

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНІЙ УНІВЕРСИТЕТ

ДМИТРИЄВ І.А.
ЛЕВЧЕНКО Я.С.
ШЕВЧЕНКО І.Ю.

ЕКОНОМІКА І БІЗНЕС

навчальний посібник

ХНАДУ
2018

УДК 33

*Рекомендовано до видання рішенням Вченої Ради
Харківського національного автомобільно-дорожнього університету
(Дозвіл № 11/18/6.7 від 28 вересня 2018 р.)*

Р е ц е н з е н т и:

Аванесова Н.Е., професор кафедри фінанси та кредит, д-р екон. наук, доцент, Харківський національний університет будівництва та архітектури;

Іванілов О.С., завідувач кафедрою економіки і підприємництва, д-р екон. наук, професор, Харківський національний автомобільно-дорожній університет;

Попова Н.В., завідувач кафедри маркетингу, д-р екон. наук, професор, Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету;

Щербак В.Г., завідувач кафедри підприємництва та бізнесу, д-р екон. наук, професор, Київський національний університет технологій та дизайну.

Д 53 Дмитрієв І.А. Економіка і бізнес: навчальний посібник / І.А. Дмитрієв, Я.С. Левченко, І.Ю. Шевченко. – Х.: ФОП Бровін О.В., 2018. – 316 с.

ISBN 978-617-7555-87-1

Навчальний посібник «Економіка і бізнес» призначений для забезпечення теоретичної та практичної підготовки бакалаврів економічних спеціальностей і економічної підготовки бакалаврів технічних спеціальностей. Окрім теоретичного матеріалу, навчальний посібник містить теоретичні питання, тестові завдання та перелік рекомендованої літератури й інформаційних ресурсів, що сприяє організації ефективної самостійної роботи студентів.

Навчальний посібник призначений для студентів закладів вищої освіти.

УДК 33

ISBN 978-617-7555-87-1

© Дмитрієв І.А.,
Левченко Я.С.,
Шевченко І.Ю., 2018
© ХНАДУ, 2018

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІКИ І БІЗНЕСУ.....	7
ТЕМА 1. ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	7
1.1 Розвиток економічного мислення як основи зростання підприємницької активності населення.....	7
1.2 Підприємництво і підприємець: сутність і види	8
1.3 Рішення про початок підприємницької діяльності та розробка бізнес-ідеї.....	14
1.4 Започаткування індивідуального підприємництва.....	19
Теоретичні питання.....	22
Тестові завдання	23
Практичні завдання	27
ТЕМА 2. ПІДПРИЄМСТВО ЯК ЕКОНОМІЧНИЙ СУБ'ЄКТ.....	29
2.1 Підприємство: сутність, ознаки, види	29
2.2 Організаційно-правові форми підприємств	37
2.3 Законодавче підґрунтя провадження підприємницької діяльності в Україні	42
Теоретичні питання.....	49
Тестові завдання	51
Практичні завдання	59
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІКИ І БІЗНЕСУ	66
ТЕМА 3. ОРГАНІЗАЦІЯ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	66
3.1 Загальні умови створення підприємства	66
3.2 Статутний фонд підприємства та порядок його формування	67
3.3 Державна реєстрація і статут підприємства	68
3.4 Відповідальність суб'єктів підприємництва	71
Теоретичні питання.....	72
Тестові завдання	73
Практичні завдання	78

