отримували Ви поради від «обізнаних» людей протягом Вашої ділової кар'єри?		
9	Чи маєте Ви звичку накреслювати план дій, перш ніж вдатися до нової справи?		
10	Чи звичайно Ви працюєте у вихідні?		
11	Чи під силу Вам справлятися з багатьма завданнями водночас?		
12	Коли Ви розпочинаєте виконувати завдання, чи бачите, як правило, кінцевий результат?		
13	Коли у групі лише Ви маєте відмінну від інших думку, чи намагаєтесь Ви переконати інших у своїй правоті?		
14	Чи розглядаєте Ви проблеми як можливості прийняття рішення?		
15	Чи берете Ви активну добровільну участь у роботі інших організацій (громадських, професійних тощо)?		
16	Чи читаєте Ви літературу, не пов'язану зі специфікою вашої роботи?		
17	Чи намагаєтесь Ви під час спілкування з іншими пристосувати своє мовлення до лексики співрозмовника?		

Продовження табл.

№ з/п	Запитання	Відповідь	
		Так (Т)	Ні (Н)
18	Чи приїжджаєте Ви, як правило, до аеропортів, залізничних вокзалів, автобусних станцій заздалегідь, а не перед самим відправленням?		
19	Чи не байдужа Вам думка про Вас, що її мають Ваші друзі та близькі, як про успішного незалежного підприємця?		
20	Як Ви гадаєте, Ви уважний слухач?		
21	Чи здатні Ви переоцінити свій стан і швидко вдатися до конкретних дій, якщо Ваші плани різко змінюються?		

22	Чи подобається Вам займатись «не своїм ділом» на роботі?		
23	Чи уникаєте Ви приймати рішення, якщо знаєте, що наслідки можуть боляче зачепити і Вас?		
24	Чи Ви звичайно дослухаетесь до тих, хто старший і досвідченіший за Вас?		
25	Чи проходили Ви будь-які курси протягом останніх трьох років, які б допомогли Вам у роботі?		
26	Чи читаете Ви будь-які технічні журнали, що стосуються Вашої безпосередньої роботи?		
27	Чи вірите Ви у таке: «Якщо спершу не вдалося, спробуй ще і ще раз»?		
28	Чи переживаєте Ви, залізши в борги?		
29	Чи в кінці дня у Вас звичайно лишається недокінчена робота на завтра?		
30	Чи Ви коли-небудь ділилися з іншими думкою започаткувати власний бізнес?		
31	Чи робили Ви коли-небудь щось усупереч бажанням Вашої сім'ї?		
32	Коли Ви розпочинаєте виконувати завдання, чи поринаєте Ви в роботу так, що забуваєте про все на світі?		
33	Коли до Вас звертаються по допомогу, Ви звичайно погоджуєтесь чи відмовляєтесь, посилаючись на велику зайнятість?		

Закінчення табл.

№ з/п	Запитання	Відповідь	
		Так (Т)	Ні (Н)
34	Чи розумієте Ви основні принципи бухгалтерського обліку?		
35	Чи маєте Ви близьких родичів, які мають власний бізнес?		
36	Чи вважаєте Ви, що ті люди, з якими Вам доводиться спілкуватися, здебільшого приємні?		
37	Чи змінюється у Вас настрої залежно від того, з якою особою Ви маєте справу?		

38	Чи вірите Ви в те, що час — це гроші?		
39	Чи схильні Ви рішуче підтримувати власні рішення і думки?		
40	Чи знаєте Ви, як читати фінансовий звіт?		
41	Чи звичайно приймаються Ваші пропозиції на зборах, під час обговорень тощо?		
42	Чи важливо для Вас знати, звідки «капне наступний долар»?		
43	Чи вишукуєте Ви такі ситуації, за яких матимете додаткові обов'язки?		
44	Чи добре Ви працюєте під натиском?		
45	Чи властиво Вам зважати на свого начальника і робити справу «в його манері»?		
46	Чи звичайно Ви купуєте за готівку?		
47	Коли Ви наштовхуетесь на нову ідею, чи намагаєтесь довідатися про неї з літератури, зі спілкування з людьми?		
48	Чи працювали Ви в дитинстві як незалежний бізнесмен?		
49	Перш ніж відійти до сну, чи зазвичай Ви розплановуєте свій наступний день?		
50	Коли вас критикують, чи сприймаєте Ви це по-доброму і чи намагаєтесь змінитися?		

ТАБЛИЦЯ ВІДПОВІДЕЙ

Запитання	Відповідь	Категорія	Запитання	Відповідь	Категорія
1	Т	С	26	Т	М
2	Т	С	27	Т	Е
3	Н	F	28	Н	G
4	Н	Е	29	Т	A
5	Н	I	30	Т	L
6	Н	O	31	Т	G
7	Н	B	32	Т	I

8	T	L	33	H	H
9	T	A	34	T	N
10	T	I	35	T	Q
11	T	J	36	T	B
12	T	A	37	H	B
13	T	B	38	T	O
14	T	D	39	T	F
15	T	H	40	T	N
16	T	M	41	T	H
17	T	C	42	H	J
18	T	D	43	T	H
19	H	F	44	T	I
20	T	C	45	H	S
21	T	K	46	H	G
22	T	K	47	T	M
23	H	K	48	T	S
24	T	L	49	T	A
25	T	M	50	H	F

Порівняйте відповіді, які Ви позначили в анкеті, із наведеними в таблиці. Обведіть колом усі відповіді, які збігаються з Вашими, позначеними в анкеті.

Щоб підрахувати набрані Вами бали, полічіть кількість обведених (правильних) відповідей і поділіть це число на 50. Далі помножте здобутий результат на 100. Якщо Ви дістали 60% чи менше, Вам, можливо, варто подумати над тим, чи Ви справді здатні здійснювати підприємницьку діяльність. Чим більше набране число, тим вищі Ваші можливості здійснювати підприємництво.

Взаємозв'язок між категоріями і запитаннями

Категорія А. Постановка мети та наполегливість: важливо, щоб власник/менеджер умів чітко поставити мету й завдання, які були б високими, багатообіцяючими і водночас реалістичними й досяжними. Паралельно з цим має існувати зобов'язання щодо довгострокових майбутніх проектів та виконання завдань, які

можуть мати доволі віддалену перспективу. Вагомою запорукою успіху власника/менеджера є рішучість виконати роботу за майже будь-яку ціну. *Запитання: 9, 12, 29, 49.*

Категорія В. Уміння поводитися з людьми: успішний підприємець має вміти продавати. Це означає здатність переконувати інших робити кроки в конкретних напрямках. Цього навряд чи можна досягти, якщо певна особа перебуває в поганих стосунках з іншими. Тут важливими є такі риси, як весела вдача, бажання співпрацювати та тактовність. *Запитання: 7, 13, 36, 37.*

Категорія С. Здатність до спілкування: власник/менеджер повинен уміти спілкуватися, розуміти почуте і прочитане, а також володіти даром письмового спілкування. Здатність передавати думки іншим є життєво необхідною для кожного підприємства, однак для малого підприємства вона обов'язкова. *Запитання: 1, 2, 17, 20.*

Категорія Д. Конкуренція зі встановленими для себе стандартами: для успіху власника/менеджера вельми важливі бажання та схильність встановлювати високі, але реалістичні стандарти для самого себе, а далі конкурувати із самим собою. Доволі часто на малому підприємстві встановлювати мету та докладати зусиль до її досягнення може одна й та ж особа. Більше нема кого звинувачувати в банкрутстві малого підприємства, окрім тієї особи, що все взяла на себе. *Запитання: 14, 18.*

Категорія Е. Уроки банкрутства: якщо навіть справи на малому підприємстві спочатку йдуть добре, необхідно, аби власник/менеджер навчився ставитись до банкрутства як до способу щонайповніше усвідомити те, як запобігти повторному банкрутству. *Запитання: 4, 27.*

Категорія Ф. Впевненість у своїх силах та віра у власне призначення: власник/менеджер має непохитно вірити у свою здатність досягти цілей і вірити у власне призначення. Також дуже важливо, щоб особа вірила в те, що успіх і невдача швидше залежать від особистого контролю, а не визначені долею. *Запитання: 3, 19, 39, 50.*

Категорія Г. Вдавання до помірної ризику: кожному комерційному, і особливо малому підприємству, притаманний ризик, тому власник/менеджер повинен бути схильним вдаватися до помірної, прорахованого ризику, що дасть не гарантовану, та все ж реальну можливість досягти успіху. *Запитання: 28, 31, 46.*

Категорія Н. Ініціативність та пошук особистої відповідальності: ніхто не допоможе власникові/менеджерові прийняти важливі рішення чи визначити наступні кроки. Важливою складовою частиною успіху є заповнення вакууму керівництва, якщо

такий виникає. До того ж майбутньому власникові/менеджерові мають подобатися такі ситуації, за яких можна визначити особистий вплив на проблеми. *Запитання: 15, 33, 41, 43.*

Категорія І. Рівень працездатності та енергійності: ведення власної справи — тяжка робота. Власник/менеджер повинен вміти працювати допізна і спати менш як норму. Тут надзвичайно важливо бути енергійним, наполегливим і мати добре здоров'я. *Запитання: 5, 10, 32, 44.*

Категорія Ж. Пристосування до невизначеності: кожне мале підприємство стикається з багатьма критичними ситуаціями, які може розв'язати тільки власник/менеджер. Він повинен бути здатним жити за середньо-високого рівня непевності щодо роботи та безпеки роду занять і вміти виконувати кілька завдань водночас. *Запитання: 11, 42.*

Категорія К. Здатність мислити: для того щоб стати успішним власником/менеджером і незалежним бізнесменом, потрібно володіти оригінальним мисленням, творчим підходом до проблем та здатністю критично аналізувати ситуації. Тут вкрай важливо вміти розв'язувати проблеми — особливо якщо це доводиться робити за скрутних обставин. *Запитання: 21, 22, 23.*

Категорія Л. Залучення персоналу зі сторони: підприємець повинен мати здатність до пошуку ідей і застосування думок інших, для того щоб у разі потреби вдатися до виправних дій і поліпшити якість ділових рішень. Така орієнтація забезпечує поповнення знань і досвіду, а також отримання допомоги для розв'язання проблем. *Запитання: 8, 24, 30.*

Категорія М. Технічні знання: небезпечно входити в комерційну діяльність, не знаючи броду. Якщо підприємцеві бракує необхідних знань, то він має здобути їх завдяки програмі самоосвіти, працюючи співробітником у подібному підприємстві, отримуючи право діяльності в певному районі, стаючи партнером чи наймаючи досвідченого працівника. Деякі з цих варіантів приховують у собі небезпеку, оскільки ставлять підприємця в залежність від прихильності інших. *Запитання: 16, 25, 26, 47.*

Категорія Н. Відчуття чисел: стан підприємства оцінюється за фінансовими звітами. Не обов'язково бути знавцем цих звітів, але «цифри» не повинні лякати майбутнього бізнесмена. Рано чи пізно доведеться приймати важливі рішення, спираючись на «числа». Чим краще підприємець здатний зрозуміти цифрові показники, тим ефективнішими будуть його рішення. *Запитання: 34, 40.*

Категорія О. Відчуття грошей: підприємець має усвідомлювати, що гроші є важливим фактором у веденні справи. Незмінна

повага до грошей і вміння користуватися ними є важливими аспектами успіху незалежного бізнесмена. **Запитання: 6, 38.**

Категорія Q. Родинні зв'язки: успішний підприємець часто має родинні зв'язки, що вказують на підприємницьку жилку з боку батька, матері чи близьких родичів. **Запитання: 35.**

Категорія S. Послужний список: люди, що справді хочуть відкрити своє підприємство, мають спочатку попрацювати на інших. Їм здається, що більшість начальників не такі розумні, як вони, а робота дуже швидко перетворюється на «нудьгу зелену». Комерційна діяльність і стаж роботи в дитинстві допомагають виробити в людей дух самостійної зайнятості. **Запитання: 45, 48.**

Тема 2. Типологія підприємництва

2.1. Методичні поради до вивчення теми

Мета вивчення теми — з'ясувати сутність типів професійної підприємницької діяльності, їхні особливості та сфери реалізації.

Розглядаючи тему, варто звернути увагу на те, що підприємництво може набирати різноманітних форм і охоплювати різні сфери діяльності.

Тип (вид) підприємницької діяльності може визначатися місцем вкладання праці у процесі виконання місії і досягнення підприємницького інтересу. Будь-який бізнес тією чи іншою мірою пов'язаний з основними фазами відтворювального циклу — виробництвом продукції, виконанням робіт і наданням послуг, обміном і розподілом товарів, а також їх споживанням. Згідно з цим і виокремлюються види підприємницької діяльності.

Підприємництво може здійснюватись у двох основних видах або їх комбінації: перший — здійснення будь-якого виду виробничої діяльності (тобто виробництво товару, продукту, послуги); другий — виконання посередницької функції (переміщення товару від виробника до споживача, торгівля, комерція тощо (рис.2.1).

Крім двох основних видів підприємницької діяльності розглядають ще один — підприємництво у фінансовій сфері, яке, з одного боку, належить до посередницької діяльності, а з іншого — до надання безпосередніх фінансових послуг. Це перетворює фінансове підприємництво у складову частину кожного з обох основних видів підприємницької діяльності.

Зауважимо, що останнім часом деякі автори [1] виокремлюють як самостійний вид консультативну підприємницьку діяльність (консалтинг). Це можна пояснити зростанням ролі і значення консалтингу для підприємств, що функціонують в умовах динамічного, невизначеного та швидкоплинного оточення. Особливість консультативного підприємництва полягає в тому, що фірма, яка здійснює цей вид діяльності, не має змоги показати «зразок свого товару», «зразок своєї послуги».

Вивчаючи перше питання теми, необхідно усвідомити, що з огляду на загальнодержавні (національні) інтереси пріоритетного значення має набувати виробниче підприємництво, оскільки суспільне багатство залежить, насамперед, від стану сфери матеріального виробництва.

Наступним кроком у вивченні теми має стати ознайомлення із сутнісною характеристикою виробничої, посередницької та фінансової підприємницької діяльності.

Отже, тип (вид) підприємницької діяльності визначається тим місцем, яке вона посідає у процесі задоволення споживчого інтересу. На практиці порівняно самостійні види бізнесу можуть переплітатися, доповнювати один одного.

Останнім етапом розгляду теми має бути характеристика ринкового середовища та поведінка на ньому суб'єктів господарювання.

Варто зважати на те, що динаміка створення та ефективного функціонування суб'єктів підприємництва забезпечується передусім певними умовами його діяльності. Крім того, практичне функціонування суб'єктів підприємництва на ефективному рівні можливе лише за наявності певної ситуації — відповідного підприємницького середовища.

Розглядаючи середовище підприємницької діяльності, необхідно виходити з того, що природним середовищем успішного розвитку підприємництва є ринкова економіка з притаманними їй розвиненими нормативно-правовими та економічними регуляторами, а також відповідною інфраструктурою. При цьому важливо з'ясувати параметри (елементи) підприємницького середовища і дати оцінку їх сучасного стану.

На підставі оцінки стану і дослідження проблем формування сучасного середовища розвитку бізнесу потрібно розглядати умови посилення підприємницької активності.

2.2. Ілюстративний матеріал до вивчення теми

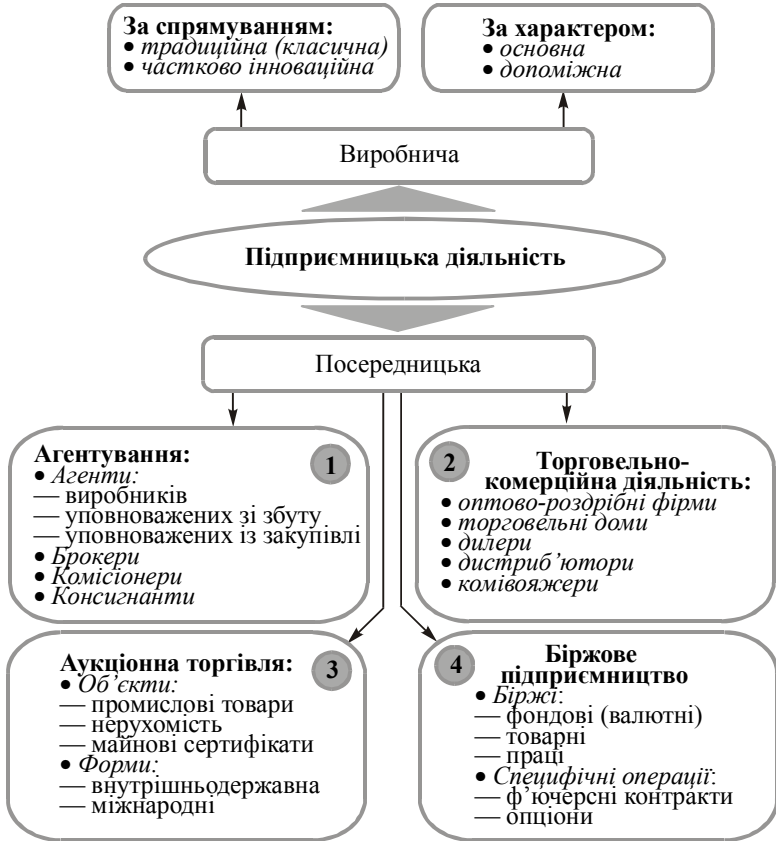


Рис. 2.1. Типологія виробничої та посередницької підприємницької діяльності

2.3. План семінарського заняття

1. Типи професійної підприємницької діяльності, їхні особливості та сфери реалізації.
2. Виробнича підприємницька діяльність.
3. Посередницька підприємницька діяльність.
4. Підприємництво у фінансовій сфері.

5. Середовище і передумови активізації підприємництва.

Питання для самостійної роботи

1. Який із видів підприємницької діяльності є найбільш ефективним:

- а) з погляду суспільства;
- б) з погляду самого підприємця?

2. Чому посередництво в умовах дефіцитної економіки досить помітно домінує над виробництвом?

3. Чим викликане виокремлення консультативного підприємництва в окремий вид? Які перспективи його подальшого розвитку?

4. Назвіть основні умови розвитку підприємництва в Україні.



Література

1. Курс предпринимательства / Под ред В. Я. Горфинкеля, В.А. Шварцера. — М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997.

2. *Покропивний С. Ф., Колот В. М.* Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1998.

3. *Соболь С. Н.* Формирование среды развития предпринимательства в Украине. — К., 1994.

4. *Хоскинг А.* Курс предпринимательства. — М., 1993.

2.4. Тести для перевірки знань

1. До видів (типів) підприємницької діяльності належать:

- а) виробнича;
- б) комерційна;
- в) фінансова;
- г) консультаційна.

2. До традиційних моделей виробничої підприємницької діяльності належать:

- а) інноваційна;
- б) частково інноваційна;
- в) технологічна;
- д) класична.

3. Суб'єктами посередницького підприємництва можуть виступати:

- а) виробники;
- б) дилери;
- в) консигнанти;
- г) дистриб'ютори;
- д) споживачі;
- е) брокери;
- є) агенти.

4. Форми виробничої підприємницької діяльності такі:

- а) основна;
- б) допоміжна;
- в) виробнича інфраструктура;
- г) соціальна інфраструктура.

5. Зовнішнє середовище малого бізнесу — це:

- а) усе, що перебуває за межами фірми малого бізнесу;
- б) усе, що перебуває за межами фірми малого бізнесу і впливає на неї або підпадає під її вплив;
- в) усі ті суб'єкти, з якими фірма вступає в безпосередні відносини;
- г) система органів державної підтримки малого бізнесу;
- д) «клімат», в якому функціонує фірма малого бізнесу і на який вона не може впливати безпосередньо.

6. Зовнішніми факторами, що впливають на стан і розвиток підприємницького середовища, є такі:

- а) рівень інфляції;
- б) наявність державного регулювання;
- в) система оподаткування;
- г) рівень ставок процентів за кредит;
- д) управлінська компетентність підприємця.

7. До складових (параметрів) підприємницького середовища належать:

- а) політико-правова;
- б) соціально-демографічна;
- в) інституційно-організаційна;
- г) економічна;
- д) географічна.

Тема 3. Мале підприємництво в ринковій економіці

3.1. Методичні поради до вивчення теми

На початку вивчення теми необхідно акцентувати увагу на тому, що перехід до ринкових відносин об'єктивно пов'язаний зі становленням і розвитком малого підприємництва. Малий бізнес являє собою сектор економіки, розвиток якого має вирішальне значення в перехідний до ринку період. Про роль і місце малого бізнесу в національній економіці свідчить досвід промислово розвинених країн, де на цей сектор припадає до 50—60% виробництва валового внутрішнього продукту.

Під час вивчення цієї теми необхідно розуміти, що ефективне функціонування сектору малого бізнесу неможливе без глибокого знання теорії і практики прийняття рішень у цій галузі ринкової економіки. Це, у свою чергу, потребує правильного розуміння та однозначного наукового тлумачення поширених і використовуваних у цій сфері термінів (категорій), а саме: *мале підприємництво, малий бізнес, мале підприємство, громадянин-підприємець*.

Вітчизняна економічна думка досі не має загальноприйнятих підходів до чіткого категоріального визначення цих понять. Така ситуація характерна і для законодавчих та нормативних актів. Отже, вивчаючи зазначене питання, студенти мають орієнтуватися на літературні джерела зарубіжних і вітчизняних фахівців у цій галузі [3; 6; 7].

З'ясовуючи сутність відповідних категорій щодо малого підприємництва, особливу увагу потрібно приділити класифікації ознак (критеріїв, параметрів) віднесення суб'єктів підприємництва до категорій «мале підприємство» і «мале підприємництво».

Як показує досвід зарубіжних країн, класифікаційні критерії — це певні специфічні ознаки малих підприємств, які різняться і варіюють залежно від національних та регіональних особливостей, галузевої належності та інших факторів (табл. 3.1). У світовій практиці сформувались три основні підходи до визначення категорії «суб'єкт малого підприємництва», а саме: *кількісний, якісний та комбінований*, з якими необхідно ознайомитися під час вивчення даного питання, користуючись переважно оригінальними зарубіжними та вітчизняними періодичними виданнями [3; 6; 7; 9].

Зауважимо, що сьогодні відповідно до Закону України «Про державну підтримку малого підприємництва» суб'єктами малого

підприємництва є фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності; юридичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 500 000 євро [2].

Крім того, відповідно до Закону України «Про підприємства в Україні» малі підприємства класифікуються за показником чисельності зайнятих працівників із градацією за сферами діяльності: у промисловості і будівництві — до 200 осіб; у науці і науковому обслуговуванні — до 100 осіб; у галузях виробничої сфери — до 50 осіб; у галузях невиробничої сфери — до 25 осіб; у роздрібній торгівлі — до 15 осіб [1].

Характеризуючи мале підприємництво як найбільш типову форму організації економічного життя суспільства в умовах ринкової економіки, варто дослідити його переваги та недоліки, що об'єктивно існують з огляду на особливості цього сектору. Під час розгляду цього питання необхідно звернути увагу на такі переваги малого бізнесу, як швидка адаптація до місцевих умов; оперативність у прийнятті і виконанні прийнятих рішень; порівняно невеликі витрати на управління діяльністю; великі можливості для реалізації ідей; невисока потреба в капіталі; можливість швидко проводити зміни у виробництві, реагуючи на потреби ринку тощо. Не можна обійти увагою й певні недоліки цього сектору, а саме: обмеженість фінансових ресурсів; високу чутливість до ринкової кон'юнктури; нестабільність доходів; обмежену частку ринку; високу вразливість щодо несприятливих економічних факторів тощо.

З'ясовуючи місце та роль малого підприємництва у структурі ринкової економіки, потрібно звернути увагу, що його найбільше характеризують такі кількісні параметри, як кількість малих підприємств у загальній кількості підприємств, зайнятість у секторі малого бізнесу, частка у виробництві валового внутрішнього продукту (ВВП). Значення цих показників у розвинених країнах свідчить про те, що зазначений сектор посідає гідне місце серед великих підприємств. Якщо за показником внеску до ВВП малий бізнес поступається великому, то за кількістю підприємств та чисельністю зайнятих на них значно випереджає його (табл. 3.2).

Досліджуючи тенденції розвитку сектору малого підприємництва, необхідно розглянути їх за змінами таких показників: середньорічної кількості зайнятих; структурного співвідношення за формами

власності та галузями народного господарства; специфіки розміщення в територіальному аспекті тощо. На основі виявлених тенденцій розвитку малого бізнесу в Україні необхідно виокремити особливості, що відрізняють його від даної сфери розвинених країн.

Після вивчення теми безсумнівною має стати думка, що становлення та динамічний розвиток малого підприємництва в Україні має вважатися одним із головних спрямувань у здійсненні трансформаційних процесів, яке зможе допомогти розв'язати не тільки сучасні проблеми виходу із кризової ситуації, а й інші довгострокові завдання розвитку ринкових відносин (рис. 3.1).

3.2. Ілюстративний матеріал до вивчення теми

Таблиця 3.1

КРИТЕРІЇ ВІДНЕСЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ДО КАТЕГОРІЇ МАЛИХ У ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

№ з/п	Країна	Критерії	Примітка
1	Великобританія	1. Оборот не більш як 2,3 млн ЕКЮ 2. Активи не більш як 1,5 млн ЕКЮ 3. Середня чисельність зайнятих — до 50 осіб	Відповідно до Закону про компанії мале підприємство має відповідати двом із трьох критеріїв. Застосовуються також більш конкретні галузеві показники чисельності зайнятих і обороту
2	Німеччина	1. Чисельність — не більш як 500 осіб 2. Річний оборот — не більш як 500 млн ЕКЮ	Офіційне визначення малих підприємств відсутнє. Конкретні показники використовуються за різних видів і схем підтримки
3	Європейська Спілка	1. Кількість зайнятих — не більш як 50 осіб 2. Річний обіг — менш 4 млн ЕКЮ 3. Сума балансу — менш 2 млн ЕКЮ	Застосовуються різні критерії в разі надання підтримки на рівні ЄС. У ряді випадків застосовуються національні критерії
4	Італія	1. Чисельність — менш як 300 осіб 2. Капітал — не більш як 9,5 млн ЕКЮ 3. Підприємство не є дочірнім	Критерії віднесення підприємства до категорії малого встановлюються Міністерством промисловості

Закінчення табл. 3.1

№ з/п	Країна	Критерії	Примітка
5	США	Якісні: 1. Керуються незалежними власниками. 2. Не займають домінуючого становища на ринку. Кількісні: 1. Чисельність зайнятих. 2. Річний оборот	Кількісні критерії встановлюються для кожної галузі відповідно до Стандартного класифікатора

* Таблиця відбиває закономірності, які існували до переходу на ЄВРО.

Таблиця 3.2

ПОРІВНЯЛЬНІ ДАНІ ПРО СТАН РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ДЕЯКИХ КРАЇНАХ¹

Країни	Кількість МСП*, тис.	Кількість МСП на 1 тис. населення	Зайнято в МСП, млн осіб	Частка МСП у загальній кількості зайнятих, %	Частка МСП у ВВП країни, %
Великобританія	2630	46	13,6	49	50—53
Німеччина	2290	37	18,5	46	50—54
Італія	3920	68	16,8	73	57—60
Франція	1980	35	15,2	54	55—62
Країни ЄС	15770	45	68,0	72	63—67
США	19300	74,2	70,2	54	50—52
Японія	6450	49,6	39,5	78	52—55

* Малі та середні підприємства.

¹ Малый бизнес России. Проблемы и перспективы. — М.: РАРМП, 1996. — С. 11.

МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

Це

Провідний та найменш бюджетомісткий сектор економіки

Становить

Основу дрібнотоварного виробництва

Впливає на

Темпи економічного зростання, структуру та якісну характеристику ВВП

Здійснює

Структурну перебудову економіки, швидку окупність витрат

Забезпечує

Насичення ринку товарами та послугами, реалізацію інновацій, самовиживання населення в умовах економічної кризи

Створює

Додаткові робочі місця, сприятливе середовище для конкуренції

Характеризується

Високою мобільністю та раціональними формами управління

Формує

Новий прошарок — «середній клас»

Сприяє

Послабленню монополізму, насиченню державного та місцевих бюджетів, зменшенню соціальної напруги

Рис. 3.1. Роль малого підприємництва

3.3. План семінарського заняття

1. Загальна характеристика та особливості малого підприємництва.
2. Критерії віднесення суб'єктів підприємництва до категорії малих.
3. Місце та економічна роль малого бізнесу у структурі ринкової економіки.
4. Тенденції, особливості та проблеми розвитку малого бізнесу в Україні.

Питання для самостійної роботи

1. Охарактеризуйте проблеми, що гальмують розвиток суб'єктів малого підприємництва.
2. Охарактеризуйте можливі шляхи подолання проблем розвитку малого підприємництва.
3. Дайте пояснення щодо ролі держави в розв'язанні проблем розвитку малого підприємництва.



Література

1. Закон України «Про підприємства в Україні» від 27.03.91 № 887 // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 24.
2. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» // Відомості Верховної Ради України. — 2000. — № 51 — 52.
3. *Варналій З. С.* Мале підприємництво: основи теорії і практики. — К.: Знання, 2001.
4. Мале підприємництво України: процес розвитку. — К.: Інститут конкурентного суспільства, 2001.
5. Малий бізнес України. Підприємці здатні відродити країну. — К., 1997.
6. Малий бізнес Росії. Проблеми и перспективы. — М.: Российская ассоциация развития малого предпринимательства, 1996.
7. *Муравьев А. И. и др.* Малий бізнес: економіка, організація, фінанси. — Спб.: Изд. дом «Бизнес-пресса», 1999.
8. Луис Аллен. Как преуспеть в малом бизнесе. — М., 1992.
9. Проблеми та перспективи розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. — К., 1998.

3.4. Тести для перевірки знань

1. Категорія «малий бізнес» виокремлюється для того, щоб, використовуючи її у практиці державного управління:

- а) пом'якшити або ліквідувати конкуренцію з великим бізнесом;
- б) спростити фінансову та статистичну звітність;
- в) створити рівні з великим бізнесом умови господарювання.

2. Зовнішнє середовище малого бізнесу — це:

- а) усе, що перебуває за межами фірми малого бізнесу і впливає на неї або підпадає під її вплив;
- б) усі ті суб'єкти, з якими фірма вступає в безпосередні відносини;
- в) система органів державної підтримки малого бізнесу;
- г) «клімат», в якому функціонує фірма і на який вона не може впливати безпосередньо.

3. Якісні критерії віднесення суб'єктів підприємництва до категорії малих підприємств такі:

- а) структура джерел формування первісного капіталу фірми;
- б) загальна вартість активів фірми;
- в) частка участі на ринку;
- г) річні доходи від продажу;
- д) ступінь самостійності в прийнятті рішень;
- е) невідомі положення на даному ринковому сегменті.