ТЕМА 4. БІЗНЕС-ПЛАН І ЙОГО РОЛЬ У СТАНОВЛЕННІ ТА РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА	79
4.1 Об'єктивна необхідність планування підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки	79
4.2 Місце стратегічного планування в системі менеджменту підприємства	82
4.3 Бізнес-план як інструмент планування підприємницької діяльності: сутність, структура, види, функції, етапи розробки.....	89
Теоретичні питання.....	104
Тестові завдання	105
Практичні завдання	108
ТЕМА 5. МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН ЯК СТРУКТУРНИЙ ЕЛЕМЕНТ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	111
5.1 Поняття та характеристика конкурентного середовища підприємства	111
5.2 Стратегічний аналіз конкурентного середовища підприємства	112
5.3 Формування та реалізація стратегії маркетингу в процесі підприємницької діяльності	125
5.4 Сегментація ринку та формування стратегії охоплення ринку	127
5.5 Цінова політика та цінова стратегія підприємства	129
5.6 Комунікаційна політика підприємства	134
Теоретичні питання.....	135
Тестові завдання	136
Практичні завдання	141
ТЕМА 6. ПЛАН ВИРОБНИЦТВА ТА ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН В СТРУКТУРІ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА	144
6.1 Виробнича програма підприємства	144
6.2 Розрахунок потреби підприємства в основних виробничих фондах та обігових коштах	146
6.3 Організаційний план в системі бізнес-планування.....	150
6.4 Кадрове забезпечення підприємства	152

Теоретичні питання.....	154
Тестові завдання	157
Практичні завдання	174
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІКИ І БІЗНЕСУ	176
ТЕМА 7. КОШТОРИС. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН І СТРАТЕГІЯ ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ	176
7.1 Поняття кошторису	176
7.2 Методика складання кошторису на виробництво	177
7.3 Роль і значення фінансового плану у провадженні підприємницької діяльності.	178
7.4 Планування доходів і видатків підприємства	181
7.5 Розробка фінансової стратегії підприємства.	183
7.6 Джерела фінансування бізнесу. Форми та шляхи залучення інвестицій.	184
Теоретичні питання.....	186
Тестові завдання	186
Практичні завдання	194
ТЕМА 8. ОПОДАТКУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА	199
8.1 Поняття і функції податків.....	199
8.2 Система оподаткування. Прямі та непрямі податки ...	200
8.3 Податки та збори, передбачені законодавством України	203
8.4. Первинний облік податку на додану вартість	213
8.5 Види операцій суб'єктів підприємництва, які підлягають оподаткуванню ПДВ.....	216
8.6 Суть податку на прибуток, його елементи.....	222
8.7 Порядок обчислення податку на прибуток.....	225
Теоретичні питання.....	227
Тестові завдання	228
Практичні завдання	235
ГЛОСАРІЙ.....	238
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ.....	284
ДОДАТКИ	296

ПЕРЕДМОВА

Набуття студентами навичок практичної роботи в умовах реформування підприємницьких структур у процесі формалізації ринкових засад господарювання є досить актуальним питанням.

«Економіка і бізнес» як навчальна дисципліна всебічно вивчає аспекти планування і функціонування підприємницької діяльності в умовах турбулентних економічних відносин.

Метою навчальної дисципліни «Економіка і бізнес» є формування у студентів теоретичних знань і практичних навичок з організації та ефективного ведення підприємницької діяльності в умовах трансформації економічного середовища.

Навчальний посібник складається з трьох взаємопов'язаних розділів, у яких авторами послідовно розкриваються теоретичні, організаційні та практичні аспекти економіки і бізнесу в сучасних умовах.

Особливу увагу в навчальному виданні приділено аспектам започаткування власної справи як фізичними, так і юридичними особами: всебічно розкрито зміст і особливості бізнес-планування в умовах трансформації ринкового середовища та економічних відносин. Розглянуто виробничі, кадрові, управлінські, техніко-технологічні, маркетингові питання забезпечення ефективності та конкурентоспроможності суб'єктів підприємництва.

Окремо приділено увагу дослідженню чинної нормативно-правової бази, нормами якої регламентуються аспекти створення, провадження та ліквідації суб'єктів підприємницької діяльності.

Навчальна дисципліна «Економіка і бізнес» має міждисциплінарні зв'язки з такими навчальними дисциплінами як «Економічна теорія», «Основи підприємництва», «Підприємництво і бізнес-культура», «Економіка підприємства», «Планування і контроль на підприємстві», «Менеджмент», «Маркетинг», «Ціноутворення», «Фінанси підприємств», «Підприємницькі комунікації», «Стратегія підприємства».

Навчальним посібник «Економіка і бізнес» призначений для студентів закладів вищої освіти, втім може бути рекомендований для використання науково-педагогічними працівниками, керівниками та працівниками підприємств, підприємцями.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІКИ І БІЗНЕСУ

ТЕМА 1 ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

1.1 Розвиток економічного мислення як основи зростання підприємницької активності населення

Економічне мислення – це явище суб'єктивного порядку, безпосередньо пов'язане з економічним життям суспільства як його органічна частина.

З одного боку, економічне мислення є процесом відтворення людською свідомістю у визначеній логічній послідовності економічних взаємин із відповідними їм економічними законами. З іншого ж – це процес осмислення і переосмислення, засвоєння людьми нагромаджених суспільством економічних знань.

Економічну свідомість при цьому можна розуміти як наслідок відтворення суб'єктами господарювання економічних умов життя у вигляді економічних ідей, поглядів, теорій, концепцій, що визначають суспільну стратифікацію і виражають своє ставлення до економічної діяльності в кожен конкретний історичний момент.

Економічне мислення опосередковане багатьма суспільними факторами, але первинним складовим його об'єктом є економічний. Воно формується під безпосереднім впливом цілого ланцюга елементів економічної структури суспільства.

На ступені зрілості економічного мислення позначається безпосередньо наявна система економічних законів з відповідним механізмом дії і використання. Саме система економічних законів з їхнім об'єктивним характером і суб'єктивним механізмом прояву, як і їхнє пізнання, і свідоме використання в управлінні соціально-економічними процесами, виступає тією глибинною основою, що визначає економічне мислення. Чим повніші знання про економічні закони, у їхній складній суперечливій взаємодії, співвідношенні, тим повноціннішим є економічне мислення.

Економічне мислення, розкрите як економічне пізнання економічного життя, формується подвійно.

З одного боку, його варто аналізувати на рівні формування економічної свідомості теоретичним шляхом, тобто засвоєння, обґрунтування законів і категорій економічної теорії, понять усієї сукупності економічних дисциплін за рахунок різних форм руху економічної інформації (засоби масової пропаганди, різні освітні форми). З іншого боку – на рівні повсякденної свідомості, тобто відтворення економічної структури емпіричним шляхом, із практики економічного життя.

Економічна поведінка – це обумовлена об'єктивними процесами, економічними інтересами та економічним мисленням цілеспрямована діяльність щодо задоволення матеріальних потреб. Економічна поведінка людей є вагомою економічною засадою їх життєдіяльності.

Це не лише економічна, а й історична категорія, що наповнюється якісно новим змістом в кожній соціально-економічній формації і трансформується в майбутній духовній формації економічної поведінки, як і будь-яка економічна категорія, має *дві сторони*:

- 1) матеріально-речовий зміст – робочий час, витрати живої та минулої праці, її продукт;
- 2) соціально-економічну форму – суспільні відносини, в які вступають їх суб'єкти у процесі економічної поведінки.

1.2 Підприємництво і підприємець: сутність і види

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Підприємця як суб'єкта економічної діяльності можна розглядати з трьох точок зору:

- 1) економічної (виконує економічні функції);
- 2) управлінської (реалізовує певні завдання);
- 3) психологічної (є особистістю).

Отже, *підприємець* – це фізична особа, яка виконує особливу економічну функцію шляхом реалізації певних завдань.

Підприємець як економічний агент створює економічні ефекти, зміст яких полягає у:

1) поєднанні економічних факторів: додана вартість створюється шляхом поєднання сировини (матеріалів), робочої сили і капіталу, а інновацією є пошук нових комбінацій цих економічних факторів;

2) забезпеченні ефективності ринкових відносин: ефективність означає оптимальний розподіл ресурсів та максимальне задоволення ними потреб людини;

3) сприйнятті ризику: якщо ми знаємо ймовірність різних подій, тоді невизначеність стає ризиком. Ряд фахівців вважають, що основна функція підприємця – це сприйняття ризику від імені інших людей. Однак, по суті, підприємці надають послугу, коли приймають ризик від інших людей, одночасно купуючи його (сплачуючи за ідеї, новаторські рішення, втілюючи їх у конкретні результати);

4) максимізації інвестиційного доходу;

5) обробленні ринкової інформації: відстеженні інформації, що не використовується іншими. Користуючись такою інформацією, підприємці роблять ринки більш ефективними і отримують винагороду за рахунок створеного доходу.