4. Критерії віднесення підприємств до категорії суб'єктів малого підприємництва, що використовуються в Україні:

- а) галузева належність;
- б) рівень спеціалізації;
- в) чисельність зайнятих;
- г) річні обсяги продажу;
- д) обсяги інвестованих в організацію коштів.

5. Умови, що сприяють розвитку малого бізнесу, такі:

- а) регіональна диференціація ринку;
- б) необхідність персоналізованого обслуговування клієнтів;
- в) місткий ринок;
- г) наявність стійкого та тривалого попиту;
- д) необхідність у післяреалізаційному обслуговуванні.

6. Принципи побудови системи державної підтримки малого бізнесу такі:

- а) протекціонізм стосовно малого бізнесу;
- б) диференційованість підтримки суб'єктів цього сектору;
- в) пріоритетний розвиток малого бізнесу;
- г) використання програмно-цільового підходу.

7. Програма державної підтримки малого підприємництва має містити:

- а) пільгові умови функціонування малих підприємств;
- б) об'єкти підтримки;
- в) принципи побудови державної підтримки;
- г) законодавче забезпечення здійснення підприємницької діяльності;
- д) механізми реалізації державної політики підтримки сектору.

8. Мале підприємництво впливає:

- а) на темпи економічного розвитку;
- б) рівень інфляції;
- в) структурну характеристику ВВП;
- г) рівень платоспроможності населення.

9. Особливості зовнішнього середовища малого бізнесу такі:

- а) менші розміри порівняно з великим бізнесом;
- б) високий ступінь невизначеності;
- в) наявність у ньому особливого елемента — системи державної підтримки цього сектору;
- г) високий ступінь мінливості.

10. Мале підприємництво забезпечує:

- а) додаткові робочі місця;
- б) послаблення конкуренції;
- в) реалізацію інновацій;
- г) насичення ринку товарами;
- д) податкові надходження до бюджету.

ТЕСТ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ РІВНЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ

«Чи є у Вас здібності для організації власної справи в малому бізнесі?»

Відповідайте «так» чи «ні».

А. Чи починаєте ви справу з власної ініціативи?

1. Я все роблю сам.
2. Якщо хто-небудь допомагає мені розпочати, то далі все йде добре.
3. Тихіше їдеш — далі будеш. Доки можливо, я не рухаюсь із місця.

Б. Як Ви ставитесь до людей?

1. Я люблю людей. Я можу порозумітися майже з усіма.
2. У мене багато друзів. Мені більше ніхто не потрібен.
3. Більшість людей мене дратує.

В. Чи можете Ви бути керівником?

1. Я можу повести за собою багатьох людей, коли починаю будь-яку справу.
2. Я можу віддавати накази, якщо хтось каже мені, що потрібно робити.
3. Я надаю перевагу тому, щоб хтось інший був рушійною силою. Тоді приєднуюсь, коли в мене є бажання.

Г. Чи вмієте Ви брати на себе відповідальність?

1. Мені подобається брати на себе відповідальність і доводити справу до кінця.
2. Я візьму на себе відповідальність, якщо доведеться, але надаю перевагу тому, щоб це робив хтось інший.
3. Завжди знайдеться енергійна людина, яка бажатиме виглядати розумником. Я із задоволенням запропоную їй відповідати за справу.

Д. Чи гарний Ви організатор?

1. Перш ніж взятися за справу, я люблю скласти план. Зазвичай саме я розробляю послідовність дій, коли група збирається приступати до роботи.
2. У мене все йде нормально, якщо ситуація не дуже складна. Але якщо виникають проблеми, я все кидаю.
3. Коли в мене вже все налагоджено, може виникнути ситуація, яка створює дуже багато проблем. Тоді я просто пливу за течією.

Е. Чи добрий Ви працівник?

1. Я можу працювати стільки, скільки потрібно. Я не проти того, щоб працювати, коли це потрібно мені самому.
2. Упродовж деякого часу я можу працювати багато. Але коли мені це набридає, тоді — все.
3. Я не бачу сенсу багато працювати.

Ж. Чи здатні Ви приймати рішення?

1. За потреби можу швидко приймати рішення і, як правило, вони правильні.
2. Можу, якщо для цього в мене вдосталь часу. Коли ж мені доводиться приймати рішення швидко, то потім виявляється, що воно було хибним.
3. Мені не хотілося б опинитися в ситуації, коли треба щось вирішувати.

3. Чи можуть люди довіряти Вашим словам?

1. Звісно, можуть. Я завжди кажу саме те, що маю на увазі.
2. Я майже завжди намагаюсь бути на рівні, але іноді кажу те, що в певній ситуації сказати легше.
3. Навіщо турбуватися, якщо співрозмовник не знає, правду я кажу чи ні.

І. Чи тримаєте Ви своє слово?

1. Якщо я вирішу щось зробити, мене ніщо не спинить.
2. Зазвичай я закінчую те, що розпочав, якщо все йде добре.
3. Якщо в мене відразу не виходить, я все кидаю. Навіщо ламати собі голову?

К. Як у Вас справи зі здоров'ям?

1. Я ніколи не втомлююся.
2. У мене вистачає енергії майже на все, що я хочу зробити.
3. Я відчуваю нестачу сил раніше, ніж більшість моїх друзів.

За кожний вибір першого варіанта відповіді зарахуйте собі один бал. Якщо Ви набрали 80 або більше відсотків загальної кількості питань, то у Вас є здібності до самостійного ведення справ у фірмі малого бізнесу. Якщо Ваш рейтинг перевищує 60% — Ви можете бути достатньо успішним менеджером. Якщо Ви набрали менш як 60% — Вам не рекомендується здійснювати власний бізнес.

Тема 4. Технологія створення підприємства (власної справи)

4.1. Методичні поради до вивчення теми

Успіх у здійсненні підприємницької діяльності залежить від багатьох факторів. Однією з необхідних умов досягнення успіху в бізнесі є вдалий початок справи. Механізм створення власної справи — це складний і багатоаспектний процес, що потребує глибоких знань з економіки, права, психології тощо. Саме ці питання висвітлено в розглядуваній темі.

Організувати фірму, відкрити власну справу нелегко. Процедура створення власного бізнесу специфічна для кожного конкретного випадку. Проте існує низка загальних проблем, з якими так чи інакше доводиться стикатися підприємцеві-початківцю, тому можна говорити про існування узагальненої технології започаткування підприємства, яку й потрібно опанувати під час вивчення цієї теми.

Загальновідомо, що аби розпочати бізнес, необхідні гроші та певні компетенції підприємця щодо їх застосування. Але визначним є й той факт, що відправною точкою, з якої починається власна справа, є ідея, покладена в її основу. Тому, починаючи вивчати цю тему, насамперед варто розглянути поняття підприємницької ідеї, ознайомитися з джерелами пошуку ідей та опанувати методи їх пошуку.

Підприємницька ідея нерозривно пов'язана зі сферою її реалізації, тому, перш ніж прийняти остаточне рішення на користь тієї або іншої ідеї, необхідно оцінити її, по-перше, з погляду особистісних факторів і, по-друге, з погляду об'єктивних зовнішніх обмежень господарювання в тій чи іншій сфері.

Наступним кроком є визначення правового статусу створюваного підприємства. Рішення, яке буде прийнято на цьому етапі, визначить права, обов'язки та відповідальність майбутнього підприємства перед державою, третіх осіб стосовно фірми, а також взаємовідносини між власниками всередині підприємства. Останнє пов'язане з визначенням типу підприємства, який залежатиме від бажання підприємця обрати певний спосіб процедури прийняття рішення (колективний чи одноосібний). Прийняття цього рішення знайде своє продовження і відображення під час вибору організаційної форми майбутнього підприємства.

З огляду на це даний етап є особливо важливим як стосовно практичного здійснення, так і в плані теоретичного вивчення.

Під час вивчення теми необхідно з'ясувати сутність поняття «організаційна форма бізнесу», розглянути типові форми організації бізнесу (рис. 4.1), а також критерії їх вибору.

Для прийняття обгрунтованого рішення щодо організаційної форми необхідно з'ясувати переваги та недоліки кожної з передбачених чинним законодавством організаційних форм підприємницької діяльності в Україні: індивідуальне підприємництво фізичних осіб, приватне підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство, акціонерне товариство відкритого та закритого типу (рис. 4.1).

Коли йдеться про вибір організаційної форми підприємства, увага приділяється найбільш значущим ознакам, за якими такі форми різняться. Насамперед до них належать: джерела майна як матеріальної основи господарської діяльності, кількість власників використовуваного капіталу та учасників створеного підприємства; межі майнової відповідальності; спосіб розподілу прибутків і збитків; форма управління суб'єктом господарювання тощо. Крім того, прийняття рішення щодо вибору організаційно-правової форми підприємства залежить від багатьох інших чинників, починаючи від особливостей середовища майбутнього бізнесу і завершуючи особистими якостями та уподобаннями самого підприємця.

Зауважимо також, що в разі заснування малого підприємства необхідно враховувати специфічні фактори, які впливають на процес його створення та функціонування (табл. 4.2).

Враховуючи характеристики, переваги і недоліки, а також чинники вибору організаційної форми, можна прийняти обгрунтоване рішення щодо правового статусу майбутнього підприємства.

Наступним етапом технології створення є визначення стратегічних і конкретних цілей діяльності новостворюваного суб'єкта підприємництва, які мають відповідати певним критеріям і підтверджуватись необхідними розрахунками.

Останнім етапом у створенні нового підприємства є його державна реєстрація. Виходячи з цього, особливу увагу потрібно звернути на процедуру та зміст її етапів.

Організація підприємства має процесуальний характер. Для того, аби підприємство було визнане як суб'єкт підприємницької діяльності, його потрібно зареєструвати певним чином і в певному порядку.

В Україні протягом останнього часу діє типова схема процедури державної реєстрації новостворюваного підприємства (рис. 4.2, табл. 4.3). Варто звернути увагу, що послідовність кроків, а також їх зміст суттєво відрізняються для фізичних (рис. 4.3) та юридичних осіб (рис. 4.4). Для реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності — фізичних осіб на сьогодні діє спрощена схема державної реєстрації.

Насамкінець наголосимо, що приступити до здійснення певних видів господарської діяльності (відповідно до чинного законодавства) можна лише після отримання ліцензії — дозволу на здійснення конкретного виду підприємницької діяльності.

4.2. Ілюстративний матеріал до вивчення теми



Рис. 4.1. Форми організації бізнесу в Україні

Таблиця 4.1

СУТНІСНА ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ ФОРМ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Організаційно-правова форма	Сутнісна характеристика	Організаційно-економічні та соціальні	
		переваги	недоліки
Одноосібне володіння	Підприємство (володіння), власником якого є фізична особа або родина	<ul style="list-style-type: none"> • Простота заснування • Повна самостійність, свобода та оперативність дій • Максимально можливі спонукальні мотиви до ефективного господарювання • Збереження комерційної таємниці 	<ul style="list-style-type: none"> • Труднощі із залученням великих інвестицій та одержанням кредитів • Повна відповідальність за борги • Брак спеціалізованого менеджменту • Невизначеність терміну функціонування
Господарське товариство (партнерство)	Об'єднання власників капіталів кількох фізичних або юридичних осіб за умов: <ul style="list-style-type: none"> • рівного розподілу ризику і прибутку; • спільного контролю результатів бізнесу; • безпосередньої участі в діяльності 	<ul style="list-style-type: none"> • Ширші можливості для ефективної діяльності • Збільшення фінансової незалежності та дієздатності • Більша свобода дій і виваженість управлінських рішень • Можливість залучення до управління товариством професійних менеджерів 	<ul style="list-style-type: none"> • Загроза окремим партнерам через солідарну відповідальність • Можливість банкрутства через професійну некомпетентність одного з партнерів • Збільшення ймовірності господарського ризику через недостатню передбачуваність процесу і результатів діяльності
Корпорація (акціонерне товариство)	Підприємство, власником якого є акціонери, що несуть обмежену відповідальність (у розмірі свого внеску в акціонерний капітал), але розпоряджаються прибутком через участь у загальних зборах акціонерів	<ul style="list-style-type: none"> • Реальна можливість залучення необхідних інвестиційних ресурсів • Більша здатність до нарощування обсягів виробництва (послуг) • Наявність лише обмеженої відповідальності акціонерів • Тривалість функціонування 	<ul style="list-style-type: none"> • Наявність розбіжностей між правами власності та функцією контролю діяльності • Сплата більших податків через оподаткування спочатку прибутку, а потім одержуваних дивідендів • Існування потенційних можливостей для зловживань із боку посадових осіб

Таблиця 4.2

ГРУПУВАННЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Група факторів	Фактори
Фінансові	Відсутність належної системи фінансування, кредитування, страхування малих підприємств. Чинна система оподаткування і податкові пільги для малих підприємств. Відсутність належної державної фінансової підтримки розвитку малих підприємств
Економічні	Загальний стан і стабільність економіки країни. Рівень інфляції. Надійність національної грошової одиниці та стан грошового обігу. Темпи і послідовність роздержавлення і приватизації
Організаційні	Процедура організації створення малих підприємств. Наявність інформації про можливі сфери діяльності малих підприємств. Відсутність інформаційної, консультативної та науково-методичної допомоги малим підприємствам. Умови розвитку зовнішньоекономічної діяльності малих підприємств
Психолого-професійні	Психологічна готовність створювати малі підприємства та здійснювати відповідну діяльність. Емоційна діяльність та відчуття престижності справи. Наявність і можливість одержання професійних знань щодо організації створення і діяльності малих підприємств
Правові	Правова база здійснення діяльності малих підприємств. Наявність правових гарантій функціонування малих підприємств. Система нормативних та інструктивних документів щодо регулювання діяльності малих підприємств
Ресурсні	Способи та можливість залучення початкового капіталу для створення і діяльності малих підприємств. Система матеріально-технічного забезпечення малих підприємств. Наявність і способи отримання виробничих площ для малих підприємств
Соціальні	Ставлення держави до підприємницької діяльності, зокрема до малих підприємств. Громадська думка щодо розвитку малих підприємств взагалі і особливо в сільській місцевості. Стан ринкової інфраструктури для забезпечення функціонування малих підприємств. Рівна і справедлива конкуренція на ринку товарів і послуг

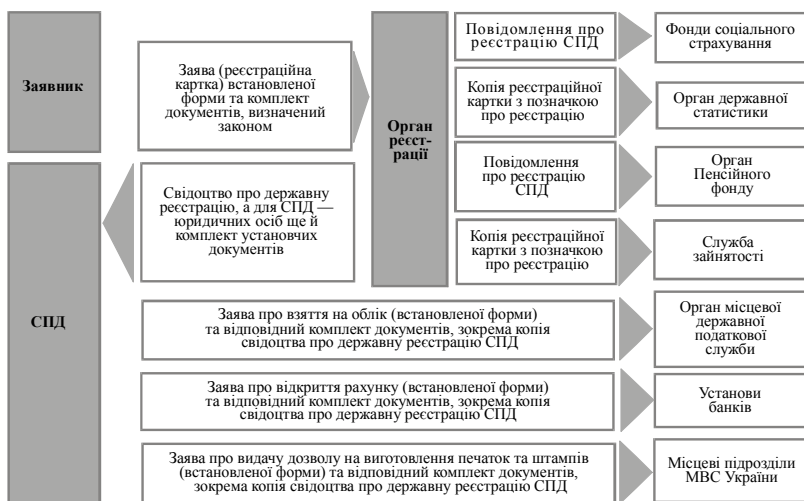


Рис. 4.2. Загальна схема проведення реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності (СПД) в Україні

Таблиця 4.3

ТИПОВА СХЕМА ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ НОВОСТВОРЕНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ

Кроки	Назва послідовних дій	Короткий зміст дії	Підсумковий документ
Крок 0	Рішення про створення нового підприємства	Вибір видів підприємницької діяльності. Пошук партнерів. Підготовка бізнес-плану	Бізнес-план
Крок 1	Збори засновників	Вибір організаційно-правової форми підприємства. Вибори або призначення керівника новоствореного підприємства	Витяг із протоколу зборів
Крок 2	Підготовка документів про заснування	Підготовка проектів статуту підприємства або договору про заснування. Нотаріальне засвідчення підписів керівників фірми на установчих документах. Сплата державного мита	Статут підприємства. Установчий договір. Нотаріальне засвідчення документів. Квитанція про сплату державного мита
Крок 3	Звернення до банку	Формування статутного фонду товариств з обмеженою та додатковою від-	Довідка банківської установи

		повідальністю на тимчасовому розрахунковому рахунку (30 % статутного фонду)	
Крок 4	Звернення до державного органу реєстрації	Подання необхідних документів до місцевого органу державної адміністрації	Комплект документів відповідно до законодавства
Крок 5	Здійснення процесу реєстрації	Виписування та видача свідоцтва про реєстрацію. Подання реєстраційних карток до органу статистики, податкової інспекції, Пенсійного фонду та Фонду соціального страхування	Свідоцтво про реєстрацію підприємства
Крок 6	Звернення до органу державної статистики	Занесення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій. Присвоєння ідентифікаційного коду і кодів класифікаційних ознак	Довідка про включення до ЄДРПОУ з ідентифікаційним кодом та кодом класифікаційних ознак, що подаються і у свідоцтві про реєстрацію

Закінчення табл. 4.3

Кроки	Назва послідовних дій	Короткий зміст дії	Підсумковий документ
Крок 7	Реєстрація підприємства у Пенсійному фонді	Взяття на облік у міському або районному органі Пенсійного фонду України за місцезнаходженням підприємства	Повідомлення з реєстраційним номером платника збору, ставкою та термінами його перерахування. Довідка для відкриття рахунку в банку
Крок 8	Реєстрація підприємства у Фондах соціального страхування	Взяття на облік за місцезнаходженням підприємства у відповідних фондах як платника страхових внесків (на випадок безробіття, від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань, із тимчасової втрати працездатності)	Страхове свідоцтво та три Повідомлення про реєстрацію платника відповідних страхових внесків
Крок 9	Взяття на облік	Надання необхідного	Довідка про взяття

	в органі державної податкової служби за місцезнаходженням підприємства	комплекту документів. Вибір загальної або спрощеної (робота за єдиним податком, за спеціальним торговельним патентом, за фіксованим податком) системи оподаткування, обліку та звітності	на облік платника податків за формою № 4 — ОПП
Крок 10	Звернення до місцевого органу внутрішніх справ	Подання необхідного комплекту документів та отримання дозволу на виготовлення печатки і штампів	Дозвіл на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів
Крок 11	Звернення до штемпельно-гравірувальної майстерні	Виготовлення печатки й штампів для заснованого підприємства (організації)	Печатки і штампи
Крок 12	Звернення до банківської установи	Подання необхідних документів для відкриття поточного, депозитного, карткового та інших рахунків	Відкритий розрахунковий рахунок. Повернення до Пенсійного фонду відривного корінця Довідки для відкриття рахунку в банку



Рис. 4.3. Схема реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності — фізичної особи



Рис. 4.4. Схема реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності — юридичної особи

4.3. План семінарського заняття

1. Підприємницька ідея, її джерела та методи пошуку.
2. Вибір типу та організаційно-правової форми підприємства.
3. Технологія створення нового підприємства.
4. Ліцензування підприємницької діяльності.

Завдання для самостійної роботи

1. Заповнити таблицю даних щодо переліку документів для проходження державної реєстрації підприємств різних організаційно-правових форм.

Підприємства різних організаційних форм	Заява про реєстрацію	Рішення про створення	Статут	Установчий договір між засновниками	Розмір статутного фонду	Додаткові документи
Приватне підприємство						
Акціонерне товариство						
Товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю						
Повні товариства						
Командитні товариства						
Об'єднання підприємств						

2. Скласти план заходів підготовчого етапу створення власного підприємства разом із поданням установчих документів на державну реєстрацію.

3. Подати характеристику механізму та послідовності створення акціонерних товариств.

4. Розкрити переваги та недоліки франчайзингу як одного із шляхів входження в бізнес.



Література

1. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» // Урядовий кур'єр. — 2000. — 2 серпня.
2. Про порядок державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності. Постанова Кабінету Міністрів України від 25 травня 1998 р. № 740 // Урядовий кур'єр. — 1998. — 2 червня.
3. Карлін М. І. Правові основи підприємництва: Навч. посібник. — К.: Наук. думка, 2000.
4. Соболев С. Н. Предпринимательство: начало бизнеса. — К.: Венчур, 1994.
5. Турнак І. В., Турнак В. І. Організаційні структури бізнесу: порядок створення і функціонування. — Тернопіль: Джура, 1998.
6. Хизрич Р., Петерс М. Предпринимательство (или как завести собственное дело и добиться успеха). — М., 1993.
7. Энциклопедия малого бизнеса, или как начать свое дело: Пер. с англ. / Под ред. А. Т. Слука. — М., 1994.

4.4. Тести для перевірки знань

1. Індивідуальне підприємництво може здійснюватися у формі:
 - а) командитного товариства;
 - б) приватного підприємства;
 - в) акціонерного товариства;
 - г) підприємницької діяльності фізичної особи.
2. До традиційних способів започаткування бізнесу належать:
 - а) створення нового підприємства «з нуля»;
 - б) придбання вже наявної фірми;
 - в) виокремлення частки виробничої компанії та надання їй статусу окремого підприємства;
 - г) діяльність у рамках дочірньої фірми;
 - д) купівля франшизи.
3. У межах роботи зі створення власного бізнесу:
 - а) здійснюється пошук підприємницької ідеї;
 - б) обґрунтовуються способи досягнення підприємством його цілей;
 - в) обирається сфера майбутньої діяльності;
 - г) обґрунтовується доцільна форма організації бізнесу;
 - д) визначається місія підприємства.
4. До методів індивідуального творчого пошуку підприємницьких ідей належать:
 - а) метод аналогій;
 - б) метод контрольних запитань;

- в) метод ідеалізації;
- г) метод інверсії;
- д) метод конференції ідей.

5. Внутрішні мотиви, що спонукають підприємця до створення власного бізнесу, такі:

- а) працювати творчо;
- б) отримувати якомога більше грошей;
- в) братися лише за такі справи, для виконання яких є необхідні знання та навички;
- г) досягти визнання професіоналів в обраній сфері;
- д) реалізувати власну ідею.

6. До елементів процесу обґрунтування ідеї створення власної справи належать:

- а) визначення ринкового сегмента;
- б) наймання персоналу для реалізації ідеї;
- в) вибір організаційно-правової форми підприємства;
- г) економічне обґрунтування ефективності запропонованого проекту;
- д) розробка ринкової стратегії реалізації підприємницької ідеї;
- е) укладання договорів із постачальниками і споживачами.

7. Ознаки, що є спільними для статуту та установчого договору, такі:

- а) мета складання і використання;
- б) структура;
- в) юридична сила;
- г) процедура затвердження;
- д) взаємозалежність.

8. Форма організації бізнесу, за якої частина партнерів несе повну відповідальність за борги фірми, а решта — обмежену, називається:

- а) приватним підприємством;
- б) товариством з обмеженою відповідальністю;
- в) командитним товариством;
- г) акціонерним товариством;
- д) товариством із додатковою відповідальністю.

9. Організаційна форма бізнесу — це:

- а) вид підприємства, створеного відповідно до законодавства;
- б) система норм, що визначають взаємовідносини даного бізнесу з державою та між партнерами даного підприємства;
- в) форма власності, на якій засновано бізнес;
- г) тип (вид) підприємницької діяльності.

10. Основні критерії вибору форми організації бізнесу такі:
- а) місце розташування фірми;
 - б) відповідальність (обмежена, додаткова, необмежена);
 - в) початкові фінансові потреби;
 - г) збалансованість управлінських здібностей підприємця;
 - д) особливості ринку продукту даного бізнесу;
 - е) система оподаткування.

ТЕСТ ДЛЯ ПЕРЕВІРКИ РІВНЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ ДО ЗДІЙСНЕННЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Відповідайте «так» чи «ні».

1. Я б скоріше ризикнув розпочати власну справу, аніж працювати на когось.
2. Ніколи не піду на таку роботу, де доведеться багато їздити у відрядження.
3. Якби я грав в азартні ігри, ніколи б не робив малих ставок.
4. Мені подобається поліпшувати своє життя завдяки новим ідеям.
5. Ніколи не кину роботу, доки не знайду іншого місця.
6. Я не схильний до ризику з метою розширення власного кругозору.
7. Знаючи, що якась конкретна справа може закінчитися невдачею, я не став би вкладати в неї кошти, навіть якщо у випадку удачі виграш міг би бути великим.
8. Я бажав би випробувати в житті якомога більше.
9. Я не відчуваю в собі особливої потреби в збуджувальних подіях.
10. Я не володію великою енергією.
11. Я можу легко продукувати багато нових прибуткових ідей.
12. Я не став би битися об заклад на суму, якої в даний час не маю.
13. Мені подобається пропонувати щось нове, навіть коли реакцію керівництва на мої пропозиції не можна передбачити.
14. Я готовий брати участь лише в таких угодах, що є достатньо визначеними.
15. Менш надійна робота з більшим доходом приваблює мене більше, ніж надійніша робота із середнім доходом.
16. За характером я не дуже незалежний.

Підбийте підсумки! Зарахуйте собі по 1 очку:

- за кожну відповідь «так» на запитання 1,3,4,8,10,11,13,15;
- за кожну відповідь «ні» на запитання 2,5,6,7,9,12,14,16.

Якщо набрана Вами сума більша за 13, то психологічно Ви вже готові стати підприємцем. Залишилося перевірити свої знання.

Тема 5. Формування підприємницького капіталу

5.1. Методичні поради до вивчення теми

Розпочинаючи діяльність у будь-якій зі сфер бізнесу, підприємець постає перед проблемою пошуку стартового капіталу, який створюється у вигляді статутного фонду. Один із постулатів бізнесу проголошує: «Без грошей у підприємстві нічого робити». У цьому контексті під грошима розуміють капітал, призначений для вкладання в підприємницьку діяльність.

Без наявності стартового капіталу не може бути підприємництва. Чим потужніший початковий капітал підприємця на момент заснування його бізнесу, тим значнішими й масштабнішими будуть результати його діяльності. Крім того, слід усвідомлювати, що наявний підприємницький капітал може створювати відповідний імідж підприємця як ділової людини, а також підвищувати ймовірність досягнення успіху в його власній справі.

Отже, початковий капітал — це не тільки економічна категорія, необхідна для реалізації проекту, але й психологічний фактор, наявність і розмір якого впливають на імідж підприємця перед партнерами, а також є гарантом платоспроможності підприємця.

Щоб опанувати цю тему, необхідно з'ясувати сутність і складові початкового капіталу.

Стартовий (початковий) капітал у буквальному розумінні означає суму коштів, необхідних (авансованих) для започаткування підприємства, які й утворюють **статутний фонд**.

Зазначимо, що розуміти під капіталом лише певні речові об'єкти власності було б помилкою. Капітал може існувати в матеріалізованій та ментальній формах. Зокрема знання, вміння, здібності, «ноу-хау», сама ідея майбутнього бізнесу також виступають структурними елементами початкового капіталу. Варто звернути увагу на те, що іноді грошова вартість підприємницької ідеї може переважити вартість матеріальних ресурсів, необхідних для її реалізації.

Власник капіталу, купуючи на ринку товари — засоби виробництва і робочу силу, поєднує їх, спрямовуючи на досягнення місії та конкретних цілей у процесі праці, і після реалізації створеного продукту (товару, послуги) одержує більшу вартість, ніж та, яку було авансовано.

Дві різноспрямовані частини авансованих у стартовий капітал грошових коштів (засоби праці і робоча сила) називають відповідно *постійним* і *змінним капіталом*. У свою чергу, постійний капітал з урахуванням цілеспрямованості використання й характеру кругообігу завжди поділяється на *основний* та *оборотний*.

До складу *основного капіталу* входять усі технічні засоби виробництва. *Оборотний капітал* — це передусім матеріалізовані оборотні елементи виробництва (сировина, матеріали тощо), грошові оборотні кошти, нематеріальні активи.

Наголосимо, що поділ капіталу на основний та оборотний має практичне значення у зв'язку з різним за часом кругообігом і періодом повернення.

Важливим елементом вивчення теми є розгляд проблемних питань, пов'язаних із визначенням необхідного обсягу і джерел фінансування капіталу.

Стосовно порядку формування стартового капіталу варто пам'ятати, що потреба підприємця в певному обсязі капіталу залежить, насамперед, від стратегічних планів самого підприємця і від його підприємницької ідеї. Крім того, існують як капіталомісткі галузі, так і такі, що не потребують великих вкладень капіталу.

Розмір початкового капіталу залежить передусім від галузі, в якій планується реалізовувати підприємницьку ідею. Співвідношення між основним та оборотним капіталом у різних галузях не одне й те саме. Окрім того, вибір напрямку діяльності залежить від того, наскільки він є перспективним із погляду змін кон'юнктури ринку.

Необхідний розмір початкового капіталу визначається на основі розрахунків певних економічних показників щодо конкретного проекту (табл. 5.1).

Зауважимо, що під час формування початкового капіталу доцільно враховувати можливі альтернативні варіанти перебігу подій (песимістичний, оптимістичний, найбільш реальний) і відповідно розробляти перелік дій, спрямовуваних на формування окремих елементів підприємницького капіталу.

Джерела формування початкового капіталу залежать від обраної підприємцем чи підприємцями організаційно-правової форми господарювання. Строки, розмір, порядок внесення та оцінка вкладів кожного засновника до статутного фонду обумовлюються в засновницьких документах. Статутний фонд є власністю засновників у межах їхніх вкладів. Створення статутного фонду є

не тільки підставою для державної реєстрації, а й відправною точкою для розпочинання діяльності підприємства.

Розв'язуючи проблему вибору найбільш прийняттого способу формування первісного капіталу, підприємець аналізує всі можливі варіанти (табл. 5.2).

Під час формування стартового підприємницького капіталу не тільки враховується його вартість, а й прогнозується економічна вигода від його інвестування в започаткування бізнесу. Для цього з достатньою вірогідністю визначаються очікуваний рівень прибутковості підприємницького проекту та строк окупності капіталу, розрахований із виокремленням показника чистого прибутку.

Отже, підприємець має прийняти свідоме рішення стосовно способів формування статутного фонду, виходячи з аналізу багатьох факторів як економічного, так і політичного характеру. У цьому разі є сенс говорити не про політичні фактори як самі по собі, а радше про залежність підприємницької діяльності від зовнішнього середовища взагалі. Політика в цьому ракурсі виступає одним із багатьох факторів, які не залежать від підприємця, але опосередковано впливають на ті рішення, які він приймає стосовно свого бізнесу. З огляду на це, перш ніж розпочати підприємницьку діяльність, необхідно скласти бізнес-план, тобто план організації підприємства, визначивши розмір і джерела стартового капіталу та подавши відповідне економічне обґрунтування.

Сутність, зміст, структуру бізнес-плану, а також сукупність методів, способів та інструментів, що використовуються у процесі його розробки, доволі докладно розкрито в навчальних посібниках зі списку літератури до цієї теми [3; 4; 5].

5.2. Ілюстративний матеріал до вивчення теми

Таблиця 5.1

ПОПЕРЕДНІ РОЗРАХУНКИ НЕОБХІДНОГО РОЗМІРУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО КАПІТАЛУ (цифри умовні)

Елементи (складові) капіталу	Сума, тис. грн
Основний капітал	
1. Будівлі (адміністративні, виробничі, складські)	600
2. Обладнання офісів	200
3. Устаткування виробничих цехів	500

Закінчення табл. 5.1

Елементи (складові) капіталу	Сума, тис. грн
4. Верстати, прилади та інструменти	240
5. Автомобільний транспорт	300
А. Підсумок за основним капіталом	1840
Оборотний капітал	
6. Сировина	200
7. Залишки готової продукції на складі	150
8. Заборгованість покупців	50
9. Касовий залишок готівки	10
10. Кошти на рахунку в банку	500
Б. Підсумок за оборотним капіталом	910
Загальна потреба в капіталі (А+Б)	2750

Таблиця 5.2

**СХЕМА МОЖЛИВИХ ВАРІАНТІВ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО
КАПІТАЛУ (дані умовні)**

Елементи капіталу	Можливі джерела	Витрати на річне погашення, грн	Сегментне рішення ¹
1. Будівля	• Оренда	100	—
	• Купівля	600	+
	• Спільне виробництво ²	150	—
2. Обладнання офісів	• Оренда, лізинг	20	+
	• Купівля	200	—
3. Устаткування цеху	• Купівля ³	200	+
4. Верстати, прилади та інструменти	• Лізинг	50	+
	• Купівля	500	—
5. Автомобільний транспорт	• Лізинг	30	+
	• Купівля	300	—

Закінчення табл. 5.2

Елементи капіталу	Можливі джерела	Витрати на річне погашення, грн	Сегментне рішення ¹
Загальна потреба в капіталі, у тому числі: • на початок реалізації проекту • на кінець року ⁴	Підсумкові джерела:	900	х
	купівля — 1;	800	х
	купівля — 3; оренда — 2; лізинг — 4; лізинг — 5	100	х
Джерело необхідного капіталу	• Підсумки господарської діяльності	100	х
	• Кредит банку	500	х
	• Позичкові кошти партнерів	300	х

¹ Сегментним є рішення, що приймається за кожним конкретним пунктом табличної схеми визначенням найбільш доцільного варіанта з усіх наявних («+» — варіант, якому надається перевага).

² Спільним є виробництво (кооперація), що здійснюється на підставі договору, за яким підприємець отримує право користуватися будівлею, але певну частину виготовленої продукції передає партнерові-власнику.

³ Для обладнання цеху є лише одна можливість — купівля технічних засобів виробництва.

⁴ Сума витрат на кінець року охоплює платежі за оренду обладнання офісів (20 тис. грн) та лізинг верстатів, приладів, інструментів (50 тис. грн), автомобільного транспорту (30 тис. грн).

5.3. План семінарського заняття

1. Сутність підприємницького капіталу та його форми.
2. Порядок формування початкового підприємницького капіталу.
3. Особливості формування підприємницького капіталу в перехідний до ринкових відносин період.
4. Обґрунтування ефективних способів формування початкового капіталу.

Питання для самостійної роботи

1. Який метод формування початкового підприємницького капіталу в Україні, на вашу думку, може бути найбільш перспективним?
2. Якою мірою законодавство України сприяє залученню іноземного капіталу?

3. У чому полягає сутність концепції механізму прихованих партнерських зв'язків і чи можливе її використання в сучасних умовах?

4. Які можливі джерела формування фінансових ресурсів малого підприємництва?



Література

1. Бусыгин А. В. Предпринимательство. Основной курс: Учебник. — М.: ИНФРА, 1998.

2. Покропивний С. Ф., Колот В. М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1998.

3. Покропивний С. Ф., Соболев С. М., Швиданенко Г. О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1999.

4. Попов В. М., Кураков Л. П. и др. Сборник бизнес-планов: Современная практика и документация. Отечественный и зарубежный опыт. — Вып. 1 / Под ред. В. М. Попова. — М.: Финансы и статистика, 1997.

5. Соболев С. Н. Предпринимательство: начало бизнеса. — К.: ВЕНЧУР, 1994.

5.4. Тести для перевірки знань

1. До елементного складу підприємницького капіталу належать:

- а) нематеріальні активи;
- б) матеріалізовані оборотні елементи виробництва;
- в) технічні засоби виробництва;
- г) грошові засоби виробництва.

2. До оборотного капіталу належать:

- а) кошти на рахунку банку;
- б) заборгованість покупців;
- в) касовий залишок готівки;
- г) сировина;
- д) залишки готової продукції на складі;
- е) складські будівлі.

3. Можливі варіанти джерел формування підприємницького капіталу:

- а) будівля підприємства;
- б) купівля;

- в) лізинг;
- г) оренда;
- д) спільне підприємство (виробництво).

4. До елементів основного капіталу належать:

- а) виробничі будівлі;
- б) невикористані будівлі;
- в) обладнання офісів;
- г) прилади та інструменти;
- д) автомобільний транспорт;
- е) устаткування цеху;
- є) корисні моделі;
- ж) комп'ютерні програми.

5. Класифікація кредитів за ознакою строків повернення:

- а) короткострокові;
- б) середньострокові;
- в) довгострокові;
- г) вексельні;
- д) онкольні;
- е) бланкові.

6. Доцільність використання кредитів визначається на основі критеріїв:

- а) здатності раціонально використати кредит;
- б) розміру чистого прибутку;
- в) розміру прибутку порівняно з розміром прибутку, отриманого іншими підприємствами;
- г) норми прибутку;
- д) строку окупності капіталу (за валовим прибутком);
- е) строку окупності капіталу (за чистим прибутком).

Тема 6. Інвестиційна політика фірми

6.1. Методичні поради до вивчення теми

Ефективність діяльності підприємства істотно визначається рівнем і масштабами інвестиційної діяльності. Активна інвестиційна діяльність завжди є важливою ознакою динамічного розвитку підприємства і позитивно впливає на зростання його соціально-економічної ефективності. Підвищення інвестиційної активності в сучасних умовах має стати ключовою проблемою інвестиційної політики фірми.

Здійснення інвестиційної політики фірми неможливе без знання теорії і практики прийняття грамотних управлінських рішень у цій галузі. Отже, вивчення теми необхідно починати з розгляду питань, що стосуються правильного розуміння та однозначного тлумачення використовуваних у цій галузі термінів — *інвестиції, інвестор, інвестиційний проект, інвестиційна політика, суб'єкти та об'єкти інвестиційної діяльності*. Засвоєння основних категорій допомагає з'ясувати сутнісну характеристику інвестицій взагалі, визначити їх важливість для створення, функціонування та розвитку підприємства.

При цьому доцільно звернути увагу на те, що розрізняють кілька видів інвестицій: *валові, чисті, реальні, фінансові, інноваційні, інтелектуальні*.

Інвестиційна діяльність здійснюється на основі інвестиційного проекту, який виступає об'єктом реального інвестування, наміченим до реалізації у формах придбання, реконструкції, розширення, нового будівництва тощо, які обґрунтовано бізнес-планом.

У загальному вигляді інвестиційний проект можна розглядати як документ або певний процес.

Зазвичай реалізація реальних інвестиційних проектів здійснюється в такій послідовності:

- мотивація інвестиційної діяльності;
- прогнозування і програмування інвестицій;
- обґрунтування необхідності інвестицій;
- страхування інвестицій;
- державне регулювання інвестиційного процесу;
- планування інвестицій;
- фінансування інвестицій;
- проектування та ціноутворення;
- забезпечення інвестицій матеріально-технічними ресурсами;
- освоєння інвестицій;
- підготовка до виробництва;
- попередня задача — приймання об'єкта в експлуатацію;
- завершальна задача об'єкта в експлуатацію.

Раціональне управління інвестиційним процесом на всіх стадіях відтворювального процесу є складовою інвестиційної політики підприємства.

Вивчаючи тему, важливо з'ясувати питання, що стосуються правового статусу підприємства — суб'єкта інвестиційної діяльності, який приймає рішення про вкладання власних і позичкових коштів в об'єкти інвестування. Для цього варто звернутися до законодавчих актів щодо правового регулювання інвестиційної ді-

яльності, а саме: «Про інвестиційну діяльність», «Про державну програму заохочення іноземних інвесторів в Україні», «Про цінні папери і фондову біржу» тощо.

Самостійне вивчення законодавчих актів, що регламентують інвестиційну діяльність суб'єктів підприємництва в різних організаційно-правових формах, допоможе скласти уявлення про форми державного регулювання в цій сфері (рис 6.1).

Після ознайомлення з правовими основами та формами державного регулювання інвестиційної діяльності підприємств можна переходити до розгляду й усвідомлення сутності, завдань і функцій сучасного інвестиційного менеджменту як процесу управління всіма аспектами інвестиційної діяльності.

Головна мета інвестиційного менеджменту зводиться до забезпечення найефективніших шляхів реалізації інвестиційної стратегії підприємства на окремих етапах його розвитку.

Пріоритетним завданням інвестиційного менеджменту потрібно вважати не максимізацію прибутку від інвестиційної діяльності, як це стверджують численні фахівці, а забезпечення високих темпів економічного розвитку підприємства за умови достатньої його фінансової стійкості. Відповідно до цього визначаються конкретні функції інвестиційного менеджменту, практична реалізація яких є надійною запорукою активної інвестиційної політики та ефективної інвестиційної діяльності будь-якої фірми (рис. 6.2).

Далі варто перейти до розгляду питань, пов'язаних із визначенням обсягу і джерел фінансування інвестицій. При цьому доцільно звернути увагу на такі блоки питань:

- ✓ чинники, що впливають на обсяг інвестицій підприємства;
- ✓ класифікація інвестицій за певними ознаками (рис. 6.3);
- ✓ види та джерела формування інвестиційних ресурсів підприємства (рис. 6.4);
- ✓ методи фінансування інвестиційних програм і проектів (рис. 6.5).

Зауважимо, що формування інвестиційних ресурсів з урахуванням чинників, різних джерел і методів фінансування інвестиційних програм належить до складових інвестиційної політики підприємства на будь-якому етапі його становлення й розвитку.

Останнім етапом вивчення тематичного матеріалу є розгляд питань щодо обґрунтування вибору об'єктів інвестування ієрархічно відокремлених суб'єктів господарювання, тобто галузей економіки в цілому і промисловості зокрема, певних регіонів,

конкретних підприємств, що мають забезпечити найвищу ефективність інвестицій. Основу такого вибору становлять оцінювання і прогнозування інвестиційної привабливості окремих інтегрованих і первинних ланок господарювання.

Методичні підходи й показники аналізу та оцінювання інвестиційної привабливості ієрархічно відокремлених суб'єктів господарювання (табл. 6.1, рис. 6.6) розглядаються в багатьох джерелах, зокрема в навчальному посібнику з дисципліни [5, с. 121—131].

Отже, інвестиційна політика, що покликана реалізовувати цілі та завдання стратегічного розвитку підприємства, являє собою частину цілісної стратегії і має бути тісно пов'язана з іншими її напрямками — маркетинговою, інноваційною, фінансовою політиками тощо.

6.2. Ілюстративний матеріал до вивчення теми



Рис. 6.1. Основні форми державного регулювання інвестиційної діяльності підприємства

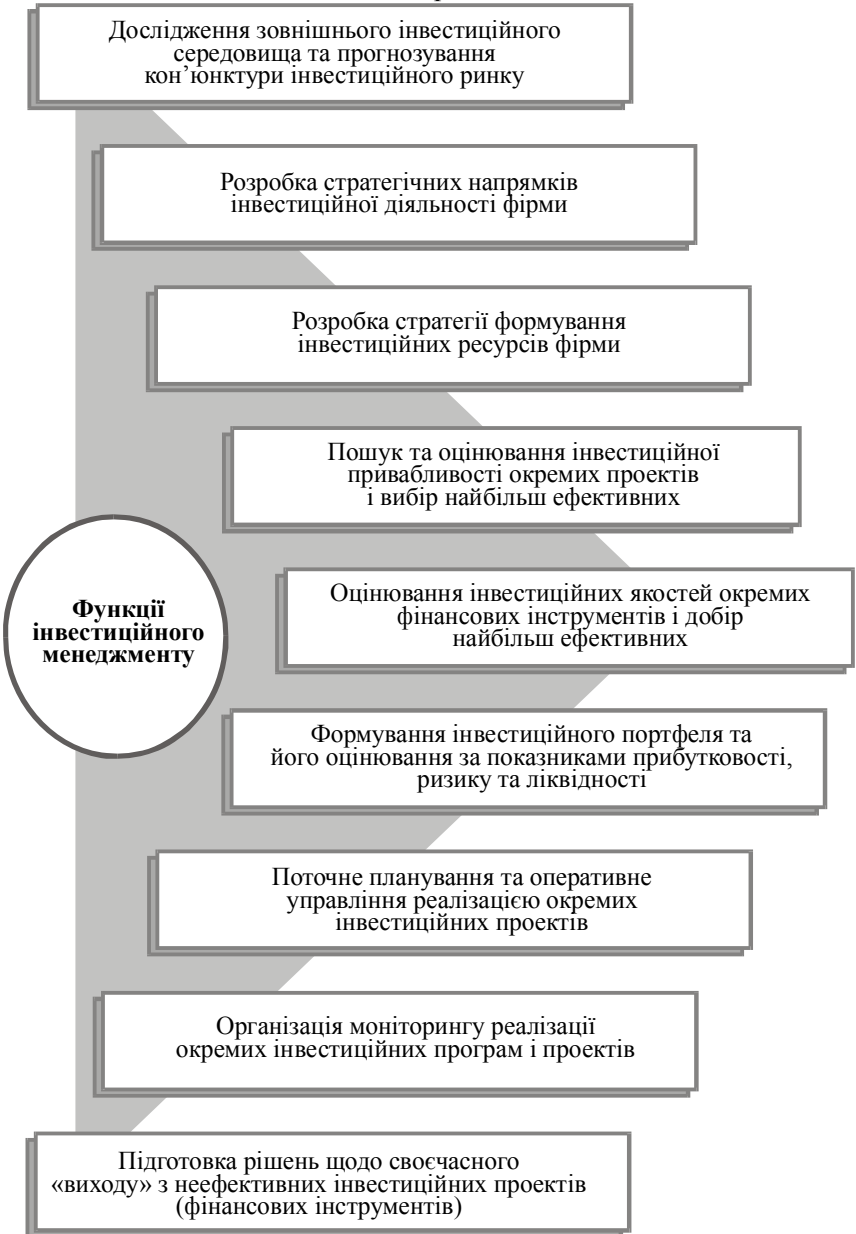


Рис. 6.2. Основні функції інвестиційного менеджменту

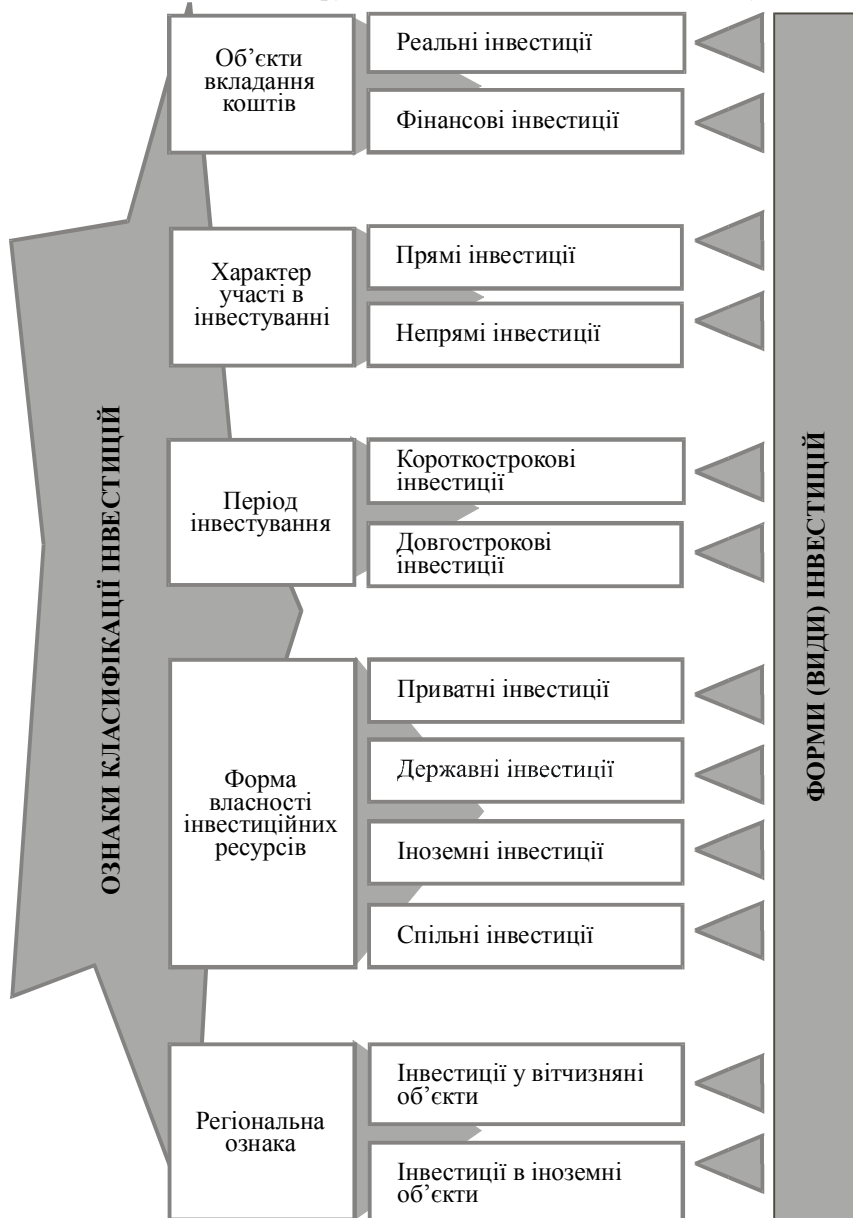


Рис. 6.3. Класифікація інвестицій за окремими ознаками

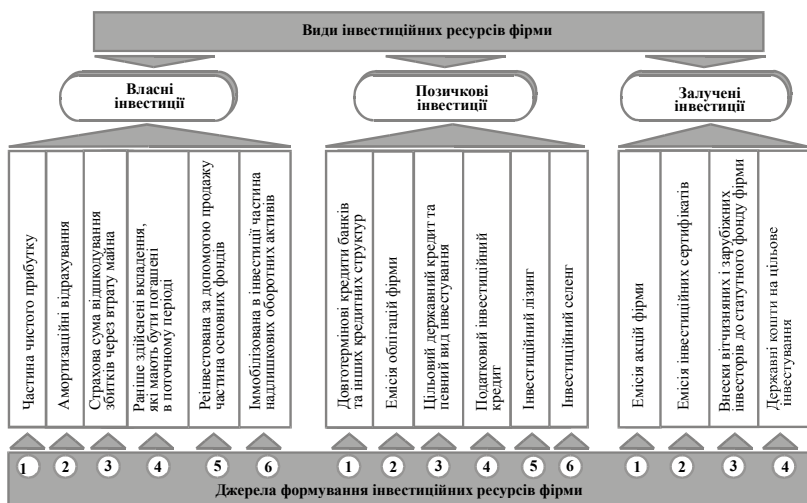


Рис. 6.4. Джерела формування інвестиційних ресурсів фірми



Рис. 6.5. Методи фінансування інвестиційних програм і проектів фірми



Рис. 6.6. Основні напрямки і показники фінансового аналізу, що використовуються для оцінювання інвестиційної привабливості фірми

Таблиця 6.1

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОКРЕМИХ СТОРІН ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ (ОБЛАСТЕЙ)

Групи показників	Окремі показники
<ul style="list-style-type: none"> • Рівень загально-економічного розвитку 	<ul style="list-style-type: none"> • Частка регіону у валовому внутрішньому продукті • Обсяг промислової продукції на душу населення • Рівень самозабезпечення регіону основними продуктами харчування • Середній рівень заробітної плати працівників • Обсяг і динаміка капітальних вкладень у розрахунку на одного жителя • Кількість підприємств та організацій усіх форм власності • Частка збиткових підприємств у загальній їх кількості

<ul style="list-style-type: none"> • Рівень розвитку інвестиційної інфраструктури 	<ul style="list-style-type: none"> • Кількість підрядних будівельних організацій усіх форм власності • Обсяги виробництва основних видів місцевих будівельних матеріалів • Виробництво електроенергії на душу населення • Густота залізниць у розрахунку на 100 км² території • Густота автомобільних доріг із твердим покриттям на 100 км² території
<ul style="list-style-type: none"> • Демографічна характеристика 	<ul style="list-style-type: none"> • Частка населення регіону в загальній його кількості в Україні • Співвідношення міського і сільського населення • Частка населення, зайнятого в суспільному виробництві • Рівень кваліфікації працівників суспільного виробництва
<ul style="list-style-type: none"> • Рівень розвитку ринкових відносин і комерційної інфраструктури 	<ul style="list-style-type: none"> • Частка приватизованих підприємств у загальній їх кількості • Частка недержавних фірм у загальній кількості виробничих підприємств • Кількість спільних підприємств із зарубіжними партнерами • Кількість банківських установ та їх філій • Кількість страхових установ та їх представництв • Кількість універсальних і спеціалізованих товарних бірж
<ul style="list-style-type: none"> • Рівень криміногенних, екологічних та інших ризиків 	<ul style="list-style-type: none"> • Рівень економічних злочинів у розрахунку на 100 тис. жителів • Частка підприємств із шкідливими викидами понад допустимі норми • Середній радіаційний фон у містах (великих населених пунктах) • Частка незавершених будівельних об'єктів у загальній кількості розпочатих за 3 роки

6.3. План семінарського заняття

1. Характеристика інвестиційної діяльності підприємства.
2. Формування інвестицій і фінансування капіталу.
3. Інвестиційна привабливість ієрархічно відокремлених суб'єктів господарювання.

Питання для самостійної роботи

1. Охарактеризуйте методичні основи щодо визначення обсягу та ефективності інвестицій.

2. Висловіть власну думку з приводу необхідності, можливості і доцільності залучення іноземних інвестицій в національну економіку.



Література

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 47.

2. *Бланк И. А.* Инвестиционный менеджмент. — К., 1998.

3. *Глазунов В. М.* Критерии оценки инвестиционной привлекательности проектов // Финансы. — 1997. — № 12.

4. *Липсиц И. В., Косов В. В.* Инвестиционный проект. — М.: БЕК, 1996.

5. *Покропивний С. Ф., Колот В. М.* Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1998.

6. Управление инвестициями: Справочное пособие для специалистов и предпринимателей: В 2 т. / Под ред. В.В. Шеремета. — М.: Высш. шк., 1998.

6.4. Тести для перевірки знань

1. Інвестиції можуть здійснюватися у формі:

а) грошових сум, цільових банківських вкладів, паїв, акцій та інших цінних паперів;

б) рухомого і нерухомого майна;

в) прав інтелектуальної власності;

г) сукупності технологічних, технічних, комерційних та інших знань;

д) права користування землею, водою, ресурсами, будівлями, спорудами, устаткуванням, а також інших майнових прав та цінностей.

2. Фінансові інвестиції — це:

а) акції, облігації;

б) фінансові зобов'язання;

в) казначейські зобов'язання, банківські вклади;

г) депозити;

д) паї;

е) ощадні та інвестиційні сертифікати.

3. Капітальні вкладення — це вкладання:

- а) у будівлі;
- б) устаткування;
- в) нематеріальні активи;
- г) робочу силу;
- д) винаходи й патенти.

4. За джерелами фінансування інвестиції поділяються на такі групи:

- а) власні;
- б) позичкові;
- в) залучені;
- г) іноземні;
- д) метод конференції ідей.

5. Інвестиції за характером участі в інвестуванні класифікуються такі:

- а) валові та чисті;
- б) реальні та фінансові;
- в) прямі і непрямі;
- г) спільні і приватні.

6. Джерелами формування власних інвестицій можуть бути:

- а) виручка від продажу частини основних фондів;
- б) амортизаційні відрахування;
- в) емісія облігацій підприємства;
- г) частина чистого прибутку.

7. До фінансових показників прибутковості капіталу, що відбивають інтереси інвесторів належать:

- а) рентабельність основних фондів;
- б) прибутковість використання активів;
- в) коефіцієнт залучення власних та позичкових коштів;
- г) прибутковість реалізації продукції;
- д) окупність інвестицій.

8. Показники фінансової стійкості розраховуються з метою:

- а) визначення потреб підприємства в інвестиційних ресурсах;
- б) визначення міри ризику інвестування коштів;
- в) оцінювання привабливості вкладання коштів у даний проект;
- г) схарактеризувати результати майбутньої діяльності фірми з погляду на її прибутковість;

д) розробки механізмів реагування на можливі негативні наслідки ризиків.

9. До фінансових коефіцієнтів, що відбивають інтереси інвесторів належать:

- а) коефіцієнт термінової ліквідності;
- б) коефіцієнт заборгованості;
- в) окупність інвестицій;
- г) коефіцієнт чистого прибутку.

10. Інтереси власників капіталу відображають коефіцієнти:

- а) ліквідності;
- б) платоспроможності;
- в) рентабельності;
- д) коефіцієнт співвідношення залучених і власних коштів.

Тема 7. Договірні взаємовідносини і партнерські зв'язки в підприємстві

7.1. Методичні поради до вивчення теми

Розпочинаючи вивчення цієї теми, необхідно чітко усвідомлювати, що в умовах ринку організація підприємницької діяльності в будь-якій зі сфер господарювання базується виключно на договірних відносинах.

Основою закріплення партнерських зв'язків, а саме предмета договору, є тривалі господарські договори на виконання робіт і послуг, а також на постачання необхідних матеріально-технічних ресурсів. Для підприємств довгострокові господарські договори мають становити основу виробничо-комерційної діяльності, оскільки їхній зміст дає змогу точніше визначити кон'юнктуру ринку і сприяє створенню умов для їхньої стабільної роботи.

Саме в ринковій економіці договори є визначальною і майже єдиною правовою формою партнерських взаємовідносин, які вимагають збереження принципів договірних стосунків і водночас роблять договір універсальною формою існування ринку.

У цьому зв'язку необхідно усвідомити, що важливим із практичного боку є те, що в основу будь-якого договору покладено зобов'язання, відповідно до яких одна особа (кредитор) має право вимагати від іншої особи (боржника) здійснення певних дій або отримання зиску від їх виконання.

Особливу увагу потрібно звернути на те, що в різних сферах із метою організації людських взаємовідносин застосовується багато видів і форм договорів. Насамперед треба знати, що в ринковій системі господарювання існує два види договорів — *установчий і підприємницький*.

Установчі договори використовуються в разі створення підприємств певних організаційних форм бізнесу (тема 4).

Структуризацію підприємницьких договорів (контрактів, угод) за сферами діяльності унаочнює табл. 7.1.

Із сутнісною характеристикою переважної більшості договорів потрібно ознайомитися, вивчаючи літературні джерела [4; 6; 7].

Важливим із практичного погляду є питання щодо формування змісту та умов договору підприємцем. Типовий зміст підприємницького договору ілюструє рис. 7.1.

Особливу увагу варто звернути на те, що від точності й повноти формування потенційно можливих умов договору залежить ефективність підприємницької діяльності, яка ґрунтується на договірних взаємовідносинах партнерів. Тому ретельне визначення і формування конкретних умов для всіх розділів договору можна вважати визначальним етапом підготовки його проекту.

Формулювання можливих конкретних умов договору і зразки оформлення документів викладено в рекомендованій літературі до вивчення теми [3; 6; 7].

Важливе значення для прийняття підприємницьких рішень щодо реалізації конкретного проекту бізнесового спрямування має вивчення третього питання теми відповідно до плану [6]. При цьому необхідно ознайомитися із сутністю і конкретними формами співробітництва у сфері виробництва, товарообміну, торгівлі, фінансових відносин. В узагальненому вигляді найважливіші форми співробітництва за окремими напрямками ілюструє рис. 7.2.

7.2. Ілюстративний матеріал до вивчення теми

Таблиця 7.1

КЛАСИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ДОГОВОРІВ ЗА СФЕРАМИ ДІЯЛЬНОСТІ

Сфера діяльності	Сутність договорів
1. Купівля, продаж, оренда і лізинг	1.1. Договір купівлі-продажу продукції, виробленої підприємством 1.2. Договір на поставляння товарів через посередника 1.3. Договір про аукціонний продаж товарів 1.4. Договір про виготовлення продукції із сировини і матеріалів замовника 1.5. Договір продажу майна підприємства іншим юридичним особам 1.6. Державний контракт 1.7. Державне замовлення 1.8. Договір оренди майна 1.9. Лізингова угода
2. Підрядні послуги	2.1. Договір про консалтинг та інформаційне обслуговування підприємств і організацій 2.2. Договір про надання юридичних послуг 2.3. Договір про надання аудиторських послуг 2.4. Договір про надання брокерських послуг 2.5. Договір про рекламні послуги 2.6. Договір на виконання науково-дослідних робіт
3. Трудові відносини	3.1. Колективний договір 3.2. Тарифна угода 3.3. Договір (контракт) про наймання керівника 3.4. Договір (контракт) про наймання працівника
4. Страхування	4.1. Договір особистого страхування від нещасних випадків 4.2. Договір страхування майна підприємства і громадян 4.3. Договір обов'язкового медичного страхування 4.4. Договір добровільного медичного страхування
5. Розрахунки і кредитування	5.1. Договір на розрахункове і касове обслуговування 5.2. Договір поручництва 5.3. Договір позики із заставним забезпеченням 5.4. Кредитний договір

Сфера діяльності	Сутність договорів
6. Зовнішньоекономічна діяльність	6.1. Договір на декларування товарів, що підлягають митному контролю 6.2. Договір на транспортно-експедиційне обслуговування зовнішньоторговельних операцій 6.3. Ліцензійний договір загального типу 6.4. Договір консигнації 6.5. Агентський договір 6.6. Договір на закупівлю товарів за імпортом 6.7. Договір поставки товарів за експортом
7. Інші договори	7.1. Договір доручення 7.2. Договір комісії 7.3. Договір про спільну діяльність



Рис. 7.1. Типовий зміст і структура підприємницького договору



Рис. 7.2. Найважливіші форми співробітництва партнерів за напрямками підприємницької діяльності

7.3. План семінарського заняття

1. Організація договірних взаємовідносин у бізнесі.
2. Формування умов договору підприємцем.
3. Напрямки і форми співробітництва партнерів.

Завдання для самостійної роботи

1. Розробити договір купівлі-продажу.
2. Скласти зразок установчого договору про заснування малого підприємства.
3. Підготувати вільну оферту на продаж продукції «А».
4. В якій ситуації та кому з партнерів ви запропонували б обслуговування на умовах факторингу?



Література

1. Закон України «Про колективні договори і угоди» // Відомості Верховної Ради України. — 1993. — № 36.
2. *Бойко М. Д., Снівак В. М., Хазін М. А.* Цивільно-правові документи. — К.: Наук. думка, 2000.
3. *Головач А. С.* Зразки оформлення документів. Для підприємств та громадян. — Донецьк: Стакер, 1997.
4. Договори у підприємницькій діяльності. — Х.: Фактор, 2001.
5. *Заруба О. Д.* Страхова справа: Підручник. — К.: Знання, 1998.
6. *Покропивний С. Ф., Колот В. М.* Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1998.
7. Сборник типовых договоров, применяемых в различных сферах хозяйствования и иной деятельности. — М., 1995.

7.4. Тести для перевірки знань

1. Письмовий документ, що засвідчує волевиявлення фізичних чи юридичних осіб стосовно заснування нового організаційно-правового утворення для реалізації конкретної підприємницької ідеї, називається:

- а) підприємницьким договором;
- б) колективним договором;
- в) установчим договором;
- г) договором доручення.

2. До форм співробітництва партнерів у виробництві належать:

- а) комерційна триангуляція;
- б) факторинг;
- в) проектне фінансування;
- г) комерційний трансферт.

3. Управління за контрактом як форма співробітництва партнерів належить до такого напрямку підприємницької діяльності:

- а) торгівлі;
- б) виробництва;
- в) фінансових відносин;
- г) товарообмінних операцій.

4. Форма обопільного придбання партнерами капіталу в національній валюті в певних розмірах за договірною ціною з подальшим її зарахуванням на рахунок покупця в національному банку країни-продавця має назву:

- а) франчайзинг;
- б) факторинг;

- в) комерційний трансферт;
- г) комерційна триангуляція.

5. Проектне фінансування — це форма підприємницького співробітництва, за якої:

а) один із партнерів передає іншому «ноу-хау» управлінського характеру, а останній забезпечує інвестування процесу практичного його використання;

б) один із партнерів зобов'язується фінансувати реалізацію підприємницького проекту іншого партнера;

в) партнер—розробник ідеї пропонує іншому партнеру здійснювати практичну реалізацію проекту і зобов'язується фінансувати всі необхідні роботи.

6. До форм співробітництва партнерів щодо фінансових відносин належать:

- а) факторинг;
- б) франчайзинг;
- в) комерційна триангуляція;
- г) форвардні операції.

7. Договір доручення за сферою діяльності належить:

- а) до зовнішньоекономічної діяльності;
- б) розрахунків та кредитування;
- в) страхування;
- г) правильної відповіді немає.

8. Колективний договір укладається:

- а) на всіх підприємствах;
- б) тільки на державних підприємствах;
- в) на всіх підприємствах, де використовується наймана праця;
- г) правильної відповіді немає.

9. Договори, що не належать до сфери зовнішньоекономічної діяльності, такі:

- а) договір консигнації;
- б) агентський договір;
- в) кредитний договір;
- г) усі відповіді правильні.

10. У договорі форс-мажорні обставини зазвичай описуються:

- а) у преамбулі;
- б) заключній частині;
- в) специфічних умовах основної частини;
- г) загальних умовах основної частини.

Тема 8. Підприємницький успіх і культура бізнесу

8.1. Методичні поради до вивчення теми

Розпочинаючи вивчення питань теми, необхідно з'ясувати сутність підприємницького успіху та виокремити його складники.

Успіх завжди відбиває результат ділової активності підприємця. Саме за рівнем досягнутого успіху оцінюють підприємця.

Досвід країн із соціально-орієнтованою економікою підтверджує, що успіх ініціюється різними про нього уявленнями (складниками успіху).

Створюючи підприємство, підприємець визначає конкретні цілі підприємницької діяльності, тобто кінцевий бажаний результат діяльності. З огляду на це однією з головних складових успіху підприємницької діяльності є досягнення встановлених цілей і виконання місії.

Особиста мета підприємця може бути така:

- ✓ отримати якомога більше грошей;
- ✓ працювати творчо;
- ✓ почувати себе комфортно;
- ✓ привести в рівновагу складові елементи життя — власну кар'єру, сім'ю тощо;
- ✓ добитися визнання свого професіоналізму та обізнаності серед колег у вибраній сфері підприємницької діяльності;
- ✓ спромогтися реалізувати власну ідею;
- ✓ не допустити банкрутства своєї фірми;
- ✓ створити нові робочі місця тощо.

Отже, необхідно усвідомити, що сучасне цивілізоване підприємство є визначальною і необхідною умовою досягнення не лише економічного успіху, а й суспільного визнання соціальної значущості й корисності будь-якої господарської розумової та фізичної діяльності.

Багато хто вважає, що єдиною метою підприємця є отримання прибутку, проте це не так. Справді, кінцевою метою діяльності підприємця є забезпечення її прибутковості завдяки раціональній організації праці та засобів виробництва. Проте підприємець спрямовує свою діяльність на створення умов задля успішного функціонування власного бізнесу, виходячи з того, що прибуток не є причиною здійснення підприємницької діяльності, а лише результатом її успішного провадження. Особливо важливим є розуміння економічної аксіоми, сутність якої така: аби підприємст-

во було успішним упродовж тривалого часу й досягало своїх цілей, його діяльність має бути результативною та ефективною. За словами П. Друкера, результативність є наслідком того, що підприємство виробляє потрібні на ринку продукти (товари), а ефективність є наслідком того, що ці потрібні комусь товари виробляються найбільш раціональним способом. Друкер вважав, що результативність та ефективність діяльності підприємства як критерії успішної його діяльності є однаково важливими [2].

Безумовним є той факт, що в підприємництві поняття успіху пов'язане з досягненням результату, очікуваного з моменту започаткування проекту, який реалізує відповідну ідею (див. тему 4). За цивілізованого розуміння успіху до уваги, насамперед, треба брати його морально-етичні аспекти, а вже потім фінансові. Отже, підприємницький успіх має бути оцінений з урахуванням ступеня здійснення власної ідеї, бажання самотвердження або намагання змінити хід подій тощо. Гроші, капітал, прибуток, природно, є важливими складовими успіху, але не можуть виступати самоціллю.

Наступним кроком у вивченні теми має стати з'ясування ролі підприємця як визначальної особистості в бізнесі.

Необхідною передумовою започаткування та успішного здійснення підприємництва є наявність самих підприємців. Постає підприємця як основного суб'єкта ринкових відносин є ключовою в конструкції ринку. Його небезпідставно вважають центральною фігурою в бізнесі та інколи порівнюють із полководцем, здатним із меншими силами виграти бій із противником, що кількісно його переважає.

Нагромаджений досвід розвинених країн незаперечно підтверджує істину, що бізнесу не можна навчитися, перегортаючи підручники, але вони допоможуть кожному, хто приходить у бізнес, зрозуміти його таємниці та освоїтися в ньому. Виходячи з цього, необхідно на основі опрацювання літературних джерел з'ясувати набір якостей, потрібних підприємцеві (рис. 8.1) [6; 7; 9; 11].

Наступним питанням теми є професійна культура бізнесової діяльності, яка безпосередньо впливає на підприємницький успіх. Передусім варто усвідомити, що сучасна підприємницька діяльність може ефективно здійснюватися і розвиватися за умов належного дотримання вимог не тільки економічного, а й соціального та політичного характеру. Ідеться про те, що у своїй діяльності підприємець має обов'язково керуватися ustalеними в усіх цивілізованих країнах нормами поведінки.

Підприємницька культура охоплює широкий спектр питань ділової етики й етикету, з якими необхідно ознайомитися за на-

вчальним посібником із предмета, а також з інших джерел сучасної літератури [1; 3; 5; 6;]. Головну увагу варто приділити основним складникам ділової етики підприємця, а саме: етиці спілкування; етиці привітання, прийомів та переговорів; етичним нормам реклами. Розглядаючи це питання, доцільно звернути увагу на те, що ділова етика (етика бізнесу) є одночасно економічною і духовною категорією.

Культури бізнесової діяльності безпосередню стосується підприємницьке діловодство. У цьому зв'язку вивчення теми передбачає ознайомлення з його основами, насамперед, із класифікацією ділових документів, вимогами до складання ділових документів і їх оформлення (табл. 8.1, рис. 8.2, табл. 8.2).

Останнім етапом у вивченні теми є розгляд питання щодо створення позитивного іміджу фірми («паблік рілейшнз»). Слід звернути увагу на те, що в сучасних умовах «паблік рілейшнз» не безпідставно оцінюють як мистецтво і науку створення ділового іміджу на основі оперативної та правдивої інформації. Причому йдеться про діловий імідж не тільки фірм, але й окремих підприємців.

8.2. Ілюстративний матеріал до вивчення теми

Таблиця 8.1

КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАСТОСОВУВАНИХ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ ДІЛОВИХ ДОКУМЕНТІВ ЗА НАЙВАЖЛИВІШИМИ ОЗНАКАМИ

Класифікаційні ознаки	Групи ділових документів
1. Спеціалізація за змістом	1.1. Загальноуправлінські 1.2. З адміністративних питань 1.3. Спеціалізовані за видами господарської діяльності
2. Призначення (спрямованість)	2.1. Документи колегіальних органів 2.2. Інформаційні 2.3. Організаційні 2.4. Розпорядчі
3. Гласність (ступінь секретності)	3.1. Звичайні 3.2. Для службового користування 3.3. Таємні (цілком таємні)
4. Напрямок руху (переміщення)	4.1. Вхідні 4.2. Вихідні
5. Стадія створення	5.1. Оригінали 5.2. Копії

Класифікаційні ознаки	Групи ділових документів
6. Форма створення	6.1. Стандартні (типові) 6.2. Індивідуальні
7. Характер надходження	7.1. Офіційні 7.2. Особисті
8. Термін зберігання	8.1. Постійного зберігання 8.2. Тривалого зберігання (понад 10 років) 8.3. Тимчасового зберігання (до 10 років)

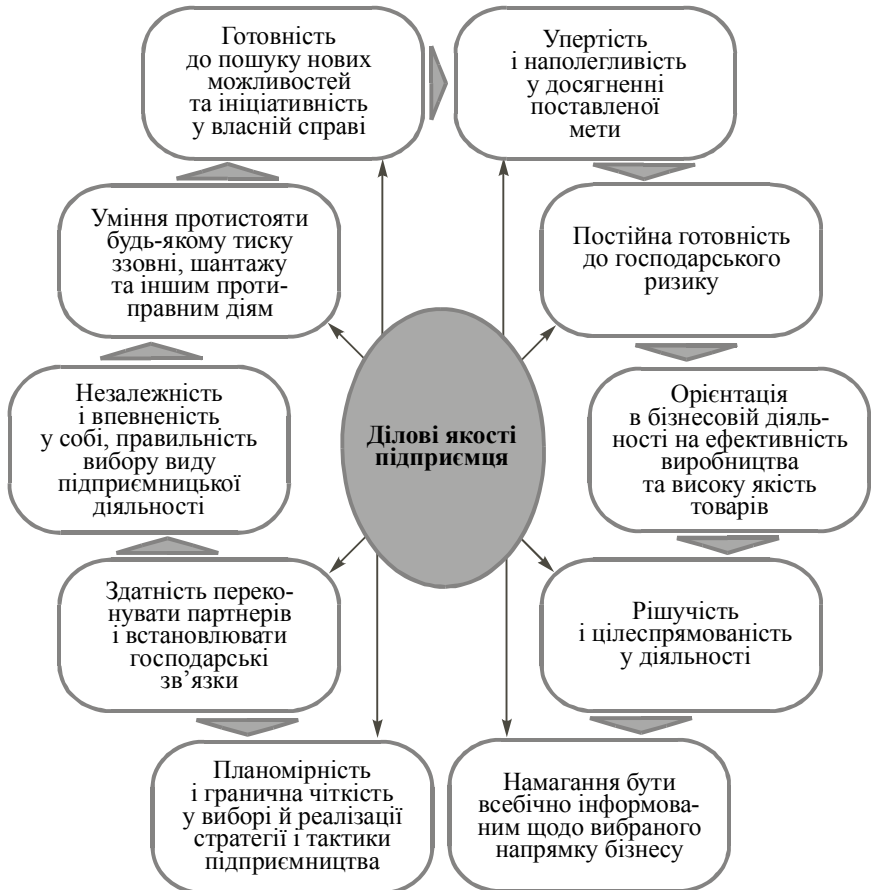


Рис. 8.1. Найбільш важливі якості особистості підприємця

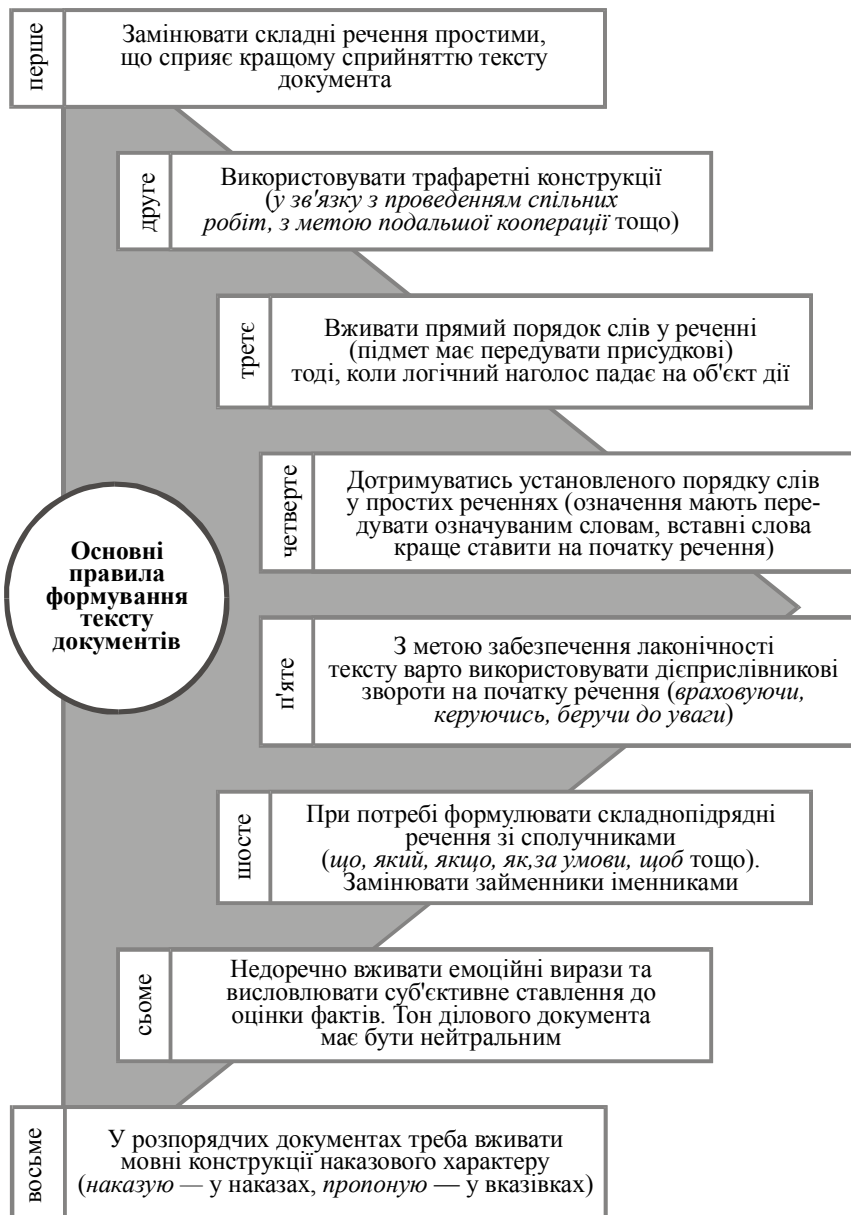


Рис. 8.2. Основні правила формування тексту ділових документів для сфери підприємництва

Таблиця 8.2

ПЕРЕЛІК ПОВНОГО СКЛАДУ РЕКВІЗИТІВ ОРГАНІЗАЦІЙНО-РОЗПОРЯДЧИХ ДОКУМЕНТІВ (всеохопний варіант)

Група	Порядковий номер	Назва окремих реквізитів
1	1.1 1.2	Державний герб України Емблема підприємства (організації)
2	2.3 2.4	Код підприємства (організації) Код форми документа
3	3.5 3.6 3.7 3.8 3.9	Назва міністерства або відомства (вищої організації або засновника) Повна назва підприємства (організації, установи) — автора документа Назва структурного підрозділу Індекс підприємства зв'язку, поштова і телеграфна адреса, телефон, факс, номер розрахунковою рахунку в банку Назва виду документа
4	4.10 4.11	Дата Індекс
5	5.12 5.13	Посилання на індекс і дату вхідного документа Місце складання або видання документа
6	6.14 6.15 6.16 6.17	Гриф обмеження доступу до документа Адресат Гриф затвердження Резолюція
7	7.18	Заголовок тексту документа
8	8.19	Позначка про контроль
9	9.20 9.21 9.22	Текст документа Позначка про наявність додатків Підпис керівника (іншої вповноваженої особи)
10	10.23 10.24 10.25 10.26 10.27	Гриф (грифи) узгодження Візи Печатка Позначка про засвідчення і кількість копій Прізвище виконавця та номер його телефону
11	11.28	Позначка про виконання документа й направлення його в папку для справи
12	12.29	Позначка про перенесення даних документа на машинний носій
13	13.30	Позначка про надходження документа

8.3. План семінарського заняття

1. Характеристика та організація підприємницького успіху.
2. Професійна культура бізнесової діяльності.
3. Основи підприємницького діловодства.
4. Складові ділової етики підприємця.

Питання для самостійної роботи

1. Які особисті вади, що перешкоджають досягненню підприємницького успіху, ви виділили б у першу чергу?
2. Як ви розумієте вислів: «Успіх, що приносить шкоду іншим, є невдачею»?
3. Дайте коротку аналітичну оцінку загалу вітчизняних підприємців.



Література

1. *Венедиктова В. И.* О деловой этике и этикете. — М., 1994.
2. *Друкер П.* Як забезпечити успіх у бізнесі. — К., 1994.
3. Кадзума Татеиси. Вечный дух предпринимательства. Практическая философия бизнесмена. — К., 1992.
4. Как добиться успеха. Практические советы деловым людям / Под ред. В. Е. Хруцкого. — М., 1992.
5. Как стать предприимчивым и богатым. Из американских рецептов. — М., 1991.
6. *Кузин Ф. А.* Имидж бизнесмена. — М.: Ось-89, 1996.
7. *Солоп А. С.* Тайны бизнеса. — К.: УФИМБ, 1997.
8. *Скотт Д. Г.* Сила ума. Описание пути к успеху в бизнесе. — К.: Внешторгиздат, 1992.
9. *Томилов В. В.* Культура предпринимательства: Учебник. — СПб., 2000.
10. *Урчукин В.* Десять заповедей предпринимателя. — К.: Укрзакордонвизасервис, 1992.
11. *Хоэйр В.* Как делать бизнес в Европе. — М.: Прогресс, 1990.
12. *Хизрич Р. и др.* Предприниматель и предпринимательство. — М.: Прогресс — Университет, 1991.

8.4. Тести для перевірки знань

1. До складників підприємницького успіху належать:
 - а) створення нових робочих місць;
 - б) власне почуття комфорту;
 - в) практична реалізація власної ідеї;
 - г) отримання якомога більшої кількості грошей;
 - д) недопущення банкрутства своєї фірми;
 - е) усі відповіді правильні.
2. Найбільш важливі ділові якості особистості підприємця такі:
 - а) постійна готовність до господарського ризику;
 - б) надмірна впевненість;
 - в) упертість і наполегливість у досягненні поставленої мети;
 - г) рішучість та цілеспрямованість у діяльності;
 - д) несприйняття чужих думок і пропозицій;
 - е) усі відповіді правильні.
3. До основних правил поведінки у сфері бізнесу належать:
 - а) чесність і законслухняність підприємця;
 - б) забезпечення високої якості та технічного рівня своєї продукції;
 - в) забезпечення безпеки праці для працівників;
 - г) порядність у відносинах із постачальниками, клієнтами, партнерами по бізнесовій справі;
 - д) комерційний склад розуму;
 - е) усі відповіді правильні.
4. Усталені етичні норми бізнесу такі:
 - а) підвищення продуктивності та збільшення прибутку не повинні досягатися за рахунок завдання шкоди довкіллю;
 - б) конкуренція має здійснюватися чесно;
 - в) техніка має слугувати людям, а не навпаки;
 - г) морально-етичні норми поведінки завжди мають перевагу перед економічними інтересами;
 - д) усі відповіді правильні.
5. До основних складових ділової етики підприємця належать:
 - а) етика ведення телефонних розмов;
 - б) етика службового листування;
 - в) етикет привітання, представлення, прийомів і переговорів;
 - г) етичні норми щодо реклами;
 - д) усі відповіді правильні.

Тема 9. Аналітичне оцінювання ефективності підприємницької діяльності

9.1. Методичні поради до вивчення теми

Оцінка результативності підприємницької діяльності є однією з основних функцій управління. Тому цю тему потрібно вважати ключовою. Справді, ефективність підприємництва є інтегруючою економічною категорією, яка відбиває кінцеві результати використання засобів, предметів праці та робочої сили з метою одержання кінцевого результату протягом певного проміжку часу.

У країнах із розвинутою економікою, визначаючи результати підприємництва, використовують термін «продуктивність системи виробництва», тобто йдеться про ефективне використання праці, капіталу, матеріалів, землі, інформації, енергії під час виробництва товарів і надання послуг. Отже, *ефективність виробництва і продуктивність системи* — це синоніми, що відбивають одні й ті самі результати підприємницької діяльності.

Сутнісна характеристика ефективності підприємництва (продуктивності системи) згідно із загальною методологією її визначення набирає такої формалізованої форми:

$$\text{Ефективність (продуктивність)} = \frac{\text{Результати (ефект)}}{\text{Ресурси (витрати)}}.$$

Аналітична оцінка ефективності підприємницької діяльності (бізнесу) має спиратися на відповідну методичну основу. Проте в Україні не існує офіційної та загальновизнаної методики комплексного оцінювання результатів здійснення різних видів (типів) підприємницької діяльності. Натомість можна орієнтуватися на розробки вчених-економістів [1; 5; 6; 8; 9].

Починаючи вивчення програмних питань теми, потрібно передусім чітко усвідомити, що оцінка результативності підприємницької діяльності є функцією управління. Сучасний бізнес насамперед базується на менеджменті. Будь-яке підприємство незалежно від виду підприємницької діяльності, форми власності та організаційно-правового статусу завжди потребує певної системи управління, завдання якої полягає в оптимальній трансформації ресурсів (землі, капіталу, праці) підприємства для досягнення поставленої мети.

Під час вивчення теми студент має усвідомити, що грамотне оцінювання ефективності підприємницької діяльності, аналіз

одержаних результатів і відповідні висновки є запорукою успішного прийняття всіх наступних управлінських рішень щодо бізнесу. Отже, визначення економічної ефективності підприємницької діяльності — це процес оцінювання досягнутих за певний проміжок часу результатів діяльності, зіставлення фактично досягнутого рівня із запланованим та коригування відповідних складових елементів підприємства на перспективу. При цьому важливо використовувати знання, здобуті під час вивчення статистики, бухгалтерського обліку, фінансів підприємства, економічного аналізу, математичних методів моделювання економічних процесів, обчислювальної техніки, менеджменту тощо.

Після вивчення першого питання теми у студента має сформуватися чітке уявлення про основні етапи, об'єкти та методи комплексного економічного аналізу й оцінювання ефективності результатів господарської діяльності підприємства (табл. 9.1).

Друге питання теми присвячене формуванню та обчисленню системи показників ефективності підприємницької діяльності. Вивчаючи це питання, необхідно пам'ятати, що підприємництво може здійснюватися в різних сферах (виробничій та невиробничій) і функціонально різнонапрямлених видах діяльності трудових колективів. З огляду на це потрібно виокремлювати відповідні системи показників, що характеризують ефективність (результативність):

- виробничо-господарської та бізнесово-фінансової діяльності (для виробничої сфери);
- підприємницької діяльності для невиробничої та інших сфер діяльності.

Отже, ефективність підприємництва знаходить своє вираження у взаємозв'язаній системі показників, що характеризують ефективність використання основних елементів виробництва.

Повне уявлення про комплексне оцінювання ефективності підприємництва можна дістати лише після ознайомлення з порядком формування таких груп показників, як узагальнюючі економічні показники; показники ефективності використання трудових ресурсів (праці); показники ефективності використання матеріально-технічних ресурсів; показники ефективності використання фінансових ресурсів.

Для кращого засвоєння матеріалу в табл. 9.2 наведено систему основних показників оцінки ефективності підприємницької діяльності та методику їх розрахунку.

Не можна залишати поза увагою й бізнес в інших сферах, насамперед бізнес, здійснюваний поза виробничими підприємницькими утвореннями. Загальний бізнесовий успіх підприємництва залежить

від ефективності не лише виробництва, а й інших видів і форм діяльності. Передусім це стосується просування товарів до споживачів, тобто прямого посередництва та товарного обігу, результативності надання послуг тощо. Тому під час розгляду цього питання варто звернути увагу на систему показників і особливості аналітичної оцінки ефективності будь-якої діяльності не виробничого характеру, а також на певні особливості щодо визначення ефективності створення та діяльності спільних виробничих підприємств [6].

Щоб оцінити ефективність підприємницької діяльності, необхідно скористатися системою показників, які піддаються звіту та аналізу і в комплексі можуть характеризувати ефективність використання підприємницького потенціалу. У такому разі можна говорити про виконання основного завдання аналізу (оцінювання), яке полягає в передбаченні напрямів розвитку підприємства та отриманні відповідей на стратегічні для нього запитання:

- Де підприємство перебуває тепер?
- Куди підприємство рухається?
- Як підприємство збирається досягнути запланованого?

Відповіді на ці питання мають знайти відображення в аналітичній записці. У зв'язку з цим теоретичне засвоєння матеріалу має бути підкріплене набуттям практичних навичок щодо формулювання аналітичних висновків.

У аналітичній записці подаються:

- опис-характеристика змін показників діяльності оцінюваного підприємства за певний період (місяць, квартал, рік);
- чітко сформульовані висновки, що базуються на результатах проведеного економічного аналізу;
- перелік виявлених у процесі аналітичного оцінювання резервів підвищення ефективності підприємницької діяльності;
- обґрунтовані пропозиції щодо практичного використання виявлених резервів у найближчій перспективі господарювання.

Джерелами інформації для оцінювання результатів підприємницької діяльності є, насамперед, форми статистичної звітності, наведені в табл. 9.3, а також плани і звіти про результати різних напрямків господарської діяльності, дані оперативного статистичного та бухгалтерського обліку, результати опитувань і спостережень на робочих місцях, інша оперативна документація.

Збираючи та опрацьовуючи матеріал, необхідно з'ясувати якомога більше нового з практики господарювання в даній конкретній галузі, передовий сучасний досвід тощо.

З урахуванням цих моментів обґрунтовуються конкретні заходи з підвищення ефективності функціонування та розвитку підприємства.

9.2. Ілюстративний матеріал до вивчення теми

Таблиця 9.1

ОСНОВНІ ЕТАПИ ПРОВЕДЕННЯ КОМПЛЕКСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (ФІРМИ)

1	Складання плану економічного аналізу	Визначення теми аналізу і напрямків використання його результатів
		Розробка програми і календарного плану, розподіл роботи між виконавцями
		Визначення джерел інформації
		Розробка макетів аналітичних таблиць, методичних вказівок тощо
2	Підготовка матеріалів для аналізу	Збирання інформації та визначення додаткових джерел їх отримання
		Перевірка вірогідності інформації
		Аналітична обробка інформації
3	Попереднє оцінювання результатів аналізу	Загальна характеристика фірми
		Характеристика зміни показників порівняно з попереднім періодом або з іншими подібними підприємствами
4	Аналіз причин динамічних змін показників діяльності	Визначення і групування чинників, що впливають на діяльність фірми
		Виявлення зв'язків і залежності між окремими чинниками
		Елімінування впливу чинників, що не залежать від об'єкта аналізу
		Вимірювання впливу чинників
		Оцінювання збитків, зумовлених дією негативних чинників
		Виявлення невикористаних можливостей для позитивних змін показників діяльності
5	Остаточне оцінювання результатів аналізу	Висновки з результатів аналізу
		Пропозиції для підвищення ефективності діяльності фірми

Таблиця 9.2

НАЙВАЖЛИВІШІ ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

№ з/п	Назва показника	Формула для розрахунку	Коментар
1. Узагальнюючі показники результатів господарювання			
1.1	Рівень задоволення потреб ринку	$\text{Із.п.р} = \frac{\text{Вт.п}}{\text{Оп.р}} \cdot 100$	Із.п.р обчислюється зіставленням виготовленої і реалізованої товарної продукції Вт.п із визначеним у процесі маркетингового дослідження ймовірним попитом ринку Оп.р
1.2	Валовий прибуток Чистий прибуток	$\begin{matrix} \text{Пв} \\ \text{Пч} \end{matrix}$	Важливі фінансово-економічні показники, що відбивають одну з численних цілей будь-якої підприємницької діяльності
1.3	Коефіцієнт зростання валового прибутку Коефіцієнт зростання чистого прибутку	$\begin{matrix} \text{Кв.п} = \text{Пв}^\phi / \text{Пв}^\eta \\ \text{Кч.п} = \text{Пч}^\phi / \text{Пч}^\eta \end{matrix}$	Абсолютна величина валового прибутку лише обмежено характеризує фінансову результативність підприємництва. Останню краще відбиває Кв.п, який визначається порівнянням фактичного та запланованого значень Пв
1.4	Рентабельність виробництва	$\text{Рв} = \frac{\text{Пв/ч}}{\text{Осф} + \text{Обф}} \cdot 100$	Для визначення Рв потрібно порівняти отриманий валовий (краще чистий) прибуток Пв/ч із сумою основних фондів Осф та матеріальних оборотних фондів Обф
1.5	Рентабельність виробів	$\text{Рт} = \frac{\text{Пв}}{\text{Ст.п}} \cdot 100$	Рентабельність окремих виробів обчислюється як співвідношення валового прибутку Пв і собівартості товарної продукції Ст.п
2. Показники ефективності використання трудових ресурсів (праці)			
2.1	Продуктивність праці	$\text{Вп} = \text{Вт.п} / \text{Чп}$	Визначають діленням обсягу товарної продукції Вт.п на загальну кількість персоналу Чп
2.2	Трудомісткість продукції	$\text{Тм} = \text{Чп} / \text{Вт.п}$	—

№ з/п	Назва показника	Формула для розрахунку	Коментар
2.3	Зарплатомісткість продукції	$ЗМп = Фз.п / Вт.п$	Один із витратних показників, що потребує ретельного регулювання у процесі підприємницької діяльності. Варто розраховувати також обернений показник — зарплатовіддачу ЗПв, тобто обсяг виготовленої і реалізованої продукції на одну грошову одиницю заробітної плати
3. Показники ефективності використання матеріально-технічних ресурсів			
3.1	Фондовіддача за обсягом продукції	$ФВ' = Вт.п / ОсФ$	Визначають як відношення обсягу товарної продукції Вт.п до величини основних фондів ОсФ
3.2	Фондовіддача за прибутком (рентабельність основних фондів)	$ФВ'' = Пв / ОсФ$	Обчислюється за аналогічною формулою з тією різницею, що в чисельнику замість обсягу товарної продукції беруть значення валового прибутку Пв
3.3	Матеріаломісткість продукції	$ММп = МОбФ / Вт.п$	Загальну величину матеріальних витрат або матеріальної частини оборотних фондів МОбФ ділять на обсяг виготовленої і реалізованої продукції Вт.п
4. Рівень поточних витрат на виробництво і реалізацію продукції (надання послуг)			
4.1	Поточні витрати на одиницю товарної продукції	$ПВ = Ст.п / Вт.п$	Розраховують діленням собівартості товарної продукції Ст.п на загальний її обсяг у звітному періоді
4.2	Коефіцієнт співвідношення постійних та змінних витрат	$Кс.в = Вп / Вз$	Вп — сума постійних витрат; Вз — сума змінних витрат
4.3	Рівень змінних витрат	$Рз.в = Вз / ОР$	Вз — сума змінних витрат; ОР — обсяг реалізації продукції

№ з/п	Назва показника	Формула для розрахунку	Коментар
5. Показники ефективності використання фінансових коштів та віддачі довгострокових капітальних вкладень (показники прибутковості)			
5.1	Прибутковість власного капіталу	$\text{Кпв.к} = \frac{\text{Пч}}{\text{Квл}} \times 100$	Пч — чистий прибуток; Квл — розмір власного капіталу. Розмір власного капіталу береться за даними балансу і дорівнює сумі активів за мінусом усіх боргових зобов'язань. Отже, цей показник є особливо важливим для акціонерів, оскільки характеризує рівень ефективності використання вкладених ними грошей (на придбання акцій). Він також є основним критерієм у разі оцінювання рівня котирування на фондовій біржі акцій підприємства
5.2	Прибутковість усіх активів	$\text{Кп.а} = \frac{\text{Пч}}{\text{Аф.п}} \cdot 100$	Показник Кп.а є співвідношенням чистого прибутку Пч та фіксованих і поточних активів Аф.п. Цей показник вимірює ефективність використання всіх активів (фіксованих і поточних), які є у власності підприємства. Він показує, який прибуток має підприємство в розрахунку на одну грошову одиницю активів
5.3	Валова прибутковість продажу	$\text{Кв.п.т} = \frac{\text{Пв}}{\text{Вт.п}} \cdot 100$	Цей показник характеризує відношення валового прибутку Пв до загальної суми продажу Вт.п, тобто відносний розмір валового прибутку, отриманого підприємством, у розрахунку на одну грошову одиницю реалізованої продукції (ототожнення обсягу продажу з призначеним для реалізації обсягом товарної продукції є цілком припустимим)
5.4	Тривалість обороту оборотних коштів (у днях)	$\text{Тоо.к} = \text{ОК} / \text{Од}$	ОК — середній залишок оборотних коштів у періоді, що аналізується; Од — сума обороту з реалізації за день

№ з/п	Назва показника	Формула для розрахунку	Коментар
5.5	Тривалість обороту всіх активів (у днях)	$To.a = A / Od$ $To.a = D / KOa$	A — загальна сума активів за балансовою вартістю; D — кількість днів у періоді; KOa — коефіцієнт оборотності всіх активів
5.6	Коефіцієнт оборотності всіх активів (кількість оборотів)	$KOa = OP / A$	OP — сума загального обороту реалізації продукції
5.7	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	$KOo.a = OP / OK$	—
6. Показники ліквідності та платоспроможності			
Ліквідність характеризує здатність підприємства виконувати свої короткострокові (поточні) зобов'язання за рахунок власних поточних активів. У загальному випадку підприємство можна вважати ліквідним, якщо його поточні активи перевищують поточні зобов'язання, причому воно здатне власними силами оперативного перетворювати активи на платіжні засоби для сплати короткострокових зобов'язань. Під платоспроможністю розуміють здатність підприємства виконувати свої зовнішні (коротко- та довгострокові) зобов'язання, використовуючи власні активи.			
6.1	Коефіцієнт загальної ліквідності (коефіцієнт покриття)	$Kz.l = Ap / Zkc$	Обчислюється діленням поточних активів Ap, що об'єднують за балансом запаси та витрати, грошові кошти, розрахунки та інші оборотні активи, на загальну суму короткострокових зобов'язань Zkc. Цей коефіцієнт характеризує ступінь покриття поточних зобов'язань за рахунок поточних активів. Якщо співвідношення поточних активів і зобов'язань менше за 1 : 1, то поточні зобов'язання перевищують поточні активи. Співвідношення 2 : 1 вважають нормальним із теоретичного погляду, а якщо воно більше, то це означає вищий ступінь ліквідності, що суттєво приваблює потенційних кредиторів та інвесторів

№ з/п	Назва показника	Формула для розрахунку	Коментар
6.2	Коефіцієнт термінової ліквідності	$K_{т.л} = A_{шл} / Z_{кс}$	Характеризує співвідношення так званих швидколіквідних активів $A_{шл}$, до складу яких входять розрахунки з дебіторами, грошові кошти та інші оборотні активи (рядки 170—240, 260—290, 310 балансу) та короткострокових зобов'язань $Z_{кс}$, (рядок 750 балансу). Коефіцієнт визначає здатність підприємства виконувати свої поточні зобов'язання за рахунок швидколіквідних активів і доповнює показник загальної ліквідності, оскільки останній не дає належного уявлення про якісний склад коштів, які є джерелами покриття поточних зобов'язань. Теоретично оптимальним є співвідношення 1 : 1. Його перевищення свідчить про низький фінансовий ризик і добрі потенційні можливості залучення додаткових фінансових коштів
6.3	Коефіцієнт платоспроможності	$K_{пс} = K_{в} / Z_{з}$	Фіксує частку власного (акціонерного) капіталу підприємства $K_{в}$ у загальних зобов'язаннях $Z_{з}$
7. Показники стійкості (стабільності)			
7.1	Коефіцієнт фінансової незалежності	$K_{ф.нз} = K_{в} / K_{б}$	Обчислюється як відношення загальної суми власного капіталу $K_{в}$ до загального розміру балансових коштів $K_{б}$. Характеризує ступінь незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Чим більше значення коефіцієнта, тим кращим є фінансовий стан підприємства. У світовій практиці вважається, що загальна сума заборгованості не повинна перевищувати розміру власних джерел фінансування. Це означає, що коли коефіцієнт більший за 0,5, то фінансування діяльності підприємницької структури за рахунок залучених коштів здійснюється в допустимих межах

Закінчення табл. 9.2

№ з/п	Назва показника	Формула для розрахунку	Коментар
7.2	Коефіцієнт залучених довгострокових позичкових коштів	$Kз.п.к = Kдс / Kв.п$	Коефіцієнт залучення довгострокових позичкових коштів $Kз.п.к$ обчислюється як частка довгострокових кредитів $Kдс$ у загальному обсязі власних та притриманих до них коштів $Kв.п$. Характеризує відносний розмір залучення позичкових коштів для виконання фінансових зобов'язань підприємства порівняно з його статутним фондом (капіталом). Світова практика господарювання визнає бізнесову діяльність достатньо ефективною, коли частка позичкових коштів не перевищує 1/3 власного акціонерного капіталу
7.3	Коефіцієнт покриття платежів із фіксованими термінами виплат	$Kп.п = Пв / Пдс$	Фіксує розмір річних платежів підприємства, пов'язаних із його довгостроковими зобов'язаннями і визначається порівнянням валового прибутку $Пв$ та суми довгострокових пасивів $Пдс$. Фінансовий стан підприємства вважається прийнятним, якщо значення даного коефіцієнта коливається від 1,5 до 2,0
8. Показники стану акціонерного капіталу (їх розрахунок має сенс у випадках, коли підприємство функціонує в корпоративній формі, тобто здійснено його акціонування)			
8.1	Прибутковість однієї акції	$Ma = Пч / Na$	Характеризує відношення чистого прибутку $Пч$ до загальної кількості акцій, що їх придбали акціонери даного підприємства Na . Цей показник визначає реальну продуктивність статутного фонду (капіталу), сформованого внаслідок випуску та реалізації різних видів цінних паперів (здебільшого — звичайних акцій)
8.2	Коефіцієнт «ціна — дохід»	$Kц.д = Цр.а / Ma$	Обчислюється діленням продажної ринкової ціни однієї акції $Цр.а$ на прибутковість акції в абсолютному вартісному вираженні Ma
8.3	Ціновий коефіцієнт акцій	$Kц.а = Цр.а / Цб.а$	Співвідношення ринкової $Цр.а$ та балансової $Цб.а$ ціни однієї звичайної акції. За підприємствами різних галузей ціновий коефіцієнт звичайних акцій може коливатися в межах від 0,5 до 3,0

Таблиця 9.3

ПЕРЕЛІК ФОРМ СТАТИСТИЧНОЇ ЗВІТНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

№ з/п	Форма статистичної звітності	Назва форми статистичної звітності	Примітка
1	№ 1	Баланс	
2	№ 2	Звіт про фінансові результати	
3	№ 3	Звіт про рух грошових потоків	
4	№ 4	Звіт про власний капітал	
5	№ 1-К (пром)	Бланк обстеження ділової активності промислового підприємства	
6	№ 1-П (річна)	Обсяг продукції (робіт, послуг) в оптових цінах підприємства без податку на додану вартість і акцизного збору	Підприємства лісозаготівельної, молочної і маслоробної, м'ясної і рибної промисловості, споживчої кооперації і побутового обслуговування населення користуються спеціалізованими річними формами
7	№ 1-П (термінова)	Те саме	Термінова місячна, квартальна
8	№ 2-ПВ	Середньооблікова чисельність промислово-виробничого персоналу та фонд оплати праці	
9	№ 5-С	Собівартість виробленої продукції	
10	№ 6	Рентабельність окремих видів продукції	Квартальна
11	№ 11-ОФ	Звіт про наявність та рух основних фондів, амортизацію (знос)	
12	№ 22	Зведена таблиця основних показників, які комплексно характеризують господарську діяльність підприємств (об'єднань)	
13	№ БП	Баланс виробничих потужностей	

9.3. План семінарського заняття

1. Методичні основи аналітичної оцінки ефективності підприємства.
2. Порядок формування та обчислення показників ефективності підприємницької діяльності.
3. Визначення ефективності створення та діяльності спільних виробничих підприємств.

Питання для самостійної роботи

1. Що ви розумієте під комплексним оцінюванням результатів підприємницької діяльності?
2. У чому полягають особливості оцінки ефективності діяльності позавиробничих підприємницьких структур?



Література

1. *Грачова Р.* Як визначити реальний фінансово-майновий стан свого підприємства // Галицькі контракти. — 2000. — № 34.
2. *Дмитрієва Н. А.* Визначення економічної ефективності на макро- та мікрорівнях // Фінанси України. — 2000. — № 9.
3. *Ковалев А. и др.* Анализ финансового состояния предприятия. — М., 1999.
4. *Крейнина М. И.* Финансовое состояние предприятия: методы оценки. — М., 1997.
5. *Ляхтіонова Л. А.* Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання. — К.: КНЕУ, 2001.
6. *Покропивний С. Ф., Колот В. М.* Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1998.
7. *Савицкая Г. В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия. — Минск: ООО «Новое знание», 2000.
8. *Редькин А. С. и др.* Анализ трудового потенциала предприятия. — К.: Либідь, 1993.
9. *Шеринев А. А. и др.* Методы оценки экономической эффективности ресурсов и затрат в условиях рыночной экономики. — Кривой Рог: Минерал, 1997.

9.4. Тести для перевірки знань

1. Об'єктами аналітичного оцінювання ефективності підприємницької діяльності є:

- а) організаційно-технічний рівень виробництва;
- б) використання основних фондів;
- в) досягнутий рівень продуктивності праці;
- г) прибутковість і рентабельність;
- д) фінансовий стан і його стійкість;
- е) усі відповіді правильні.

2. Аналіз причин динамічних змін показників діяльності підприємства охоплює:

- а) визначення й групування чинників, що впливають на діяльність підприємства;
- б) елімінування впливу чинників, що не залежать від об'єкта аналізу;
- в) оцінювання збитків, зумовлених дією негативних чинників;
- г) виявлення невикористаних можливостей для позитивних змін показників діяльності;
- д) висновки з результатів аналізу;
- е) усі відповіді правильні.

3. До основних методів фінансового аналізу діяльності підприємства належать:

- а) горизонтальний;
- б) вертикальний;
- в) порівняльний;
- г) факторний;
- д) аналіз відносних показників;
- е) усі відповіді правильні.

4. Зовнішній фінансовий аналіз, що його здійснюють партнери підприємства, охоплює:

- а) аналіз абсолютних показників прибутку підприємства;
- б) аналіз відносних показників рентабельності;
- в) аналіз фінансового стану, ринкової стійкості, ліквідності балансу, платоспроможності підприємства;
- г) аналіз ефективності використання основних фондів підприємства;
- д) аналіз ефективності використання власних і позичкових коштів;
- е) усі відповіді правильні.

5. Основні чинники, що визначають розмір балансового прибутку від основної діяльності, такі:

- а) обсяг реалізації в натуральному та вартісному вираженні;
- б) собівартість реалізованої продукції;
- в) рівень продуктивності праці;

- г) структура продукції, що реалізується;
- д) ціни на товари і послуги;
- е) усі відповіді правильні.

6. До узагальнюючих показників ефективності виробництва належать:

- а) продуктивність праці;
- б) витрати на 1 грн реалізованої продукції;
- в) виторг від реалізації (без ПДВ);
- г) фондвіддача;
- д) прибутковість власного капіталу;
- е) усі відповіді хибні.

7. До показників ефективності використання персоналу належать:

- а) частка управлінського персоналу в загальній його чисельності;
- б) частка приросту продукції за рахунок зростання продуктивності праці;
- в) темпи зростання продуктивності праці;
- г) зарплатомісткість одиниці продукції;
- д) трудомісткість одиниці продукції;
- е) усі відповіді правильні.

8. Показники ефективності використання матеріально-технічних ресурсів такі:

- а) коефіцієнт використання основних видів матеріалів;
- б) фондвіддача (за обсягом продукції чи послуг);
- в) рентабельність основних фондів;
- г) фондомісткість одиниці продукції;
- д) матеріаломісткість одиниці продукції;
- е) усі відповіді правильні.

9. До показників оцінки фінансового стану підприємства належать:

- а) прибутковість власного капіталу;
- б) прибутковість усіх активів;
- в) коефіцієнт платоспроможності;
- г) коефіцієнт оборотності оборотних активів;
- д) усі відповіді правильні.

10. Показники, що характеризують стан акціонерного капіталу, такі:

- а) прибутковість однієї акції;
- б) коефіцієнт «ціна — дохід»;
- в) показник валової прибутковості продажу;
- г) співвідношення ринкової і балансової ціни акцій;
- д) термін окупності капітальних вкладень;
- е) усі відповіді правильні.

Тема 10. Шляхи підвищення ефективності підприємництва

10.1. Методичні поради до вивчення теми

Мета вивчення теми — надати студентам можливість ознайомитися з проблемами розвитку підприємництва та напрямками підвищення його ефективності в сучасних умовах.

Рівень економічної і соціальної ефективності підприємницької діяльності залежить від численних факторів, що її визначають. Тому необхідно з'ясувати сутність впливу цих факторів, а також резервів екстенсивного та інтенсивного розвитку суб'єктів підприємництва (рис. 10.1). Варто пам'ятати, що можливість забезпечення достатньо високими темпами постійного зростання економічної ефективності підприємництва дає тільки перехід до переважно інтенсивного типу розвитку підприємництва. Відмінність між поняттями «інтенсифікація» та «ефективність» полягає в тому, що перше з них є причиною, а друге — наслідком.

Визначаючи шляхи підвищення ефективності підприємницької діяльності, доцільно розглядати різні господарські завдання на альтернативній основі. Оптимальний варіант можна визначити, розрахувавши відносну (порівняльну) ефективність. Вона характеризує економічні переваги одного варіанта порівняно з іншим (або іншими). Такі розрахунки, як правило, мають виконуватися на стадіях прогнозування, планування, проектування можливих альтернатив реалізації окремих заходів, розв'язання економічних проблем тощо.

Відносна ефективність від запровадження заходів може вимірюватися як співвідношення вартісної оцінки усіх «виходів» підприємства (прибутки, збитки) та вартісної оцінки усіх «входів» до підприємства (витрачені ресурси тощо). Згідно з одним із загальних економічних принципів таке співвідношення має бути більшим за одиницю. Але з погляду економічної науки хибною є вимога максимізації «виходів» за мінімальних «входів». Одна з цих величин завжди має розглядатися як даність. Отже, щоб забезпечити ефективну діяльність підприємства, потрібно врахувати два аспекти зазначеного економічного принципу:

- 1) максимальний принцип — відповідно до якого необхідно намагатися максимізувати «виходи» за наявних заданих «входів»;
- 2) мінімальний принцип — відповідно до якого потрібно намагатися отримати задані «виходи» за мінімальних обмежених «входів».

Для практичного розв'язання завдань управління ефективністю важливого значення набуває визначення основних шляхів її зростання. У темі розглядаються ті з них, що мають важливе практичне значення в сучасних умовах: вибір ефективних форм і методів підприємницької діяльності; активізація і підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності; підвищення рівня конкурентоспроможності продукції (послуг) підприємства; оптимізація поточних витрат і розмірів підприємства.

Розв'язання завдань підвищення ефективності підприємництва в інтеграційних структурах бізнесу (асоціаціях, корпораціях, концернах тощо) великою мірою залежить від якості управління та рівня господарювання. Саме для таких організаційних утворень потрібно вибирати адекватні методи й форми активізації і вдосконалення підприємництва. Одним із можливих підходів є варіант, поданий на рис. 10.2.

Підвищення ефективності підприємницької діяльності в сучасних умовах трансформації економіки пов'язане з проблемами вдосконалення та активізації інноваційно-інвестиційної діяльності в усіх ланках народного господарства.

З огляду на сказане важливого значення під час вивчення теми набуває розуміння сутності і засвоєння напрямків здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства, а також з'ясування їхнього впливу на ефективність підприємництва. Окрім того, заслуговує на увагу вивчення зарубіжного досвіду інноваційної діяльності фірм і компаній (рис. 10.3).

Наступним питанням розглядуваної теми є конкурентоспроможність продукції та шляхи її забезпечення. Вивчення проблемних питань необхідно розпочинати з виокремлення: по-перше, шляхів підвищення якості виробів, по-друге, шляхів забезпечення конкурентоспроможності товарів. Особлива увага має бути приділена розгляду параметрів та умов, що забезпечують конкурентоспроможність персоналу, продукції, підприємства в цілому тощо (рис. 10.4—10.7).

Окремо варто спинитися на проблемі оптимізації поточних витрат і розмірів виробничих підприємств. Насамперед потрібно з'ясувати поняття «оптимальні поточні витрати», а також взаємозв'язок прибутку, витрат, виробництва та обсягу випуску продукції. Окрім того, доцільно засвоїти та опанувати графічний метод визначення оптимальних параметрів монономенклатурних підприємств.

Оптимізація поточних витрат і розмірів підприємств сприятимуть підвищенню ефективності підприємницької діяльності.

10.2. Ілюстративний матеріал до вивчення теми



Рис. 10.1. Класифікація факторів і резервів екстенсивного та інтенсивного розвитку виробництва



Рис. 10.2. Варіант можливих ефективних методів і форм подальшого розвитку підприємництва



Рис. 10.3. Основні типові блоки та напрями інноваційно-інвестиційної діяльності фірми

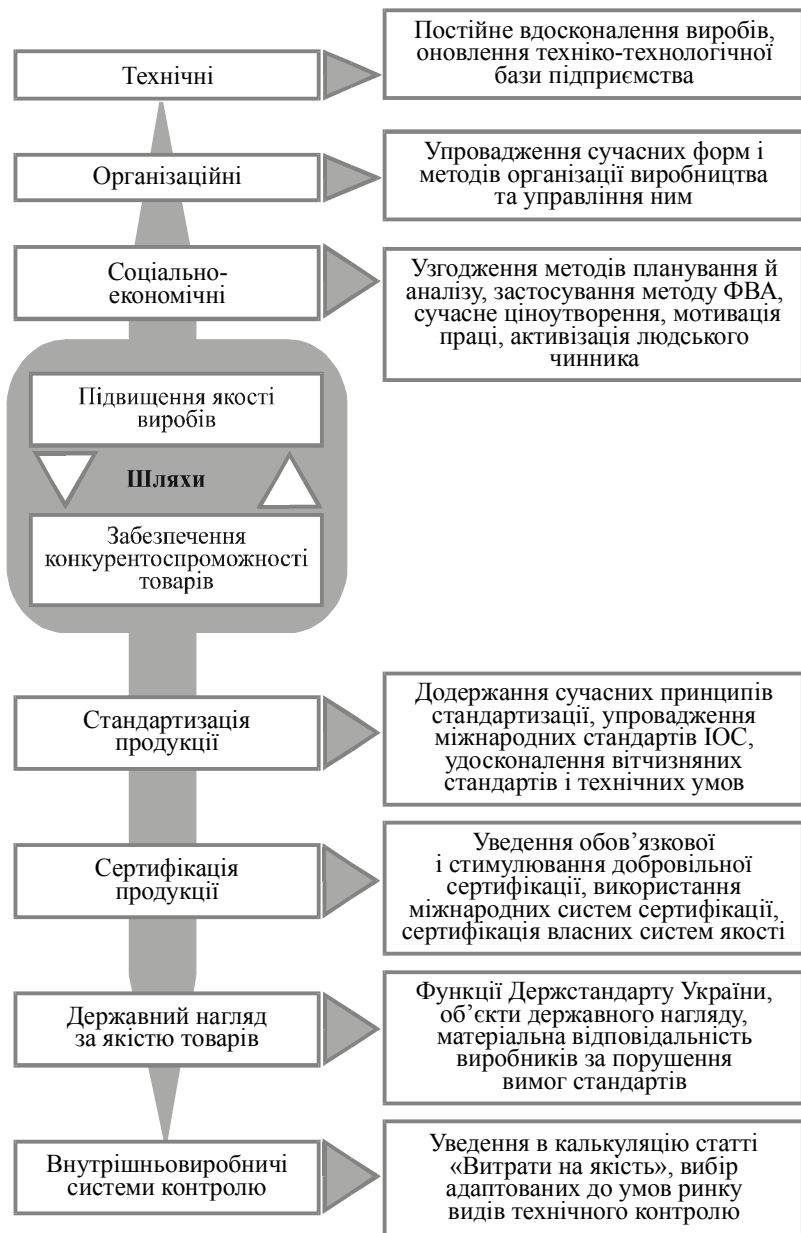


Рис. 10.4. Шляхи підвищення якості виробів та забезпечення конкурентоспроможності товарів

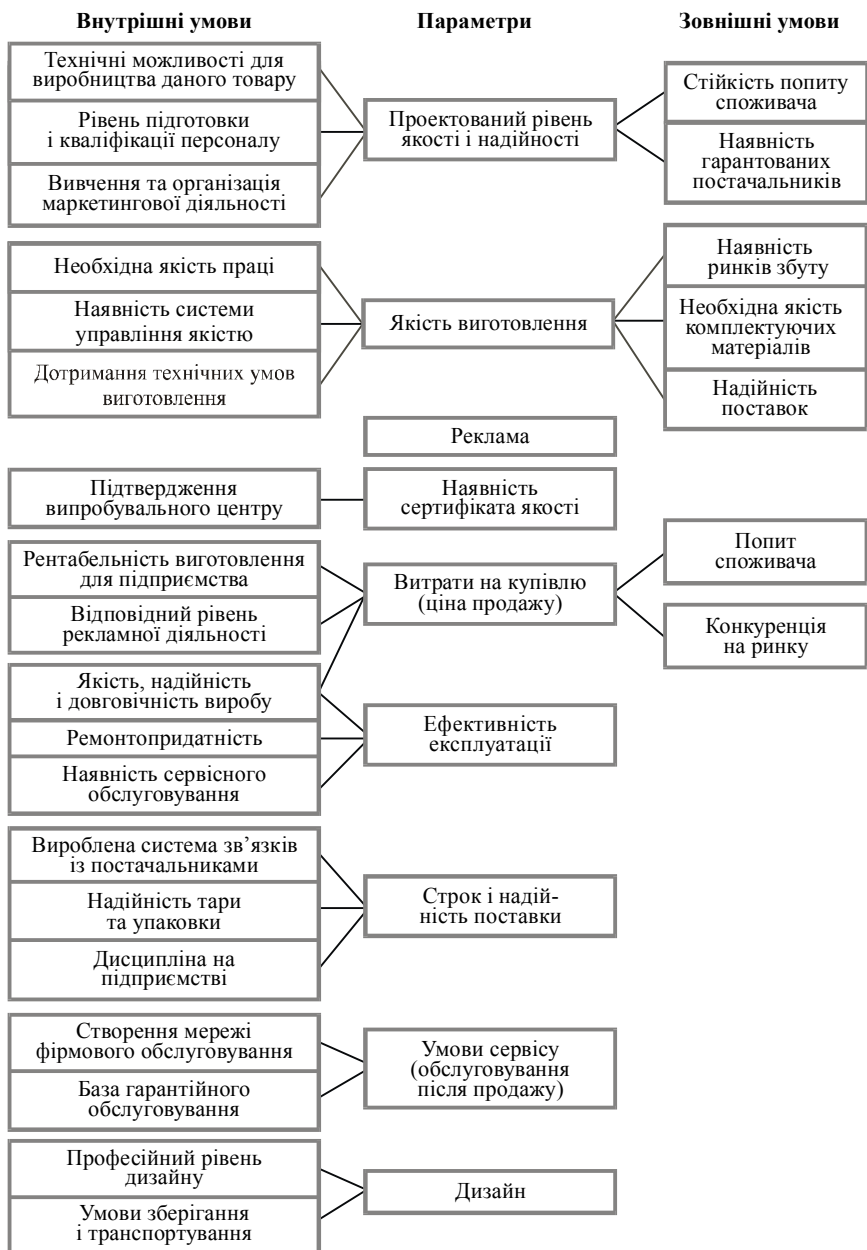


Рис. 10.5. Параметри та умови конкурентоспроможності продукції

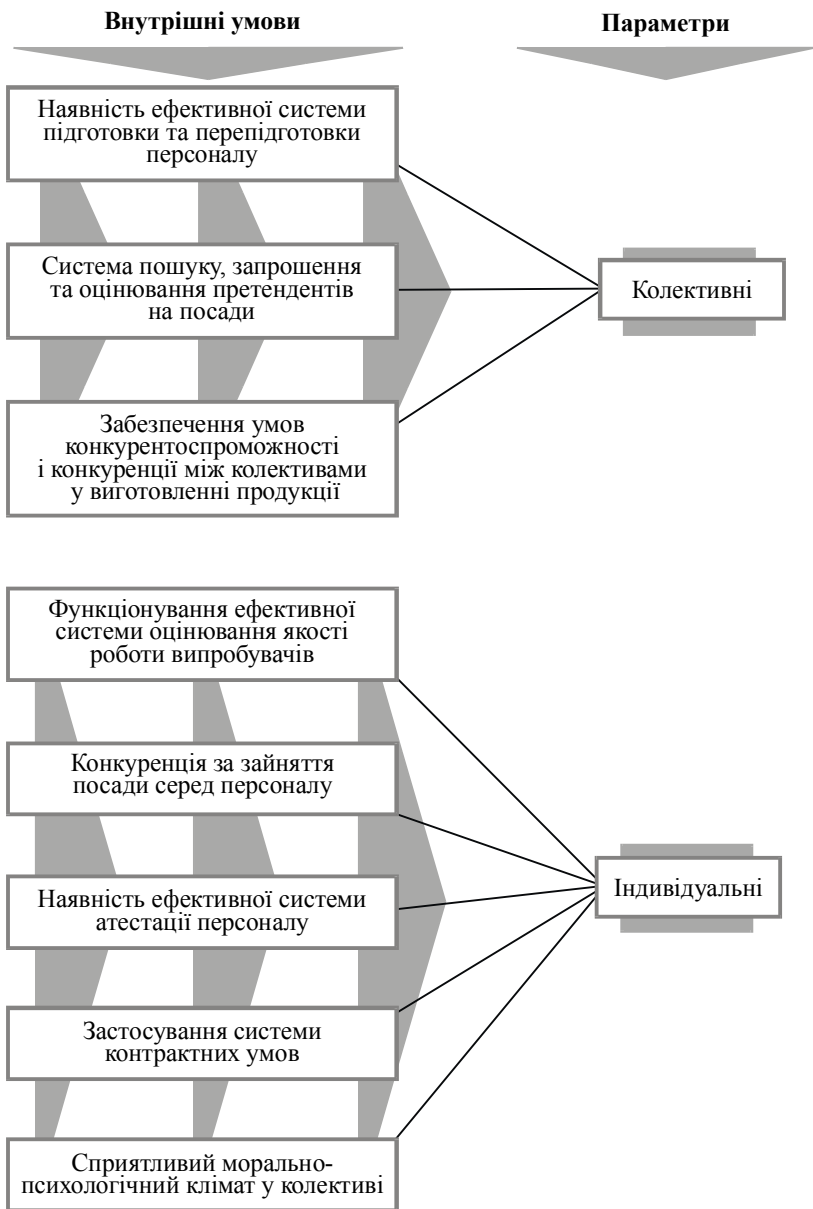


Рис. 10.6. Параметри та умови, що забезпечують конкурентоспроможність персоналу підприємства



Рис. 10.7. Параметри й умови, що забезпечують конкурентоспроможність підприємства

10.3. План семінарського заняття

1. Методи й форми активізації та вдосконалення підприємництва.
2. Напрямки підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності та рівня конкурентоспроможності продукції підприємства.
3. Оптимізація поточних витрат і розмірів виробничих підприємств.

Питання для самостійної роботи

1. Назвіть параметри конкурентоспроможності продукції, а також внутрішні й зовнішні умови її забезпечення.
2. Назвіть параметри й умови, що забезпечують конкурентоспроможність підприємства.
3. Класифікуйте чинники та резерви підвищення ефективності виробництва.



Література

1. *Бондарь Н. П. и др.* Эффективное управление фирмой: современная теория и практика. — СПб., 1999.
2. *Друкер П.* Як забезпечити успіх у бізнесі. — К., 1994.
3. *Комарницький І. М., Свірін В. В.* Напрямки активізації підприємницької діяльності в процесі становлення ринкової моделі господарювання // Регіональна економіка. — 2001. — № 2.
4. *Кушнірович Н. А. и др.* Резервы повышения эффективности производства в условиях перехода к рынку. — Донецк, 1993.
5. Підприємництво в Україні: проблеми становлення і розвитку / М.І. Долішній, М. А. Козоріз та ін. — Ужгород: Карпати, 1997.
6. *Покропивний С. Ф., Колот В. М.* Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1998.
7. Факторы повышения эффективности производства в условиях рынка. — М., 1991.

10.4. Тести для перевірки знань

1. До основних методів і форм активізації підприємництва належать:
 - а) прискорення процесів приватизації;
 - б) удосконалення системи управління;

- в) підвищення кваліфікації управлінських кадрів;
- г) створення централізованого фонду фінансової взаємодопомоги;
- д) усі відповіді правильні.

2. Інтенсивні чинники підвищення ефективності підприємництва такі:

- а) прискорення оборотності фондів обігу;
- б) збільшення часу використання ресурсів;
- в) усунення непродуктивного використання ресурсів;
- г) вдосконалення організації праці;
- д) всі відповіді правильні.

3. До екстенсивних чинників підвищення ефективності підприємництва належать:

- а) збільшення тривалості функціонування основних виробничих фондів;
- б) прискорення обігу основних виробничих фондів;
- в) збільшення часу використання робочої сили;
- г) підвищення продуктивності праці;
- д) усі відповіді правильні.

4. До організаційних напрямків інноваційно-інвестиційної діяльності належать:

- а) запровадження нових форм активізації людського чинника;
- б) застосування нових елементів господарського механізму;
- в) удосконалення наявних форм організації виробництва;
- г) застосування нових методів і форм організації виробництва;
- д) усі відповіді правильні.

5. Внутрішні фактори підвищення рівня конкурентоспроможності продукції такі:

- а) необхідна якість комплектуючих матеріалів;
- б) дотримання технічних умов виготовлення;
- в) наявність системи управління якістю продукції;
- г) рівень рекламної діяльності;
- д) усі відповіді правильні.

6. До внутрішніх умов, що забезпечують конкурентоспроможність персоналу підприємства, належать:

- а) конкурсний добір персоналу на зайняття вакантної посади на підприємстві;
- б) наявність системи атестації персоналу;
- в) наявність системи перепідготовки персоналу;
- г) використання системи контрактних умов під час наймання працівників;
- д) усі відповіді правильні.

7. До внутрішніх умов, що забезпечують конкурентоспроможність підприємства, належать:

- а) участь у ярмарках та виставках;
- б) добре налагоджена робота служби маркетингу;
- в) ринкове ціноутворення;
- г) наявність системи атестації працівників;
- д) обмежена кількість конкурентів на ринку;
- е) усі відповіді правильні.

8. Оптимальними вважаються витрати на виробництво та реалізацію продукції, що забезпечують:

- а) мінімізацію витрат на виробництво;
- б) отримання максимального можливого прибутку;
- в) безбитковість виробництва продукції;
- г) отримання граничного доходу;
- д) усі відповіді правильні.

Тема 11. Тіньова економіка в бізнесі

11.1. Методичні поради до вивчення теми

Розгляд проблематики тінізації підприємницької діяльності, всебічна характеристика особливостей цього економічного явища не можливі без історичного підходу. Отже, необхідно з'ясувати генезис та сутність категорії «тіньова економіка» в історичному ракурсі.

Феномен тіньової економіки — явище дуже складне, що набуло світових масштабів. Тіньова економіка має діагноз «хронічної хвороби» в багатьох країнах, незалежно від їх політико-економічної системи. Зародження тінізації відбулося в далекому історичному минулому, але особливо великого розмаху вона набула в період капіталістичної цивілізації. Існувала вона й у колишньому СРСР, але найактивніший її розвиток припав на 1970—1980 роки. Основною причиною тінізації тоді була неможливість практичної реалізації відносин соціалістичної суспільної власності на засоби виробництва. Це виявилось, насамперед, у глибинній суперечності державних, колективних та особистих економічних інтересів.

Україна тіньову економіку отримала у спадщину від СРСР досить розвиненою. Ще більших розмірів вона набула в перехідний період від соціалістичних планових відносин до формування но-

вих — ринково регульованих. У процесі формування ринкових відносин замість обмеження тіньової економіки спостерігається її нестримне зростання.

Використовуючи недосконале законодавство, а також економічну ситуацію, що склалася внаслідок економічної кризи, частина населення зайнялась виробництвом заборонених товарів і послуг, вивозом дефіцитних товарів та валюти. Тінізації сприяла й недосконалість банківської системи.

Тіньовий сектор економіки почав впливати на всі соціально-економічні процеси, які відбуваються в суспільстві. Частка тіньового сектору економіки України сьогодні становить понад 40% реального ВВП.

Дослідження показують, що частка тіньової економіки в 40—50% вже є критичною. На цьому рівні вплив нерегульованих державою факторів стає настільки відчутним, що суперечності між легальним і тіньовим секторами спостерігаються практично в усіх сферах життєдіяльності суспільства.

Докладніше з генезисом тінізації можна ознайомитись, розглянувши сучасну економічну літературу [1; 2; 3].

З'ясовуючи сутність тіньової економіки, необхідно пам'ятати, що й досі ще немає єдиного науково обґрунтованого поняття цієї категорії та її складових, хоча правильне їх розуміння дуже важливе не лише для економічної науки, а й, особливо, для господарської практики. У зв'язку з цим необхідно дослідити дефініції тінізації, що наводяться в зарубіжній і вітчизняній економічній літературі (табл. 11.1) [1; 6; 8].

Зміст категорії «тіньова економіка» найповніше розкривається через її складові — структуру тіньової економіки. Варто звернути увагу на те, що серед зарубіжних і вітчизняних економістів існують різні підходи до складових тіньової економіки [1; 3; 8].

Більшість зарубіжних дослідників цієї проблеми виокремлюють у тіньовій економіці дві основні складові [2; 4; 8]:

- 1) легальну неофіційну економічну діяльність;
- 2) нелегальну економічну діяльність кримінального характеру.

Серед вітчизняних учених найбільшого поширення та визнання набув підхід, відповідно до якого всі види економічної діяльності у сфері підприємництва поділяються на три блоки (рис. 11.1):

- 1) легальне нерегламентоване державою виробництво товарів і надання послуг («неформальна економіка»);
- 2) порушення в межах дозволеної економічної діяльності («підпільна економіка»);
- 3) заборонені види діяльності («незаконна економіка»).

Для віднесення того чи іншого виду діяльності до відповідних блоків має виконуватися одна з двох умов: діяльність провадиться поза регламентацією і обліком держави; під час здійснення економічної діяльності порушуються вимоги, обмеження чи заборони, висунуті державою.

Вітчизняний досвід свідчить, що за обсягом у структурі тіньової економіки переважає економічна господарська діяльність не кримінального, а нелегального нерегламентованого характеру.

З'ясування складових тіньової економіки є підставою для визначення її сутності. Отже, під *тіньовою економікою* потрібно розуміти економічну діяльність суб'єктів господарювання (фізичних і юридичних осіб), що не враховується, не контролюється й не оподатковується державою і (або) спрямована на отримання доходу шляхом порушення чинного законодавства.

Важливим етапом вивчення проблем тіньової економіки має стати з'ясування закономірностей її існування та функціонування. Структура тіньової економіки в кожній окремо взятій країні та її основні риси (закономірності) визначаються наявною системою господарювання (директивно-планова, ринкова, змішана, перехідна тощо) і характером відносин власності. У нашій країні, як відомо, офіційна економіка має перехідний характер — перетворення директивно-планової економіки на ринкову із соціальним спрямуванням. Цей аспект проблематики тіньової економіки є важливим і підлягає вивченню на основі розгляду літературних джерел [6; 7].

Відштовхуючись від розуміння сутності тіньової економіки, насамперед необхідно засвоїти механізми функціонування та методи аналізу обсягів тіньової економічної діяльності. Важливість цих програмних питань теми полягає в тому, що частка тіньового сектору економіки суспільства є важливим показником рівня її цивілізованості та соціально-економічного розвитку, а також потенціалу сталості правлячого режиму й державного ладу.

Усе це вимагає нових глибоко обміркованих наукових концепцій щодо причин виникнення та розвитку тіньової економіки, нових підходів і поглядів, що мають значний соціально-руйнівний потенціал. Саме тому методичні підходи до аналізу механізмів функціонування та оцінювання масштабів тіньової економіки стають одним із пріоритетних напрямків їх вивчення. Комплекс цих питань теми доволі деталізовано викладається в наукових працях вітчизняних авторів [1; 6].

Насамкінець необхідно акцентувати увагу на тому, що в економічній ситуації, яка склалася, на порядку денному постають вельми актуальні питання: упровадження радикальних заходів щодо локалізації масштабів тіньової економіки; створення економічних умов, за яких стає можливою легалізація тіньового бізнесу; установлення режиму правового регулювання негативних процесів в економіці. Звідси випливає подвійне завдання: поперше, створення сприятливих умов для становлення та розвитку суб'єктів підприємництва і, по-друге, створення відповідних правових, економічних, організаційних, соціально-психологічних засад легалізації тіньової економіки.

Отже, опрацьовуючи останнє питання теми, необхідно визначити тенденції розвитку тіньового сектору економіки, виокремити й класифікувати чинники та проблеми, що сприяють його посиленню і зростанню на сучасному етапі, а також розглянути напрямки легалізації тіньового бізнесу в економіці країни [1; 2; 4; 5].

11.2. Ілюстративний матеріал до вивчення теми

Таблиця 11.1

ДЕФІНІЦІЇ ПОНЯТТЯ «ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА»

Визначення	Джерело
До тіньової економіки належить уся економічна діяльність, що з будь-яких причин не враховується офіційною статистикою і результати якої не входять до валового національного продукту	O. Feige E. How Big is the Irregular Economy? — Fhelienge, 1979. — P. 22.
Тіньова економіка — будь-яка прихована від державного обліку економічна діяльність	Козлов Ю. Теневая экономика и преступность // Вопросы экономики. — 1999. — № 3. — С.120—127.
Тіньова економіка — незареєстрована в державних органах і тому неконтрольована індивідуальна трудова діяльність	Сергеев А. Альтернатива: выбор пути. Перестройка управления и горизонты рынка. — М., 1980. — 462 с.
Тіньова економіка — вид економічної діяльності, що здійснюється незаконно або з порушенням закону з метою нетрудового збагачення	Егоров М. Теневая экономика // Изв. Акад. наук СРСР. Сер. экономическая. — 1990. — № 2.

Визначення	Джерело
Тіньова економіка — функціонування протизаконних (незаресстрованих) підприємств, фірм, окремих виробничих підрозділів, підпільної внутрішньої і міжнародної торгівлі, а також протизаконне проведення грошово-кредитних операцій, здійснення підприємницької діяльності з метою отримання надприбутків, будь-якої матеріальної вигоди, а в деяких випадках — досягнення політичних намірів	Іфтемчук В. С., Іфтемчук М. В. Економічний словник-довідник. — Чернівці: Прут, 1997. — 240 с.
Тіньова (підпільна) економіка — недекларована економічна діяльність, до якої відносять не протизаконні у принципі види діяльності, про які не повідомляють податкові органи (наприклад, продаж уживаних речей або послуги друзям), а також незаконні види діяльності (наприклад, збут наркотиків, азартні ігри тощо)	Самуельсон П. А., Нордхаус В. Д. Економіка: Пер. с англ. — М.: БИНОМ, «Лабораторія базових знаній», 1997. — 796 с.

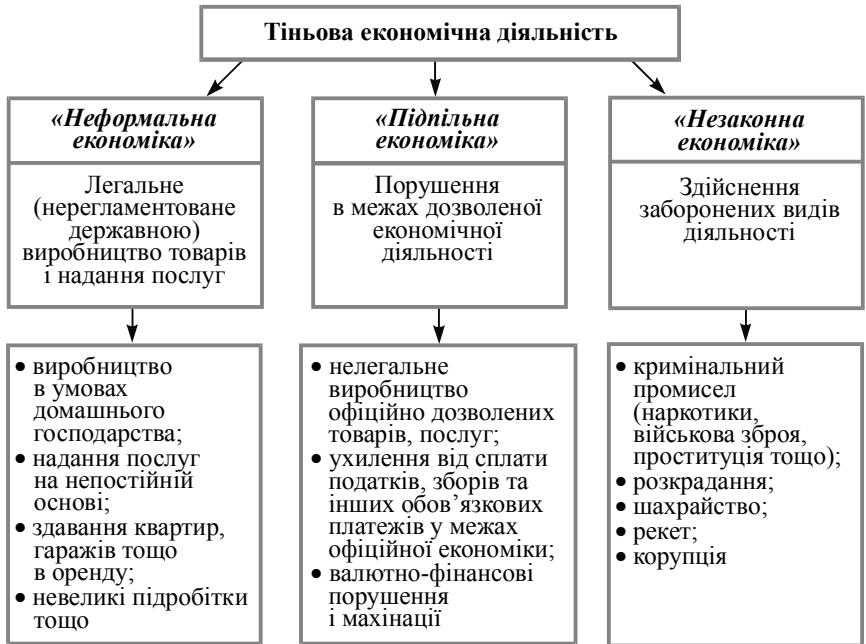


Рис. 11.1. Структура тіньової економічної діяльності суб'єктів підприємства

11.3. План семінарського заняття

1. Сутність і структура тіньової економіки.
2. Механізми функціонування та методи аналізу тіньової економічної діяльності.
3. Оцінка масштабів тіньової економічної діяльності підприємництва.

Питання для самостійної роботи

1. Назвіть особливості вітчизняної тіньової економіки, які відрізняють її від даного сектору розвинених країн.
2. Назвіть причини, що сприяють процесу зростання неформального сектору економіки.
3. Наведіть заходи щодо протидії здійсненню підприємницької діяльності в тіньовому секторі, її локалізації та легалізації.



Література

1. *Варналій З. С.* Тінізація малого підприємництва (економічні та правові аспекти). — К.: Інститут приватного права і підприємництва АПрН України, 1998.
2. *Базалюк А. В., Коваленко С. О.* Тіньова економіка в Україні. — К.: НДЕІ Мінекономіки України, 1998.
3. *Глинкіна С.* Теневая экономика в современной России // Свободная мысль. — 1995. — № 36.
4. *Попович В. М.* Тіньова економіка як предмет економічної кримінології. — К.: Правові джерела, 1998.
5. *Привалов Ю., Сапелюн Ю.* Тіньова економіка і корупція в Україні // Розбудова держави. — 1998. — № 9/10.
6. *Турчинов О. В.* Тіньова економіка: закономірності, механізми функціонування, методи оцінки. — К., 1996.
7. *Юринець В., Лондар С.* Закономірності розвитку тіньової економіки в Україні // Економіст. — 1998. — № 10.
8. *О. Feige E.* How Big Is the Irregular Economy? — Fhelienge, 1979.

11.4. Тести для перевірки знань

1. Тіньова економічна діяльність — це:
 - а) легальне (нерегламентоване державою) виробництво товарів (продуктів) або надання послуг;
 - б) порушення кримінального законодавства;
 - в) порушення в межах економічної діяльності;
 - г) здійснення заборонених видів діяльності.

2. До механізмів функціонування тіньової економіки належать:
 - а) репетиторство;
 - б) здавання квартир, гаражів тощо в оренду;
 - в) нелегальне виробництво товарів;
 - г) використання послуг тіньових фінансових посередників;
 - д) приховування реальних обсягів прибутку;
 - е) штучне банкрутство.

3. Для оцінювання розмірів тіньової економіки використовують методи:
 - а) експертні;
 - б) статистичні;
 - в) соціологічні;
 - г) теоретико-ігрові;
 - д) монетарні.

4. Основні причини тінізації економіки такі:
 - а) відсутність стабільного нормативно-правового забезпечення функціонування суб'єктів підприємництва;
 - б) недосконалість механізмів реалізації дієвої державної підтримки;
 - в) не виважена податкова політика;
 - г) спад виробництва;
 - д) перекоси у процесі реформування власності;

5. До чинників, що сприяють посиленню і зростанню тіньового сектору економіки, належать:
 - а) несприятлива економічна ситуація в цілому;
 - б) бюрократизм під час реєстрації суб'єктів підприємництва;
 - в) відсутність достатньої самоініціативи місцевих органів самоврядування;
 - г) корупція, хабарництво та рекет;
 - д) розвиток зовнішньоекономічної діяльності.

Розділ 3

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ ІЗ ДИСЦИПЛІНИ «ПІДПРИЄМНИЦТВО»

3.1. Контроль рівня знань студентів

Організаційною складовою навчального процесу є контроль рівня знань студентів. Контроль дає змогу вимірювати й оцінювати здобуті студентами у процесі навчання знання, вміння та навички, тому він відіграє важливу роль у забезпеченні належного рівня підготовки фахівців.

Під час вивчення дисципліни «Підприємництво» застосовується поточний, проміжний та підсумковий контроль знань. Усі ці види контролю тісно взаємозв'язані й організуються так, щоб стимулювати ефективну самостійну роботу студентів протягом семестру і забезпечити об'єктивне оцінювання рівня їхніх знань.

3.2. Поточний і проміжний контроль

Викладання дисципліни передбачено для всіх форм навчання — денної, вечірньої та заочної. З погляду на різну структуру навчального плану для студентів різних форм навчання (навчальним планом для заочної форми не передбачено практичних занять) оцінювання знань студентів має свою специфіку.

У разі денної та вечірньої форм навчання поточний контроль здійснюється під час семінарських і практичних занять, у процесі розгляду програмних питань, оцінювання виконаних індивідуальних завдань.

Основними формами *поточного контролю* є обговорення актуальних питань дисципліни на семінарських заняттях (виступи студентів), аналіз ситуаційних вправ та кейсів, виконання домашніх індивідуальних завдань (підготовка рефератів, доповідей тощо), а також експрес-тестування. Матеріали для зазначених форм контролю за кожною темою містяться в розділі 2 цього навчального посібника. Викладач може змінювати зміст завдань і формулювання тестових питань для поточного контролю.

Проміжний контроль проводиться у формі письмових контрольних робіт за окремими частинами (модулями) дисципліни. Протягом семестру модульний контроль проводиться двічі.

Написання контрольної роботи є обов'язковим для кожного студента. Завдання для контрольних робіт добираються з теоретичних питань і тестів, що охоплюють зміст робочої програми дисципліни.

3.3. Підсумковий контроль

Підсумковий (семестровий) контроль знань студентів із дисципліни «Підприємництво» проводиться після закінчення її вивчення у формі заліку.

Для денної і вечірньої форм навчання знання студентів оцінюються у формі семестрового заліку виключно за результатами їхньої поточної успішності під час практичних та семінарських занять.

Для заочної форми навчання семестровий залік проводиться у письмовій формі.

3.4. Умови та порядок складання заліку

Для отримання семестрового заліку студент денної та вечірньої форм навчання повинен упродовж семестру набрати від 20 до 40 балів, виконавши таке:

- ✓ відвідати не менш ніж 70% семінарських і практичних занять — 5 балів;
- ✓ отримати не менш як три позитивні оцінки за усні відповіді за програмою дисципліни (середньозважена оцінка має становити не менш як 4 бали) — 5 балів;
- ✓ брати активну участь у проведенні ділових ігор, складанні поточних тестових завдань, підготовці рефератів (середньозважена оцінка має становити не менш як 3,5 бала) — 5 балів;
- ✓ підготувати та презентувати доповідь за вільно обраною та узгодженою з викладачем темою (типові теми доповідей подано в додатку А) — 5 балів;
- ✓ двічі скласти модульний контроль, отримавши щоразу: 5 балів — коли модуль виконано на оцінку «3»; 10 балів — коли модуль виконано на оцінку «4» або «5».

Якщо студент за підсумками семестру набрав 20 і більше балів — залік вважається складеним.

Якщо впродовж семестру студент отримав менш як 20 балів із даної дисципліни, залік вважається не складеним.

У разі невиконання завдань поточного контролю з об'єктивних причин, студент має право за дозволом декана скласти їх до останнього семінарського (практичного) заняття в час та порядку, які визначить викладач.

Для отримання семестрового заліку студент заочної форми навчання повинен під час екзаменаційної сесії скласти семестровий залік у письмовій формі. Залік вважається складеним, якщо студент набрав не менш як 20 балів у результаті письмового складання семестрового заліку.

Структура модульного завдання складається з двох програмних питань та тестового завдання.

Перше питання теоретичного характеру оцінюється так:

- ✓ 10 балів — за повну та розгорнуту відповідь;
- ✓ 5 балів — за неповну відповідь;
- ✓ 0 балів — за недостатнього рівня відповіді.

Друге питання методичного характеру оцінюється так:

- ✓ 20 балів — за повну та розгорнуту відповідь;
- ✓ 10 балів — за неповну відповідь;
- ✓ 0 балів — за недостатнього рівня відповіді.

Тестове завдання оцінюється так:

- ✓ 10 балів — якщо частка правильних відповідей становить не менш як 85%;
- ✓ 5 балів — якщо частка правильних відповідей становить від 50 до 85%;
- ✓ 0 балів — якщо частка правильних відповідей становить менш як 50%.

ДОДАТКИ

Додаток А

Теми, пропоновані для доповідей студентів

1. Підприємництво в стратегії ринкової трансформації економіки України.
2. Підприємництво та його роль у формуванні ринкової економіки.
3. Параметри формування належного підприємницького середовища в Україні.
4. Зовнішньоекономічна діяльність малих підприємницьких структур за умов глобалізації.
5. Організаційні структури бізнесу в Україні, їхні переваги та недоліки.
6. Особливості функціонування франчайзингових підприємницьких структур в Україні.
7. Форми співпраці малих та великих підприємницьких структур.
8. Фактори активізації підприємницьких структур.
9. Сутність державної політики підтримки малого підприємництва та його об'єктивна необхідність.
10. Система державного регулювання та підтримки малого підприємництва в зарубіжних країнах.
11. Аналітичне оцінювання стану й тенденцій розвитку малого підприємництва в Україні.
12. Проблеми ефективності розвитку малого підприємництва в Україні.
13. Шляхи подолання проблем розвитку й діяльності малих підприємств.
14. Місце і роль спільних підприємств у розвитку міжнародного бізнесу.
15. Державна підтримка малого підприємництва: світовий досвід і Україна.
16. Проблеми та особливості тіньового підприємництва в Україні.
17. Соціально-економічні аспекти тінізації підприємницької діяльності.
18. Структурні характеристики розвитку сектору малого бізнесу в Україні.
19. Особливості становлення та розвитку малого підприємництва в Україні.
20. Форми та методи державного регулювання підприємництва.
21. Пріоритетні напрямки розвитку підприємництва в Україні.
22. Структура, стан та особливості розвитку підприємництва на регіональному ринку.
23. Вплив сукупності факторів на формування та розвиток підприємництва.
24. Напрямки активізації підприємницької діяльності у процесі становлення ринкової моделі господарювання.
25. Культура та ділова етика в підприємстві.

ТЕРМІНОЛОГІЧНО-ТЛУМАЧНИЙ СЛОВНИК СФЕРИ ПІД-ПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

А

Авуари (франц. avoir — мати, майно) — 1) активи, якими здійснюються платежі (готівка, чеки, векселі, перекази, акредитиви), або ліквідна частина банківських активів (поточні рахунки, депозити, цінні папери); 2) грошові кошти банку в іноземній валюті, що перебувають на так званих кореспондентських рахунках у закордонних банках (загальну сукупність таких коштів усіх банків країни становлять її іноземні авуари); 3) вклади приватних осіб та організацій у банках.

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

Акредитив — платіжний документ, за яким кредитна установа дає розпорядження іншій кредитній установі негайно сплатити пред'явникові акредитива певну суму грошей за рахунок спеціально заброньованих коштів шляхом заповнення акредитивного листка.

Акціонерне товариство — форма організації і господарських об'єднань, що базується на залученні грошових коштів за рахунок емісії та продажу акцій; компанія, створена юридичними особами, яка має статутний фонд, поділений на певну кількість акцій однакової номінальної вартості, і відповідає за своїми зобов'язаннями лише майном товариства. Акціонерне товариство може бути двох типів: *відкритого* (акції розповсюджуються відкритою передплатою або продажем на фондових біржах) та *закритого* (акції розповсюджуються лише серед своїх працівників).

Акціонерний капітал — основний капітал акціонерного товариства; створюється за рахунок випуску акцій. Розрізняють акціонерний капітал статутний — записаний (зафіксований) у статуті; передплатний — акумульований передплатою акцій; сплачений — фактично внесений під час передплати.

Акціонування — одна з форм приватизації державної власності перетворенням її на акціонерну і передачею господарських функцій від держави акціонерним товариствам як безпосереднім товаровиробникам.

Акція — один із видів цінних паперів, що засвідчує участь її власника у формуванні статутного фонду акціонерного товариства і дає право

на отримання відповідної частки прибутку у формі дивіденду. Акції випускаються іменними і на пред'явника; можуть бути звичайними (простими) і привілейованими, засновницькими; акціями трудового колективу підприємств та акціонерних товариств.

Арбітраж — порядок розгляду і вирішення суперечок господарського характеру, що виникають між суб'єктами підприємницької діяльності. Усі суперечки такого характеру розглядає Вищий арбітражний суд України, ухвала якого є остаточною і обов'язковою для обох сторін.

Асоціація (союз, спілка) — найпростіша форма договірної об'єднання підприємств та інших підприємницьких структур із метою постійної координації господарської діяльності. Асоціації (союзи, спілки) не мають права втручатися у виробничу і комерційно-фінансову діяльність будь-яких їхніх учасників (членів). За кількістю членів асоціації бувають меншими, ніж союзи і спілки. Останні можуть створюватися і на загальнодержавному рівні (наприклад, Український союз промисловців і підприємців — УСПП).

Аудиторська служба (аудит) — спеціалізована фірма, яка перевіряє стан фінансово-господарської діяльності акціонерних товариств, комерційних банків та інших суб'єктів ринкової економіки на основі укладених із ними угод. Така організація може виконувати не лише контрольні, а й консультативні функції, обслуговувати як вітчизняні підприємницькі структури, так і міжнародні компанії та спільні підприємства (за наявності філій або відділень аудиторської фірми за кордоном).

Аукціон — спосіб продажу товарів через прилюдний торг у заздалегідь визначений час у певному місці. До товарів, що виставляються на аукціонний продаж, належать конкретні товари, нерухомість, цінні папери, кредитні ресурси, валюта. Пропоновані на аукціон товари мають певну стартову ціну, а їх аукціонний продаж здійснюється партіями, або лотами. Крім добровільних можуть проводитися так звані примусові аукціони. Останні організують судові органи або органи влади з метою продажу майна неплатоспроможних боржників (банкрутів), реалізації безгосподарного майна, що перейшло державі за правом успадкування або в результаті конфіскації.

Аукціонатор — власник товару, який виставлено на аукціонний продаж.

Аукціонер — потенціальний покупець того товару, що виставляється на прилюдний торг на аукціоні.

Аукціоніст — орган (особа), що організує і проводить аукціон із продажу (реалізації) певних товарів.

Б

Банкрутство — встановлена в судовому порядку фінансова (боргова) неспроможність підприємницьких структур (підприємств, компаній, банків тощо), припинення ними платежів за борговими зобов'язаннями, унаслідок чого вони втрачають право самостійно управляти та розпоряджатися своїм майном. Це право переходить до осіб, які призначені для управління майном боржника і примусової ліквідації підприємства або іншої підприємницької структури. Претензії кредиторів із моменту банкрутства тих чи інших організаційних утворень висувуються до осіб, що здійснюють ліквідацію збанкрутілих структур, і задовольняються в конкурсному порядку на основі чинного законодавства.

Бартер — форма натурального товарообміну, за якої певна кількість одного або кількох товарів (видів продукції) обмінюється на еквівалентну за ціною кількість іншого товару, але на безгрошовій основі.

Бізнес (англ. business — справа, заняття) — будь-яка економічна діяльність в умовах ринкової системи господарювання, що приносить власникові певний зиск (прибуток).

Бізнес-план — розроблений у письмовій формі документ, що всебічно висвітлює сутність і перспективи будь-якого пропонованого комерційного заходу (зокрема інноваційного, інвестиційного або іншого проекту) і подається потенційному інвесторові з метою переконати його в ефективності інвестування.

Біржа праці — організаційне утворення для обліку потреб і пропонування робочої сили, сприяння працевлаштуванню з організацією необхідного перенавчання. В Україні функції таких організаційних утворень виконують центри зайнятості населення.

Боніфікація — процес регулювання ринкової ціни встановленням певної надбавки до неї під час формування умов договору (контракту) між партнерами в бізнесі.

Брокер (англ. broker — комісіонер, маклер) — посередник під час укладання угод між продавцями й покупцями товарів (цінних паперів, валюти тощо). Зазвичай брокери працюють на товарних і фондових біржах, отримуючи за свою діяльність певну винагороду у вигляді обумовленого заздалегідь відсотка від вартості проданого товару або виплати фіксованої суми за продану одиницю товару (цінних паперів, валюти).

В

Валові інвестиції — загальний обсяг коштів, інвестованих (вкладених) у нове будівництво господарських об'єктів, придбання засобів виробництва або нарощування товарно-матеріальних запасів за певний період.

Валюта — 1) грошова одиниця певної країни та її тип; 2) грошові знаки іноземних держав, що використовуються в міжнародних розрахун-

ках; 3) національна (міжнародна, регіональна) грошова розрахункова одиниця та платіжні кошти (наприклад, ЄВРО — міжнародна розрахункова одиниця країн — членів Європейського союзу). Залежно від країни — емітента грошових коштів розрізняють національну та іноземну валюту, а залежно від режиму використання — конвертовану (повністю чи частково) і неконвертовану.

Валютна біржа — організаційно оформлений регулярний ринок, на якому відбувається торгівля валютою на основі попиту і пропонування. Нині валютні операції, як правило, зосереджені у великих банках. В Україні функціонує Українська міжбанківська валютна біржа (УМВБ), що постійно здійснює торги іноземною валютою за її поточним ринковим курсом стосовно національної грошової одиниці. Операції з купівлі й продажу валюти безпосередньо на біржі мають право здійснювати тільки її члени, які діють від свого імені і за свій рахунок чи за рахунок своїх клієнтів. Членами валютної біржі можуть бути комерційні банки, що мають ліцензії на проведення валютних операцій. Для купівлі або продажу валюти фізичними особами в Україні існує широка мережа пунктів для обміну валют за їхнім ринковим курсом.

Вексель — письмове боргове зобов'язання встановленої форми, що дає його власникові (векселетримачеві) право вимагати від боржника (векселедавця) сплати зазначеної у векселі суми грошей. Простий вексель виписується та підписується боржником. Переказний вексель (тратта) оформляється кредитором (трасантом) і є наказом боржникові (трасатові) про сплату в зазначений строк визначеної суми грошей іншій особі (ремітентові).

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

Виробнича кооперація — форма співробітництва, за якої закінчений виробничий цикл здійснюють усі партнери, а кожний із них виконує лише свою частку робіт щодо виробництва певних конструктивних елементів (деталей, вузлів, складальних одиниць) і складання готових виробів.

Внутрішня норма дохідності — один із важливих показників оцінки ефективності інвестицій. Він характеризує рівень їх дохідності, що виражається дисконтною ставкою, за якою майбутня вартість грошового потоку має бути приведена до теперішньої вартості інвестованих коштів.

Г

Грошовий потік — основний показник, що характеризує ефект інвестицій у вигляді повернених інвесторові грошових коштів. Грошовий

потік складається з чистого прибутку і суми амортизаційних відрахувань від вартості матеріальних і нематеріальних активів фірми.

Гудвіл (англ. goodwill — доброзичливість, добра воля) — різниця між ринковою та індексованою балансовою вартістю фірми (компанії). Вартість гудвілу характеризує не відображувані в балансі нематеріальні активи у вигляді репутації фірми, завойованих нею маркетингових позицій на ринку, відпрацьованості внутрішньої технології діяльності та інших невідчутних активів, здатних, проте, давати додатковий прибуток. У зарубіжній практиці вартість гудвілу часто зазначається в річному балансі фірми.

Д

Демпінг — продаж товарів на зовнішніх ринках за цінами, нижчими за витрати виробництва.

Депозити — 1) грошові суми, внесені на зберігання до кредитних установ (банків), на які вкладникам (юридичним і фізичним особам) виплачується певний відсоток; 2) цінні папери (акції, облигації), внесені на зберігання до кредитних установ; 3) внески на сплату митних зборів та до адміністративних органів.

Депозитний сертифікат — письмове свідоцтво банку про депонування грошових коштів, що засвідчує право вкладника на одержання депозитів. Розрізняються депозитні сертифікати до запитання і строкові. Перші дають право власникові отримати певну суму грошей після подання депозитного сертифіката. На других зазначається строк внеску і розмір належного відсотка.

Державний контракт — письмовий документ, що засвідчує намір (бажання) держави в особі вповноважених Кабінетом Міністрів України галузевих і функціональних міністерств України, державних комітетів та прирівняних до них інших інституціональних утворень закупити на певних умовах конкретні обсяги продукції для поповнення державних резервів і забезпечення споживачів, потреби яких фінансуються за рахунок державного бюджету.

Державний фонд зайнятості — спеціальний фонд для фінансування заходів, пов'язаних безпосередньо з діяльністю центрів зайнятості населення (проведення профорієнтації, професійного навчання вивільнених працівників та безробітних, виплата тимчасової допомоги з безробіття; надання безвідсоткової позики безробітним для початкування підприємницької діяльності; оплата праці працівників служб зайнятості населення). Він формується за рахунок асигнувань із бюджетів різного рівня, внесків суб'єктів підприємницької діяльності та добровільних пожертвувань громадських організацій, окремих фізичних осіб та іноземних громадян і фірм.

Диверсифікація виробництва (лат. diversus — різний та facere — робити) — одночасний розвиток кількох або багатьох не пов'язаних

між собою технологічно видів виробництва та обслуговування, розширення асортименту продукованих виробів і (або) послуг, що дає можливість фірмі забезпечувати відносну фінансову стабільність, оскільки тимчасові збитки від нерентабельних виробів можуть перекриватися прибутком від інших видів продукції.

Дилери — юридичні або фізичні особи (посередницькі структури), які здійснюють перепродаж товарів від свого імені та за власний рахунок. Вони отримують певний прибуток, що формується як різниця між ціною продажу і ціною придбання товару дилером. Відповідно до особливих умов дилерського договору дилери можуть надавати замовникам інформацію стосовно кон'юнктури ринку, послуги рекламного характеру, а також здійснювати післяпродажне обслуговування технічних виробів.

Директорування — інтегрований вид управлінської діяльності, що складається з трьох компонентів: мотивації, лідерства, комунікації. Мотивація — процес спонукання працівників до спільних погоджених дій, спрямованих на досягнення цілей фірми. Лідерство — активна форма формального і неформального впливу на певні групи (колективи) людей для реалізації місії підприємства чи організації. Комунікацією вважаються міжособистісне спілкування, обмін необхідною для управління інформацією.

Дисконтна ставка — ставка відсотка, за якою майбутня вартість грошей приводиться до теперішньої їхньої вартості, тобто відбувається процес дисконтування.

Дисконтування — метод приведення майбутньої вартості грошей до їхньої теперішньої вартості (вартості поточного періоду).

Дистриб'ютори — посередники, що спеціалізуються на придбанні товарів безпосередньо у виробників та реалізації (розподілі) цих товарів постійним клієнтам. Розрізняють два типи дистриб'юторів: перший — дистриб'ютори товарів промислового призначення; їхніми партнерами є підприємці, що продукують готову для споживання продукцію; другий — дистриб'ютори, які продають товари роздрібній мережі.

Ділова етика (етика підприємництва) — сукупність певних принципів, правил і норм господарської поведінки підприємців (бізнесменів). Вона є водночас моральною і економічною категорією. До загальноприйнятих етичних норм бізнесу належать досягнення найвищої продуктивності та найбільшого прибутку без шкоди для довкілля, здійснення чесної (за встановленими правилами) конкуренції; дотримання принципу «техніка для людини, а не навпаки»; використання таких форм участі працівників фірми у її справах, які сприяють зміцненню почуття відповідальності; орієнтація на матеріальні інтереси, проте з дотриманням морально-етичних принципів поведінки.

Діловодство — специфічна діяльність зі створення документів (документування) та організації роботи з документами (рух, пошук,

зберігання). У великих фірмах діловодство здійснює окремий структурний підрозділ — канцелярія.

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

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

Договір поставки — офіційна угода між партнерами (підприємствами, організаціями) на поставку продукції виготовлювачем покупцеві в установлений термін, належного асортименту та якості зі своєчасною оплатою покупцем.

Договір поручництва — договір, що укладається між трьома сторонами (поручителем, кредитором і боржником) і є доповненням до кредитного договору. Поручитель зобов'язується відповідати перед кредитором так само, як і боржник; він повинен протягом зазначеного періоду після настання строку платежу відшкодувати кредиторowi несплачену боржником суму.

Договір про спільну діяльність — нескладний документ господарського призначення, згідно з яким організується спільна діяльність без створення з цією метою юридичної особи. Такий договір фактично свідчить про створення простого товариства, учасники якого об'єднують майно і зусилля задля досягнення загальної господарської або іншої мети. У цьому договорі істотною є умова щодо здійснення учасниками майнових або грошових внесків, які стають спільною пайовою власністю.

Дотація — державна виплата, яка надається в безповоротному порядку тій чи іншій підприємницькій структурі, що зазнала економічної скрути з об'єктивних причин.

Е

Емітенти — органи організаційно-економічного управління народним господарством країни, що випускають в обіг гроші (у готівковій і безготівковій формах), акції, облігації, скарбничі векселі та інші цінні папери. В Україні емітентами грошових знаків та цінних паперів є Національний банк України, комерційні та інвестиційні банки, фірми (підприємства, компанії, організації).

Ефект — результат, що очікується або фактично досягається за рахунок інвестування. Він може виражатись у додатковій сумі товарообігу (обсягу продажу), валового або чистого доходу (прибутку), грошового потоку тощо.

Ефективність — кількісне співвідношення показників результатів (ефекту) і витрат на їх (його) досягнення. В інвестиційній діяльності основним показником результатів є абсолютна величина приведенного грошового потоку, а витрат — обсяг інвестованого капіталу.

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

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

3

Застава — один зі способів забезпечення зобов'язань майном (рухомим і нерухомим), яке може бути продане з аукціону в разі невиконання боржником узятих зобов'язань. Під заставу видаються різнонапрямлені кредити.

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

Зустрічна закупівля (паралельний бартер) — торгівля за одним або кількома контрактами (договорами), кожний з яких має бути сплачений негайно, але з наступною закупівлею певного товару на відповідну суму. У цьому разі операції оплати і закупівлі розмежовані в часі.

Зустрічні векселі — векселі, що за ними дві особи (юридичні або фізичні) виступають стосовно одна одної як кредитори та позичальники.

I

Імідж — формування і підтримання сталого позитивного враження клієнтів (покупців) та комерційних контрагентів від товару (послуг) і підприємства (підприємця), яке виготовляє і реалізує цей товар. Високий імідж, як правило, оцінюється через гудвіл, тобто рівень репутації фірми, завойованих нею маркетингових позицій на ринку, відпрацьованості внутрішньої технології діяльності та інших нематеріальних її активів.

Інвестиції — сукупність витрат, що реалізують, як правило, довгострокові вкладення капіталу в різні галузі економіки і сфери діяльності; усі види майнових та інтелектуальних цінностей, якікладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту.

Інвестиційна діяльність — сукупність практичних дій фізичних і юридичних осіб та держави щодо реалізації інвестицій.

Інвестиційна компанія — різновид кредитно-фінансових інституцій, які акумулюють грошові кошти приватних інвесторів за допомогою емісії власних цінних паперів (зобов'язань), а також вкладення цих коштів в акції та облігації у власній країні та за кордоном. Така компанія купує, тримає і продає цінні папери з метою одержання прибутку на вкладений капітал.

Інвестиційна політика — комплекс господарсько-управлінських рішень її суб'єктів (держави, юридичних і фізичних осіб), що визначає конкретні спрямування інвестицій, заходи щодо їх нагромадження і використання в пріоритетних та економічно вигідних сферах діяльності (створення і модернізація основних фондів; повнення до нормативного рівня оборотних коштів; науково-технічна продукція; інтелектуальні цінності тощо).

Інвестиційна привабливість фірми — інтегрована фінансово-економічна оцінка тієї чи іншої фірми як потенційного об'єкта інвестування. Використовується інституціональними та індивідуальними інвесторами для визначення доцільності й ефективності вкладення власного капіталу.

У сучасній практиці господарювання застосовується двохаспектний підхід до оцінки інвестиційної привабливості діючої фірми. Перший аспект передбачає встановлення й оцінку конкретної стадії життєвого циклу фірми, а другий — аналітичну оцінку фінансово-економічного її стану. Інвестиційно привабливими вважаються фірми, що перебувають на перших чотирьох (із можливих шести) стадіях розвитку: 1) «народження»; 2) «дитинство»; 3) «юність»; 4) «рання зрілість»; 5) «остаточна зрілість»; 6) «старіння». Безпосереднє оцінювання інвестиційної привабливості фірми як об'єкта інвестування здійснюється за допомогою конкретних розрахунків показників оборотності та ліквідності активів, прибутковості капіталу і фінансової її стійкості.

Інвестиційна програма — окрема частина реалізованого інвестиційного портфеля фірми. Як правило, інвестиційна програма охоплює певну кількість інвестиційних проєктів, що мають бути реалізовані найближчими роками.

Інвестиційна стратегія — формування системи довгострокових цілей інвестиційної діяльності фірми та вибір найефективніших шляхів їх досягнення.

Інвестиційний менеджмент — процес управління всіма аспектами інвестиційної діяльності фірми (підприємства, організації).

Інвестиційний портфель — сформований фірмою перелік об'єктів реального (виробничого) і фінансового інвестування з урахуванням її інвестиційних цілей.

Інвестиційний проєкт — об'єкт реального інвестування, намічений до реалізації у формі придбання або введення в дію нових, технічно

переозброєних, розширених, реконструйованих виробничо-майнових (іншого призначення) комплексів підприємницької діяльності. Сутнісно-змістова характеристика інвестиційного проекту подається в розробленому бізнес-плані: стисла — в його резюме; повна (детальна) — в окремих його розділах.

Інвестиційний сертифікат — цінний папір, що випускається в обіг тільки інвестиційним фондом чи інвестиційною компанією та дає право його власникові на отримання доходу у вигляді дивідендів.

Інвестиційний фонд — юридична особа, що заснована як акціонерне товариство і здійснює діяльність виключно у сфері спільного інвестування. Інвестиційні фонди, як правило, бувають закритого і відкритого типу.

Інвестор — суб'єкт інвестиційної діяльності, який приймає рішення щодо вкладення власних, позичених або залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування.

Індекс дохідності — співвідношення грошового потоку та інвестиційних коштів; один з основних показників, за якими визначається ефективність (доцільність) інвестицій.

Інкасо — банківська операція стягнення банком із боржника грошей за розрахунковими документами від імені й за дорученням своїх клієнтів. За виконання такої операції банк бере комісійні у встановленому розмірі.

«Інкубатори» — спеціалізовані організації (центри розвитку бізнесу та підприємництва, регіональні технологічні та інноваційні центри при університетах та інших вузах, науково-дослідних організаціях тощо), що допомагають новостворюваним організаційним утворенням інноваційного бізнесу на стадіях започаткування і становлення. Діяльність «інкубаторів» переважно охоплює наукове консультування і попередню експертизу інноваційних проектів, фінансову підтримку через державні субсидії, венчурний капітал і власні кошти спонсорів, формування позитивного гудвілу.

Інноваційна модель підприємництва — уявний процес підприємницької діяльності, що передбачає активне використання нових управлінських рішень задля постійного зростання економічної та соціальної ефективності господарювання. За цією моделлю підприємництва господарські дії базуються переважно на досягненнях науково-технічного та організаційного прогресу. Вони охоплюють ретельне вивчення зовнішнього підприємницького середовища з метою пошуку найбільш ефективних технічних, організаційних, економічних і соціальних рішень, аналіз можливостей конкурентів, практичну реалізацію завдань (проблем) згідно з вибраною концепцією дій.

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

тур. Іноземні інвестиції бувають прямі та портфельні. До прямих інвестицій належать вкладення капіталу, що забезпечують контроль інвестора над закордонними фірмами (підприємствами, організаціями), а до портфельних — вкладення капіталу в акції закордонних підприємств (без придбання контрольного пакета), облигації та інші цінні папери іноземних держав.

Інтенсифікація ринку — організаційно-економічні зусилля підприємства, спрямовані на зміцнення своїх позицій на певному ринку здійсненням провідної стратегії маркетингу. Інтенсифікація ринку може реально проводитись за допомогою двох форм (захисту, експансії) і трьох методів (проникнення на ринок, розвиток ринку, територіальна експансія). *Захист* — це спосіб проникнення на ринок за рахунок удосконалення продукції та використання цінних факторів. *Експансія* — це активне просування на провідний ринок нових товарів. *Метод (спосіб) проникнення* на ринок означає агресивний ринковий захід для істотного збільшення обсягу продажу певного товару. *Метод розвитку* ринку здійснюється активним маркетингом продукту з одночасним входженням у нові ринкові сегменти. *Територіальна експансія* пов'язана з активним виходом на нові географічні ринки збуту власних товарів.

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

К

Капітал — сукупність матеріальних та грошових коштів, а також інтелектуальних здобутків, використовуваних у процесі виробництва та інших сферах діяльності з метою отримання прибутку. У більш вузькому значенні — активи фірми (підприємства) за мінусом її зобов'язань (заборгованості).

Капітал акціонерного товариства — сукупність індивідуальних капіталів, об'єднаних через емісію та розміщення акцій і облигацій; він є власним стартовим капіталом акціонерного товариства і може збільшуватись за рахунок капіталізації певної частки отримованого фірмою (підприємством) прибутку та додаткової емісії цінних паперів.

Капітальні вкладення — інвестиції у відтворення основних фондів і на приріст матеріально-виробничих запасів. Вони є реальними (виробничими) інвестиціями і здійснюються у формі нового капітального будівництва, технічного переозброєння, реконструкції та розширення діючих виробничих об'єктів і об'єктів соціальної інфраструктури фірми (підприємства, організації).

Кліринг — система безготівкових розрахунків за товари, цінні папери та надані послуги заліком взаємних вимог. Розрізняють внутрішній (міжбанківський) та міжнародний (валютний) кліринг. У разі застосування клірингу банки приймають до оплати чеки та інші платіжні документи не тільки своїх клієнтів, а й клієнтів інших банків. Міжбанківські клірингові розрахунки здійснюються через спеціальні клірингові (розрахункові) палати, центральний (національний) банк або великі комерційні банки, а між відділеннями одного банку — через кліринговий відділ головної контори. Нині кліринг широко використовується на товарних і фондових біржах, у міжнародних розрахунках. Існує Банк міжнародних розрахунків — акціонерна комерційна організація, що здійснює клірингові операції в ЕКЮ.

Класична модель підприємництва — уявна сукупність організаційно-економічних заходів, зорієнтованих на максимального ефективного використання наявних ресурсів підприємства. Схема підприємницьких дій за цією моделлю доволі проста й чітко окреслена: оцінка наявних ресурсів; вивчення (аналіз) можливостей досягнення поставленої мети; вибір і використання такої можливості, що зможе забезпечити максимальну віддачу від наявних ресурсів. Ця модель, як правило, не застосовується в чистому вигляді, частіше вона поєднується з інноваційною моделлю підприємництва.

Коефіцієнт загальної ліквідності — один із важливих показників, що характеризує ступінь покриття поточних зобов'язань за рахунок поточних активів. Він обчислюється діленням поточних активів на загальну суму короткострокових зобов'язань. Якщо в чисельнику поставимо не загальну суму поточних активів, а лише так звані швидколіквідні активи (розрахунки з дебіторами, грошові кошти та інші оборотні активи), то обчислений у такий спосіб показник можна назвати коефіцієнтом термінової ліквідності. Він доповнює показник загальної ліквідності, оскільки показує якісний склад коштів, які використовуються для покриття поточних зобов'язань. Коефіцієнти загальної та термінової ліквідності вважаються нормальними, якщо дорівнюють відповідно 2 і 1. За умови зростання цих коефіцієнтів ступінь (рівень) ліквідності активів підвищується.

Коефіцієнт фінансової незалежності — ступінь незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Він обчислюється як відношення загальної суми власного капіталу до загальної суми балансових (власних і позичених) коштів. Практика господарювання переконає, що загальна сума заборгованості не повинна перевищувати розміру власних джерел фінансування; значення коефіцієнта фінансової незалежності має бути більше від 0,5; за такої умови фінансування діяльності підприємницької структури за рахунок залучених коштів здійснюється в допустимих межах.

Командитне товариство (франц. *commandite* — товариство на вірі) — вид господарської організації, яка включає (поряд з учасниками, що несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства усім

своїм майном) одного або кількох учасників, відповідальність яких обмежується внеском у майно товариства.

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

Комерційний кредит — кредит, який надають один одному промисловці й торгівці у вигляді відстрочки платежу за продані товари.

Комерційний трансферт — форма співпраці у сфері фінансових відносин, що використовується в міждержавних відносинах і означає взаємне придбання партнерами капіталу в національній валюті у визначених розмірах за договірною ціною. При цьому не відбувається фізичного переміщення капіталу через національні кордони, а куплена валюта зраховується на рахунок покупця в національному банку країни-продавця.

Комівояжери — підприємці-посередники, які не просто продають, а й доставляють товари покупцям. Здебільшого комівояжерські функції виконують роз'їзні представники торговельних фірм, які пропонують покупцям товари за наявними зразками. З практики господарювання відомо, що вони можуть забезпечувати ефективну рекламу, а також здійснювати післяпродажне технічне обслуговування реалізованої продукції.

Комісіонери — агенти-оптовики, що самостійно розпоряджаються товаром, беручи його на комісію. За здійснення комісійних операцій встановлюється винагорода як певний відсоток від суми торговельної операції або різниці між призначеною комітентом ціною і фактичною продажною ціною.

Комітент — сторона в угоді комісії, яка доручає іншій стороні (комісіонерів) за винагороду комісійний продаж товарів, валюти та цінних паперів. Угода між комісіонером і комітентом укладається в інтересах та за рахунок комітента.

Компенсаційна угода (операція) — домовленість про бартер, але з можливим частковим погашенням заборгованості грошима чи цінними паперами.

Конверсія підприємства — істотне (іноді повне) перепрофілювання підприємства на виробництво іншої продукції під впливом докорінної зміни ринкового середовища або глобальних чинників розвитку економіки. За сучасних умов господарювання конверсійні процеси широко здійснюються на підприємствах (в організаціях) військово-промислового комплексу України у зв'язку з різким скороченням народногосподарської потреби в його продукції.

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

операцій належить, наприклад, здійснювана в Україні заміна компенсаційних сертифікатів на приватизаційні майнові, а останніх — на інвестиційні сертифікати або акції приватизованих підприємств.

Конкурентоспроможність продукції — сукупність споживчих властивостей виробу, що характеризують його відмінність від виробу-конкурента за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам і з урахуванням витрат на виготовлення цього виробу. Показник конкурентоспроможності продукції обчислюється як співвідношення її інтегрованого технічного вимірника та аналогічного параметра конкуруючого виробу; якщо це співвідношення більше за одиницю, то такий виріб має конкурентні переваги, тобто є конкурентоспроможним на ринку (вітчизняному чи світовому). Конкурентоспроможність товарів можна також визначати за цinovими показниками і прибутковістю.

Консалтинг — консультативна діяльність щодо широкого кола питань і проблем розвитку та підвищення ефективності підприємництва. Така діяльність за певну (обумовлену договором) винагороду може здійснюватися як індивідуальними консультантами, так і спеціалізованими організаціями.

Консигнація — вид торговельно-посередницьких послуг, коли посередник (у даному разі — консигнант) реалізує товар із власного складу на основі договору-доручення. Діяльність консигнанта, який має власні складські приміщення і одночасно є покупцем-оптовиком, полягає в тому, що він бере товари на відповідальне зберігання з подальшою їх реалізацією, але при цьому зобов'язується не продати, а лише запропонувати продукцію можливому покупцеві за першої нагоди. В основному консигнація поширена у сфері оптових поставок окремих партій товарів у роздрібну мережу.

Консорціум — тимчасове статутне об'єднання промислового і банківського капіталу для реалізації певної підприємницької ідеї та досягнення загальної мети (здійснення спільного інноваційно-інвестиційного чи іншого господарського проекту). Консорціуми можуть бути не лише національні (міжгалузеві), а й міжнародні (для прикладу можна назвати Міжнародний консорціум супутникового зв'язку).

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

Концерн — організаційна форма статутного об'єднання різногалузевих підприємницьких структур, що характеризується органічним поєднанням власності та контролю з використанням (найчастіше) принципу диверсифікації виробництва. Суб'єкти господарювання,

що інтегруються в концерн, звичайно втрачають свою економічну самостійність. У сучасних умовах спостерігається тенденція до збільшення кількості міжнародних концернів.

Кореспондентський рахунок — рахунок для обліку розрахунків, що їх виконує одна кредитна установа за дорученням і на кошти іншої на підставі укладеного кореспондентського договору. В Україні існують кореспондентські розрахунки між комерційними банками, Національним банком і комерційними банками. Окремі банки можуть мати кореспондентські відносини з іноземними банками. За домовленістю між банками-кореспондентами за ведення кореспондентських рахунків (відкриття, закриття, списання, зарахування коштів тощо) можуть стягуватися комісійні. Це залежить від характеру взаємовідносин між банками, активності використання рахунків та рівня залишків коштів на них.

Корпоратизація — процес перетворення у відкриті акціонерні товариства державних підприємств, закритих акціонерних товариств, певна частка статутного фонду яких належить державі, об'єднань і підприємств із мішаною формою власності, в яких є державне майно. Мета її полягає у реформуванні управління державним сектором економіки та підготовці до приватизації. Особливістю організаційної структури управління відкритими акціонерними товариствами (ВАТ) є функціонування спостережної ради, що здійснює контроль за діяльністю правління ВАТ із метою захисту інтересів держави й акціонерів.

Корпорація (лат. *corporatio* — об'єднання, співтовариство) — 1) товариство, союз, група осіб, що об'єднуються добровільно за ознакою спільності (однаковості) професійних або групових інтересів; 2) широко використовувана форма акціонерного товариства. В Україні корпораціями вважають договірні об'єднання, створювані за принципом суміщення виробничих, наукових і комерційних інтересів із делегуванням окремих повноважень кожним із його членів централізованому керівництву.

Котирування — установа курсів іноземних валют, цінних паперів, цін на біржові товари відповідно до чинних законодавчих норм та усталеної практики.

Кредит — позичка на певний строк у грошовій або товарній формі на умовах повернення і сплати відсотка за користування. Існують три форми кредиту — банківський, державний, комерційний. Банківський кредит надається банками у грошовій формі підприємствам та організаціям, населенню (переважно індивідуальним підприємцям), державі. Особливою формою є державний кредит, коли позичальником виступає держава чи місцеві органи влади, а кредит полягає у випуску державних цінних паперів (облігацій) і використовується для покриття частки державних видатків. Комерційний кредит надається одним підприємством іншому у вигляді продажу товарів із відстрочкою платежу; він обслуговує лише обіг товарів і оформлюється векселем.

Кредитна лінія — згода банку (надається фірмі-позичальникові) здійснювати надання позик у майбутньому в розмірах, що не перевищують обумовлених заздалегідь меж.

Л

Лізинг — договір на право користування устаткуванням та іншим майном на основі орендних відносин. Найпоширенішими об'єктами лізингу є устаткування, транспортні засоби, технології, ліцензії, «ноу-хау», програмні продукти тощо. Вартість лізингу формується за рахунок регулярних платежів, що охоплюють амортизаційні відрахування і проценти за кредит.

Ліквідність активів — придатність активів фірми до використання їх як безпосередніх засобів платежу або до швидкого їх перетворення у грошову форму без втрати поточної (реальної) вартості.

Ліцензія — дозвіл, який надається державними органами юридичним і фізичним особам на здійснення певних видів суспільно корисної діяльності, зокрема зовнішньоекономічної.

Ліцензування — одна з форм співробітництва у сфері виробництва, за якої суб'єктами відносин виступають ліцензіар (той, хто володіє певними правами) та ліцензіат (той, кому такі права передаються на постійній чи тимчасовій основі). Ліцензіар укладає угоду з ліцензіатом, відповідно до якої останньому передаються права на використання патенту, товарного знака, будь-якої значущої науково-технічної новинки за певну винагороду: *паушальний платіж* (фактична ціна ліцензії, одноразова винагорода); *роялті* (періодичні або поточні відрахування у формі фіксованого відсотка від фактичного економічного ефекту, що його має ліцензіат).

Ломбарди — кредитні установи, що позичають гроші під заставу рухомого майна (предметів особистого користування і домашнього вжитку). Позики видаються на строк до трьох місяців у розмірі до 75% суми оцінки заставлених речей і до 90% — виробів із дорогоцінних металів. Оцінка предметів, що здаються на зберігання чи під заставу для отримання позики, встановлюється за домовленістю сторін (виробів із дорогоцінних металів — за державними розцінками).

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

М

Мале підприємство — підприємство (фірма, організація) з невеликою кількістю штатного персоналу. В Україні малими вважаються підприємства: у промисловості і будівництві — з чисельністю персоналу до 200; в інших галузях виробничої сфери — до 50; у на-

уці та науковому обслуговуванні — до 100; у галузях невиробничої сфери — до 25; у роздрібній торгівлі — до 15 осіб.

Мале підприємництво — це самостійна, систематична, інноваційна діяльність певних суб'єктів господарювання незалежно від форми власності, на власний ризик із метою задоволення потреб споживача та отримання економічного інтересу. Суб'єктами малого підприємництва є фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності; юридичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 500 000 євро.

Маркетинг (англ. Marketing — ринок, збут) — система організації діяльності фірми у процесі товарного відтворення, що охоплює комплексне вивчення ринку, планування асортименту продукованих товарів, здійснення певної політики цін, рекламу і стимулювання збуту, управління реалізацією та післяпродажним сервісом продукції.

Менеджери — наймані працівники, фахівці з управління певними видами підприємницької діяльності, які належать до керівного складу фірм, компаній, фінансових установ і банків, їхніх структурних підрозділів і наділяються виконавчою владою.

Менеджмент — сукупність певних організаційно-економічних методів управління всіма стадіями і видами адекватних процесів і явищ на рівні різних суб'єктів господарювання. Залежно від охоплення основних сфер діяльності підприємницьких структур розрізняють менеджмент маркетинговий, інвестиційний, виробничий, фінансовий, інноваційний, персоналу тощо.

Метод ідеалізації — один із методів творчого пошуку підприємницької ідеї, що базується на ініціюванні уявлення про ідеальне розв'язання проблеми, яке може підказати новий спосіб її практичного розв'язання.

Метод інверсії — метод пошуку підприємницької ідеї, що передбачає специфічні інверсійні підходи до розв'язання нової проблеми (повернути «догори ногами», «вивернути» на протилежний бік, поміняти місцями тощо).

Метод колективного блокнота — метод, що поєднує індивідуальне висунення підприємницької ідеї з колективною її оцінкою. При цьому кожний учасник процесу пошуку підприємницької ідеї отримує спеціальний блокнот, в якому викладено сутність розв'язуваної проблеми. Протягом певного часу (наприклад, одного місяця) кожний учасник обговорення записує в блокнот власні ідеї щодо розв'язання проблеми. Потім керівник групи учасників узагальнює нагромаджену інформацію, організує творчу дискусію, за результатами якої і приймають відповідне рішення.

Метод контрольних запитань — метод пошуку нової підприємницької ідеї, сутність якого полягає в тому, щоб за допомогою певних блоків контрольних запитань ініціювати розв'язання обговорюваної проблеми і стимулювати думку респондентів.

Метод конференції ідей — метод пошуку нової підприємницької ідеї, який за своєю сутністю схожий на метод «мозкового штурму», але відрізняється від нього тим, що допускає доброзичливу критику (репліки або коментарі), яка спрямовує висунуті ідеї в потрібному напрямку.

Метод «мозкового штурму» — один із найбільш ефективних методів пошуку нової підприємницької ідеї, який полягає у співпраці певної групи спеціалістів проведенням колективної дискусії з конкретного кола питань. У ході такої дискусії жодні критичні коментарі не допускаються, а кожний учасник має право висунути найфантастичнішу ідею.

Метод морфологічного аналізу — метод пошуку підприємницької ідеї, що ґрунтується на застосуванні комбінаторики, тобто дослідженні можливих варіантів на підставі закономірностей побудови (морфології) об'єкта, що підлягає вивченню та аналізу. Комбінуванням можливих варіантів намагаються окреслити різні рішення стосовно нових підприємницьких ідей.

Метод фокальних об'єктів — один із результативних методів пошуку нової підприємницької ідеї, який полягає в перенесенні ознак випадково визначених об'єктів на об'єкт, що потребує вдосконалення. Останній перебуває у «фокусі» перенесення і тому називається фокальним. При цьому може виникнути кілька варіантів виконання завдання. Такий метод дає порівняно добрі результати за пошуків нових модифікацій відомих технічних ідей, зокрема розробки й освоєння виробництва нових товарів.

Міжнародна підприємницька діяльність — це спільний бізнес у сфері практичної реалізації форм міжнародних економічних відносин. Її можна трактувати як науково-технічну, виробничу, торговельну, сервісну та іншу співпрацю (бізнесову діяльність) суб'єктів господарювання двох або більше країн. До основних суб'єктів міжнародної підприємницької діяльності (бізнесу) належать фізичні та юридичні особи, інституціональні і добровільні об'єднання останніх, міжнародні організації. За рівнем інтернаціоналізації розрізняють такі форми міжнародного бізнесу: 1) окремі зовнішньоекономічні операції (експортно-імпортні, лізинг, посередницькі послуги); 2) різноманітна промислова кооперація — науково-технічна, виробнича, сервісна; 3) спільне підприємництво (спільні підприємства, ліцензування, управління за контрактами); 4) комплекс територіально-виробничих і багатосторонніх міжнародних зв'язків (прикордонна і прибережна торгівля, спільні вільні економічні зони, формування консорціумів, реалізація концесійних угод тощо).

Моніторинг — постійний нагляд за різнонапрямленою діяльністю суб'єктів господарювання та підприємництва. Першочергову увагу приділяють моніторингу фінансово-виробничої й екологічної діяльності окремих суб'єктів господарювання.

Н

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

«Ноу-хау» (англ. know-how — знати як) — сукупність різних знань науково-технічного, виробничого, організаційного, економічного і правового характеру; дослідних даних (інформації) щодо певної технології, професійної діяльності фірми, що не стали загальновідомим надбанням, не запатентовані, не захищені правами промислової (інтелектуальної) власності і через це належать, як правило, до комерційної таємниці.

О

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

Оборотний капітал (оборотні активи) — сукупність коштів фірми, вкладених в оборотні фонди та фонди обігу, що забезпечують безперервний процес виробничо-господарської і комерційної діяльності та повністю споживаються протягом виробничого циклу. До оборотних активів належать виробничі запаси; незавершене виробництво; витрати майбутніх періодів; готова продукція; відвантажена, але не оплачена продукція; кошти в розрахунках; грошові кошти на рахунках у банках і в касі. Загальний обсяг оборотного капіталу формується з власних оборотних активів та позичених (залучених) оборотних коштів.

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

Онкольний кредит — короткостроковий кредит, що повертається позичальником на першу вимогу банку. Він надається комерційними банками, як правило, під заставу векселів, облігацій, інших цінних паперів і товарів; погашається позичальником звичайно з попередженням за 2—7 діб. За онкольними кредитами плата за кредит нижча, ніж за строковими позичками.

Опціон — договірне зобов'язання купити або продати товар за наперед визначеною ціною в межах узгодженого періоду. В обмін на отримання такого права покупець опціону виплачує продавцеві

певну суму премії. Ризик покупця обмежується розміром цієї премії, а ризик продавця зменшується на суму цієї премії.

Організаційна структура управління — це форма системи управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів (виробничих та управлінських підрозділів). У практиці господарювання застосовують кілька типових структур управління: лінійну, функціональну, лінійно-функціональну, програмно-цільову (проектного управління, впровадження нововведень, матричну).

Організаційною основою найбільш поширеної лінійно-функціональної системи управління є лінійна підпорядкованість виконавців і керівників відповідних рангів; для кваліфікованої допомоги лінійним керівникам створюються функціональні служби. Організаційні структури проектного управління об'єднують дві основні ланки: 1) групу розвитку (стратегія й наукові дослідження, фінанси і ресурсне забезпечення); 2) проектні групи (розробка і реалізація проектів створення й освоєння нових виробів). Матричні структури інтегрують функціональне та проектне управління, передбачають створення тимчасових проектних груп.

Оренда (лат. *arrendare* — позичати на обумовлений термін) — надання майна в тимчасове користування за певну плату. Відносини орендодавця (власника майна або уповноваженого ним) та орендаря (фізичних або юридичних осіб, спільних підприємств, іноземних держав) засвідчуються договором про оренду. Він визначає склад майна з його вартісною оцінкою на момент здачі в оренду; строки оренди; розмір орендної плати; обов'язки сторін щодо ремонту і відновлення орендованого майна; форму оренди (звичайна, з подальшим викупом). Орендна плата складається з амортизаційних відрахувань та частини прибутку (згідно з договором, але не нижче від банківського відсотка).

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

Оферент — юридична особа (автор оферти), що подала пропозицію щодо укладення договору та має право брати участь у торгах.

Оферта (лат. *offertus* — запропонований) — офіційна письмова пропозиція продавця (подана потенційному покупцеві) про продаж партії товару з дотриманням певних умов контракту (угоди). У комерційній практиці розрізняють два види оферти: тверду і вільну. *Тверда оферта* — письмова пропозиція щодо продажу певної партії товару, що надсилається оферентом одному можливому по-

купцеві; *вільна оферта* надається одночасно кільком можливим покупцям.

Офсет — виробничі взаємовідносини, коли продавець зобов'язаний виготовляти товар або скласти готовий виріб на місці збуту (в іноземній державі) чи купувати певні компоненти (деталі та вузли) для даного товару на місці виробництва.

П

Партнерство (франц. *partenaire* — учасник будь-якої спільної діяльності) — юридична форма організації підприємницької діяльності, яка полягає у співробітництві кількох юридичних або фізичних осіб, що беруть участь у діяльності підприємства власним капіталом і особистою працею на основі партнерського договору.

Партнерські зв'язки — система договірних відносин, які встановлюються між підприємцями (партнерами) і дають змогу кожному з них досягти очікуваного результату за рахунок обміну плодами своєї діяльності.

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

Підприємець — самостійний агент ринку, який діє на свій страх і ризик та особисту відповідальність за результати бізнесової діяльності. Підприємець завжди є власником певного капіталу і водночас якоюсь мірою менеджером.

Підприємництво — ініціативна господарсько-фінансова діяльність суб'єктів різних форм власності в рамках чинного законодавства на свій ризик і під власну фінансову та майнову відповідальність. До основних типів підприємництва належать малий бізнес, що ґрунтується на особистій власності або оренді; спільне та корпоративне підприємництво, що базується відповідно на спільній (колективній) та акціонерній власності.

Підприємницький договір — форма волевиявлення сторін стосовно безпосереднього здійснення підприємницької діяльності; він не передбачає (не вимагає) об'єднання підприємців, що домовляються між собою, за певною організаційно-правовою формою.

Підприємницький капітал — усі грошові витрати, які необхідно здійснити для практичної реалізації підприємницького проекту і отримання очікуваного економічного ефекту. Він складається з основного та оборотного капіталу (активів).

Підприємницький ризик — діяльність підприємця, розрахована на позитивний кінцевий результат (одержання максимально можливого прибутку), але з небезпекою частково або повністю втратити не тільки сподіваний зиск, а й власний капітал за несприятливих економічних обставин.

- Повне товариство** — вид господарської організації, усі учасники якої здійснюють спільну підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном.
- Позика** — передання однією стороною (позикодавцем) у власність іншій стороні (одержувачеві позики) грошей або речей на певний строк з оплатою (без оплати) відсотка за користування.
- Посередники** — фізичні або юридичні особи, що представляють на ринку інтереси виробників чи споживачів, не будучи такими. Звичайно на ринках і біржах посередницькі функції виконують переважно брокери та дилери, тобто фізичні або юридичні особи, які здійснюють купівлю-продаж товарів, цінних паперів, валюти, дорогоцінних металів від свого імені та за рахунок власних фінансових коштів, але за дорученням іншої особи (принципала).
- Поточний рахунок** — рахунок у банку юридичної або фізичної особи, що служить для зберігання коштів і здійснення розрахунків.
- Початковий (стартовий) капітал** — капітал, що вкладається в будь-яку власну справу із самого початку практичної реалізації підприємницького проекту або на початковій стадії підприємницької діяльності взагалі.
- Премія за низьку ліквідність** — додатковий дохід, виплачуваний (або передбачений до виплати) інвесторові з метою відшкодування його ризиків, пов'язаних із низькою ліквідністю об'єктів інвестування. Розмір премії залежить від рівня ліквідності інвестицій.
- Премія за ризик** — додатковий дохід (премія), виплачуваний (або передбачений до виплати) інвесторові за той рівень інвестицій, що перевищує неризикований. Розмір цієї премії залежить від рівня ризику і визначається за допомогою моделі «лінії надійності ринку».
- Прибутковість інвестицій** — показник, який характеризує відношення середньорічної суми чистого прибутку (балансового прибутку за мінусом обов'язкових платежів із загальної його суми) до обсягу інвестицій. Він відбиває роль прибутку у формуванні загальної дохідності інвестицій.
- Приватизація** — процес трансформації будь-якої форми власності у приватну. У загальному вигляді її можна розглядати як форму роздержавлення, тобто перетворення державної власності на інші форми привласнення. Головна мета приватизації — передача недостатньо ефективних державних підприємств реальним власникам (господарям), які будуть безпосередньо зацікавлені в підвищенні ефективності своєї підприємницької діяльності. Вирішальне значення в реформуванні власності має так звана велика приватизація державних підприємств (корпоратизація, акціонування, створення холдингових компаній тощо).
- Приватні інвестиції** — вкладення фінансових коштів, здійснюване громадянами (фізичними особами) та фірмами недержавних форм власності.

Принципал — особа, від імені і на користь якої діє агент (брокер, дилер тощо).

Принципи підприємництва — вихідні положення і норми організації підприємницької діяльності. Визначальні принципи підприємництва такі: 1) вільний вибір сфери діяльності, що приносить достатній зиск (прибуток); 2) залучення на добровільних засадах майна і коштів юридичних і фізичних осіб; 3) самостійне формування програми виробничої та інших видів діяльності, вибір постачальників ресурсів і споживачів продукції, встановлення цін на товари і послуги; 4) вільне наймання працівників і оплата їхньої праці без особливих обмежень; 5) вільне розпорядження чистим прибутком; 6) самостійне здійснення підприємцями—юридичними особами зовнішньоекономічної діяльності.

Проектне фінансування — форма партнерських зв'язків у сфері виробництва, за якої: а) одна зі сторін бере на себе зобов'язання фінансувати реалізацію проекту іншого партнера; б) одна сторона, що має власний розроблений проект, пропонує його іншій стороні, реалізує і фінансує. Проте в обох випадках інша сторона має повернути кредит, як правило, у товарній формі (за рахунок частини виробленої продукції після реалізації проекту).

P

Реальні інвестиції — вкладення капіталу в реальні матеріальні і нематеріальні (інноваційного характеру) активи підприємства. Реальними інвестиціями вважають так звані виробничі інвестиції, або прості капітальні вкладення.

Реінвестиції — повторні додаткові вкладення коштів, одержаних як дохід від інвестиційних операцій. Основною метою реінвестицій є одержання підприємницького прибутку, дивіденду або відсотка. Розрізняють реінвестиції фінансові (придбання цінних паперів) і реальні (вкладення в основний і оборотний капітал фірми).

Реновація — економічний процес оновлення елементів основних виробничих фондів, що вибувають внаслідок фізичного (матеріального) спрацьовування та техніко-економічного старіння. Реновація здійснюється заміною ліквідованих елементів основних фондів новими, технічно досконалішими. Витрати на реновацію фінансуються (відшкодовуються) за рахунок амортизаційних відрахувань на повне відновлення основних фондів.

Рентабельність — відносний показник ефективності роботи підприємства. У загальному вигляді він обчислюється як співвідношення прибутку і ресурсів (витрат). Рентабельність має кілька модифікацій. Рентабельність застосовуваних (інвестованих) ресурсів залежно від охоплення елементів останніх може визначатися як ре-

нтабельність виробничих фондів, сукупних активів, власного (акціонерного) капіталу.

Рентабельність товарної (реалізованої) продукції обчислюють як відношення прибутку до повної собівартості загального обсягу відповідної продукції (товарної або реалізованої). Визначають і аналізують також рентабельність певного виробу (відношення прибутку з одиниці виробу до його собівартості).

Рефакція — корекція базисної ціни товару відповідною знижкою, що фіксується у договорі (контракті) як обов'язкова умова.

Реципієнт — фізична або юридична особа чи держава, що отримує будь-які інвестиції та інші інвестиційні ресурси. Термін застосовують щодо країн, окремих суб'єктів господарювання, які залучають іноземних інвесторів.

Ринкова інфраструктура — сукупність різноманітних суб'єктів сфери обігу, яка забезпечує необхідні умови для нормального функціонування ринкової економіки. У ринковій інфраструктурі виокремлюють ринки капіталу, засобів виробництва і праці. Елементами ринку капіталу є фондова біржа, комерційні банки, інвестиційні та інноваційні фонди, брокерські контори, страхові компанії, фонд державного майна, державна комісія з цінних паперів та фондового ринку. Ринок засобів виробництва обслуговують товарні біржі, торговельно-посередницькі фірми, аукціони, ярмарки, державна інспекція з контролю за цінами і стандартами, антимонопольний комітет тощо. Інфраструктуру ринку праці становлять біржа праці, центри і Фонд зайнятості населення, Державний фонд сприяння підприємництву, Пенсійний фонд, фонди милосердя тощо.

С

Санація (оздоровлення) — система заходів для запобігання банкрутству різних підприємницьких структур (підприємств, банків тощо). Вона здійснюється способом: 1) злиття підприємств та інших організаційних утворень, що опинились на грані банкрутства, з більш міцними за фінансовим станом; 2) повної або часткової купівлі акцій державою; випуску нових акцій та облігацій; 3) зменшення відсотка за облігаціями і відстрочки їх погашення; 4) збільшення банківських кредитів і надання урядових субсидій тощо.

Селенг — один із видів позичкових джерел фінансування інвестицій, сутність якого полягає в передачі (делегуванні) власниками (юридичними й фізичними особами) прав щодо користування і розпорядження їхнім майном за певну плату. Таким майном можуть бути будівлі, споруди, устаткування, сировина, матеріали, кошти, цінні папери, а також продукти інтелектуальної праці.

Сертифікат якості — документ, що підтверджує якість товару відповідно до укладеного договору (контракту). Він містить, як правило, такі відомості: опис товару, поійменованого в договорі чи специфікації; місце і дата відвантаження, транспортні реквізити; кількість місць, вага нетто і брутто; дата виготовлення продукції відповідно до маркування на ньому.

Сертифікація продукції — важливий елемент системи управління якістю продукції, що полягає в її оцінюванні з обов'язковим документальним оформленням — видачею сертифіката. В Україні розрізняють обов'язкову і добровільну сертифікацію. Обов'язкова сертифікація здійснюється тільки в межах державної системи управління суб'єктами господарювання, охоплює в усіх випадках перевірку та випробування продукції з метою визначення її якісних характеристик і відповідності вимогам міжнародних стандартів ІСО серії 9000. Добровільна сертифікація може здійснюватись на відповідність продукції вимогам, які не є обов'язковими, з ініціативи самих підприємств. Організаційною основою сертифікації виробів є мережа державних випробувальних центрів із найважливіших видів продукції.

Спільне підприємство — форма співробітництва партнерів, які об'єднують капітал для здійснення спільної виробничої діяльності, управління і розподілу прибутку пропорційно до вкладеного капіталу. Спільне підприємство створюється на основі договору кількома юридичними особами різних держав.

Стартова ціна — початкова ціна, що встановлюється аукціонатором (власником товару) і аукціоністом (організатором). Із цієї ціни розпочинається торг під час проведення аукціону.

Статут підприємства (фірми) — письмовий юридичний документ, який розробляється і затверджується його (її) засновниками та регулює всі сторони діяльності. У статуті наводиться повна характеристика всіх напрямків діяльності підприємства (мета й основні завдання; правова основа діяльності; перелік майна і коштів; взаємовідносини з бюджетом; формування і розподіл прибутку; управління підприємством; реорганізація і припинення діяльності підприємства).

Статутний фонд — сукупність матеріальних ресурсів та коштів, що надається засновником у постійне розпорядження підприємства чи організації. Первісний розмір статутного фонду фіксується у статуті підприємства під час його заснування і використовується як основне джерело власних коштів для формування основних і оборотних фондів. Сума статутного фонду на початок і кінець звітного періоду відображається в пасиві балансу підприємства (організації) і відповідає залишковій вартості основних фондів і мінімальній потребі в оборотних коштах.

Стратегія диференціювання — один із різновидів стратегії зростання фірми через зростання ступеня охоплення ринку. Вона спрямована на встановлення ринкових відносин, за яких фірма поставля-

тиме на ринок товари, привабливіші для споживачів порівняно з продукцією конкурентів. Така стратегія застосовується в разі, коли фірма продукує унікальний товар і завдяки цьому може захопити весь ринок або принаймні більшу його частину.

Стратегія підприємства (фірми) — комплексна програма дій (заходів), яка має забезпечити досягнення її численних цілей у передбачуваному тривалому періоді. Формування стратегії здійснюється у процесі стратегічного планування діяльності підприємства.

Стратегія фокусування — різновид стратегії зростання фірми, в основу якої покладено ідею про об'єктивну сегментацію будь-якого ринку. Кожний сегмент ринку формує специфічні вимоги до продукції, призначеної для реалізації на ньому. Тому підприємець може збільшити частку своєї участі на ринку, якщо забезпечить виробництво продукції відповідно до цих вимог або зуміє зробити це краще, ніж його конкуренти. Стратегія фокусування набуває поширення в бізнесі індивідуальних підприємців, що, як правило, не мають достатніх інвестиційних ресурсів для забезпечення охоплення певного ринку в цілому.

Субвенція — вид грошової допомоги місцевим органам влади з боку держави; на відміну від дотації, спрямовується на фінансування певного заходу і підлягає поверненню в разі порушення цільового використання.

Субсидія (лат. *subsidiium* — допомога, підтримка) — допомога у грошовій формі чи натурою, що надається державою фізичним чи юридичним особам за рахунок коштів державного або місцевих бюджетів.

Т

Тарифна угода — договір між представниками сторін переговорів із питань оплати праці та соціальних гарантій. Тарифні угоди укладаються на трьох рівнях: міжгалузевому (генеральна тарифна угода між Урядом і Федерацією профспілок України); галузевому (галузева тарифна угода); фірмовому (як складова частина колективного договору, тобто угоди між трудовим колективом в особі профспілки та адміністрацією, що регулює переважно трудові відносини: умови праці, продуктивність і оплату праці; підготовку і підвищення кваліфікації персоналу; соціальний захист працівників).

Технопарки — одна з нових форм управління циклом «наука—техніка—виробництво», організаційні утворення, спеціалізовані на розробці нових технологій і видів продукції. Найбільш поширеними можуть бути парки (центри): 1) технологічні (спеціалізовані на впровадженні високих технологій; мають у своєму складі фірми ризикового капіталу); 2) дослідно-конструкторські (при-

кладні науково-дослідні роботи і проектування нових виробів); 3) промислові (базовані на раціональному використанні виробничого потенціалу та об'єктів інфраструктури); 4) грюндерські («стартова» допомога з широким спектром послуг з управління процесами становлення малих і середніх фірм).

Тіньова економіка — функціонування протизаконних (незареєстрованих) підприємств, фірм, окремих виробничих підрозділів, підпільної внутрішньої і міжнародної торгівлі, а також протизаконне проведення грошово-кредитних операцій, здійснення підприємницької діяльності з метою отримання надприбутків, будь-якої матеріальної вигоди, а в деяких випадках — досягнення політичних намірів.

Товариство з додатковою відповідальністю — вид господарської організації, статутний фонд якої розділений на частини, розмір яких визначається установчими документами. Учасники такого товариства відповідають за його борги своїми внесками до статутного фонду, а за недостатності цих сум — додатково майном, що їм належить, в однаковому для всіх учасників розмірі, кратному внеску кожного з них.

Товариство з обмеженою відповідальністю — організація, створювана на основі угоди між юридичними особами та (або) громадянами шляхом об'єднання їхніх внесків задля досягнення загальних цілей. Таке товариство, статутний фонд якого формується лише за рахунок коштів пайовиків, несе відповідальність у межах власного майна, а його учасники — у межах їхніх внесків.

Товарна біржа — організаційне утворення, яке спеціалізується на оптовій торгівлі насамперед масовими товарами, що мають чіткі та стійкі якісні параметри. Оптова купівля-продаж здійснюється без попереднього огляду (лише за зразками і стандартами) і за заздалегідь встановленими розмірами мінімальних партій продукції. Ринкові ціни формуються залежно від фактичного співвідношення попиту і пропонування.

Товарний знак (знак обслуговування) — оригінальна позначка (ім'я, термін, рисунок або їх поєднання), яка має правовий захист і призначена для ідентифікації товарів (послуг). Якщо під товарним знаком надаються послуги, то він називається знаком обслуговування. Товарні знаки розміщуються на самому товарі або його упаковці. Вони використовуються також у рекламі, друкованих виданнях, на офіційних бланках фірм (підприємств, організацій тощо).

Торговельний дім — особлива категорія зовнішньоторговельних фірм, що здійснюють широкий спектр експортно-імпортних операцій, включаючи організацію різнонапрямлених виставок і проведення активної реклами. Торговий дім не відображає конкретної організаційно-правової форми відповідної фірми, а вказує лише на профіль її діяльності. За умови виходу на зовнішній ри-

нок торговельні дома можуть засновувати свої представництва в інших країнах.

Трансферт прибутку — процедура репатріації (повернення на батьківщину) прибутку іноземного інвестора. Остання передбачає обов'язкове створення резервного фонду зі зберіганням його в банку країни, що приймає, фіксацію розміру трансфертного прибутку відповідно до чинних правил валютного регулювання та угод про валютне співробітництво.

У

Управління за контрактом — форма виробничих послуг, сутність якої зводиться до такого: один із підприємців передає іншому «ноу-хау» в галузі управління, а другий забезпечує інвестування; за своєю суттю вона є експортом управлінських послуг, а не капіталу.

Установчий договір — форма договору, що укладається засновниками товариств, спільних підприємств, суб'єктів ринкової інфраструктури. У ньому зазначається, для чого і на яких засадах створюється та чи інша господарська структура; перелічуються засновники з їхніми юридичними адресами; визначається частка кожного з них у статутному фонді, загальна сума останнього тощо.

Ф

Факторинг — фінансова операція, за якої «фактор-фірма» купує у своїх клієнтів їхні вимоги до контрагентів, протягом кількох (звичайно 2—3) днів сплачує переважну більшість цих вимог авансом, а решту — лише після надходження до клієнта рахунку-оплати. До цього можна додати, що «фактор-фірма» надає свої послуги за малий (0,5—1,5) відсоток від суми оплачених рахунків плюс звичайний банківський процент для короткострокових угод.

Фінансова група — об'єднання юридично та економічно самостійних підприємств та організацій різних галузей народного господарства. На відміну від концерну, фінансову групу очолює один чи кілька комерційних банків, які розпоряджаються консолідованим капіталом підприємницьких структур, що входять до неї, та координують усі напрямки їхньої діяльності. У нашій країні успішно функціонує Українська фінансова група, що об'єднує десятки підприємств (організацій) і фактично є

міжгалузевим промислово-торговельним банківським комплексом.

Фінансові інвестиції — використання власного капіталу для купівлі акцій, облігацій та інших цінних паперів, що випускаються підприємствами або державою. Вони є джерелом отримання доходу у вигляді дивідендів (відсотків).

Фірма — загальна назва первинних господарських ланок у ринковій економіці, які у своїй діяльності намагаються досягати комерційних цілей — отримання максимального прибутку.

Фондова біржа — спеціалізований центр із купівлі-продажу цінних паперів.

Форс-мажор — обставини непереборної сили (пожежа, стихійне лихо, війна, економічна блокада, заборона експорту або імпорту), за яких стає неможливим виконання умов угоди (договору, контракту). У договорі обов'язково обумовлюється, що з настанням таких обставин строк виконання договірних зобов'язань відкладається на час їхньої дії. Якщо форс-мажорні обставини триватимуть понад три місяці, то кожна сторона договору має право відмовитися від виконання зобов'язань за ним.

Франчайзинг — у широкому розумінні слова означає надання права на виробництво та (або) збут продукції (реалізацію послуг), а також практичної допомоги у справі організації й управління бізнесом.

Це метод здійснення підприємницької діяльності, за якого достатньо потужна фірма делегує іншому підприємству право використовувати своє ім'я та товарний знак в обмін на зобов'язання виготовляти або продавати її продукцію. За право діяти під торговельною маркою та від імені фірми-франчайзодавця інше підприємство (організація) — франчайзоотримувач має виплачувати певний відсоток від свого доходу.

Функціональні стратегії підприємництва — різновиди стратегії підприємництва залежно від його функціональної діяльності. Базова стратегія фірми спирається на такі функціональні стратегії: 1) маркетингової діяльності; 2) науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок; 3) виробництва; 4) фінансову; 5) екологічну; 6) соціальну.

Функціонально-вартісний аналіз (ФВА) — один із методів прогнозування і забезпечення високого рівня техніко-економічних показників. Метод ФВА охоплює переважно аналітичні прийоми проектування. Він передбачає функціональний аналіз і моделювання альтернативних рішень, визначення витрат за функціями виробу і його конструктивних елементів, вибір оптимального рішення за критерієм співвідношення функцій і витрат на їх реалізацію. Прийоми ФВА доцільно використовувати за всіх видів проектування: функціонального (для вибору

структурної схеми); схематичного (для розробки принципової схеми, складу елементів); конструктивного (для вибору варіанта компонування, конфігурації, розмірів, матеріалів); технічного (для обґрунтування виду заготовки, технологічного процесу та устаткування).

Ф'ючерсна угода — строкова угода на товарних і фондових біржах щодо купівлі-продажу товарів, золота, валюти, цінних паперів тощо за фіксованою в момент її укладання ціною з виконанням такої самої комерційної операції через певний проміжок часу (до 2—3 років).

Х

Хеджування (захист від втрат) — спосіб зменшення підприємницького ризику укладанням ф'ючерсних угод.

Холдинг (англ. holding — володіння, тримання) — різновид акціонерної корпорації (компанії), характерною ознакою якої є володіння контрольним пакетом акцій інших фірм із метою контролю та управління їхньою діяльністю.

Ц

Ціна — грошова вартість уречевлених у товарі затрат праці окремих товаровиробників. Ціна не збігається з вартістю: вона може бути вища від вартості за умови дефіциту товарів певної номенклатури на ринку або нижча від вартості за їх надлишку. Ціна, що відбиває суспільно необхідні затрати уречевленої і живої праці, відіграє роль прогресивного економічного нормативу виробництва товарів для задоволення потреб ринку.

Ціна базисна — попередньо узгоджена ціна між покупцем та продавцем, що є основою для визначення реальної ціни, яка доповнюється знижками і націнками залежно від кон'юнктури ринку, якості та ефективності споживання товару.

Ціна виробництва — сума витрат виробництва та середнього прибутку на весь авансований капітал.

Ціна купівлі-продажу (контрактна) — продажна ціна товару, зазначена в контракті на його поставлення.

Ціна попиту — офіційна згода покупця придбати товар за певною ціною, що відображає кон'юнктуру ринку та необхідність задоволення власних його потреб.

Ціна пропонування — офіційне пропонування продавця (без знижки), зафіксоване в оферті.

Ціна роздрібна — ціна, за якою товари продаються споживачам у роздріб; вона складається з витрат виробництва, прибутку виробничих і збутових організацій, податку на додану вартість.

Ч

Чисті інвестиції — сума валових інвестицій, зменшених на суму амортизаційних відрахувань і призначених для розширеного відтворення основних фондів (активів) фірми.

Чистий приведений дохід — один із важливих показників оцінки ефективності реальних інвестицій; визначається як різниця між приведеним до теперішньої вартості грошовим потоком і сумою інвестованих коштів.

Ю

Юридична особа — суб'єкт цивільного права, що відповідає певним вимогам чинного законодавства. До ознак юридичної особи належать: незалежність функціонування від окремих фізичних осіб, що входять до її складу; наявність власного майна, відокремленого від майна її учасників; право придбавати, користуватись і розпоряджатись власністю; здійснювати від свого імені інші дозволені законодавством дії; право від свого імені вирішувати спірні питання щодо діяльності та конфліктні ситуації в суді та арбітражі; самостійна майнова відповідальність; наявність розрахункового та інших рахунків у банках, самостійного балансу, печатки зі своїм найменуванням, товарного знака (знака обслуговування). Будь-яке підприємство (організація) набуває прав юридичної особи з моменту його (її) державної реєстрації.

*РЕКОМЕНДОВАНИЙ СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ
ДО ВСЬОГО КУРСУ*

1. *Бусыгин А. В.* Предпринимательство. Основной курс: Учебник: В 2 кн. — М.: Интерфакс, 1994.
2. *Варналій З. С.* Тінізація малого підприємництва (економічні та правові аспекти). — К.: Ін-т приват. права і підприємництва АПрН України, 1998.
3. *Гаммерлинг Г. А.* Практический курс предпринимательства. — М., 1997.
4. *Ричман Д. Дж. и др.* Современный бизнес. — М., 1995.
5. *Кадзума Тетеиси.* Вечный дух предпринимательства. Практическая философия бизнесмена. — К., 1992.
6. *Колот В. М., Покропивний С. Ф.* Підприємництво: технологія та стратегія. — К.: КДЕУ, 1995.
7. Курс предпринимательства: Учебник для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, В. А. Швандера. — М.: Финансы, ЮНИТИ, 1997.
8. *Лапуста М. Г.* Малое предпринимательство. — М.: Инфра, 1997.
9. Основы предпринимательства: Учебное пособие. — М.: Луч, 1993.
10. Основы предпринимательства / Под ред. А. С. Пелеха. — М., 1996.
11. *Покропивний С. Ф., Колот В. М.* Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1998.
12. *Савченко В. Е.* Современное предпринимательство. — М.: ОАО «Экономика», 1997.
13. *Сизоненко В.* Підприємництво. — К.: Віктор, 1999.
14. *Тирпак І. В., Тирпак В. І.* Організаційні структури бізнесу: Порядок створення і функціонування. — Тернопіль: Джура, 1998.

ЗМІСТ

Передмова	3
Розділ 1. Навчальна програма.	5
Розділ 2. Навчально-методичне забезпечення вивчення окремих тем	14
<i>Тема 1.</i> Загальна характеристика підприємництва	14
<i>Тема 2.</i> Типологія підприємництва	30
<i>Тема 3.</i> Мале підприємництво в ринковій економіці	35
<i>Тема 4.</i> Технологія створення підприємства (власної справи)	44
<i>Тема 5.</i> Формування підприємницького капіталу	59
<i>Тема 6.</i> Інвестиційна політика фірми	65
<i>Тема 7.</i> Договірні взаємовідносини і партнерські зв'язки в підприємстві	76
<i>Тема 8.</i> Підприємницький успіх і культура бізнесу	83
<i>Тема 9.</i> Аналітичне оцінювання ефективності підприємницької діяльності	91
<i>Тема 10.</i> Шляхи підвищення ефективності підприємництва	105
<i>Тема 11.</i> Тіньова економіка в бізнесі	116
Розділ 3. Критерії оцінювання знань студентів із дисципліни «Підприємництво»	123
Термінологічно-тлумачний словник сфери підприємницької діяльності.	127
Рекомендований список літератури до всього курсу.	158