Підприємець як менеджер бере на себе виконання певних завдань, а саме:

1) управління та володіння організацією: власність належить тим, хто інвестує у бізнес, та власникам його зобов'язань – принципалам, у той час як фактичне управління делегується професійним менеджерам або агентам;

2) заснування нової організації: завдання із поєднання різних елементів організації (працівників, майна, виробничих ресурсів та ін.) в єдине ціле та утворення окремої юридичної особи;

3) залучення інновацій на ринок: завдання підприємця виходить за рамки «просто винайти щось нове». Воно передбачає залучення та використання інновацій на ринку задля донесення їх цінності до споживачів;

4) пошук ринкових можливостей: підприємці повинні постійно аналізувати бізнес-середовище, виявляючи прогалини, залишені існуючими учасниками (включаючи самого себе) на ринку;

5) застосування експертизи: підприємці мають можливість прийняття рішень про розподіл обмежених ресурсів в умовах обмеженої інформації;

6) забезпечення лідерства та виконання функцій менеджера.

Підприємець як особистість має такі риси:

1) видатні здібності;

2) низьку соціальну пристосовуваність: підприємці часто не можуть пристосуватися до вже існуючих та усталених соціальних відносин (вони їх не задовольняють повною мірою), однак змушені працювати в існуючих обмеженнях;

3) особистісні унікальні характеристики: здібності до навчання та розвитку (вирішення складних проблем, інноваційність), темперамент (публічна діяльність та здатність наполегливо виконувати свою роботу), динамізм (висока внутрішня мотивація, здатність пояснювати та доносити до інших мотиви своїх дій);

4) здатність до соціально прогресивного розвитку: вроджені риси (інтелект, креативність, мотивація, амбіції і т.ін.); набуті риси (здатність навчатися та навчати, наставництво, застосування мотивуючої ролевої моделі); соціальні навички (досвід сімейних відносин, культура і т.ін.);

5) когнітивні можливості: особливі здібності підприємця з мислення, просторової орієнтації, розуміння процесів та явищ і їх сприйняття, обчислення, навчання, мовлення тощо.

Тож, *підприємець* – це людина, яка об'єднує фактори виробництва в інноваційний спосіб (як правило, у вигляді нового бізнесу) для створення економічної вартості.

Фундаментальною основою для існування підприємництва є наявність фактора невизначеності, адже, якщо все відомо, необхідність у підприємцях відсутня. Кожна людина на певному етапі життя постає перед вибором: стати підприємцем або звичайним працівником, і цей вибір може змінюватися з часом, оскільки залежить від корисності кожного варіанта. Існує загальне правило: підприємницька діяльність може принести більший прибуток, однак він є більш ризикованим, на відміну від прибутку, отриманого звичайним працівником у компанії. Вибір також залежить від відмінностей між людьми з точки зору їх підприємницького таланту і ставлення до ризику.

Еволюція досліджень у підприємництві привела до того, що сучасна типологія підприємництва є досить різноманітною і має багато класифікаційних ознак. Підприємництво, перш за все, тісно пов'язане із ризиком та інноваціями, і саме цими факторами визначається загальна типологізація підприємців (рис. 1.1).

інноваційність	висока	«Мрійники»	«Справжні підприємці»
	низька	«Інкременталісти»	«Відчайдухи»
		низьке	високе
		сприйняття ризику	

Рис. 1.1. Типологія підприємців по відношенню до ризику та інновацій

Усіх підприємців умовно можна поділити на чотири типи залежно від високого чи низького сприйняття інновацій та ризику. Відповідно справжнім підприємцем є той, хто має високий ступінь інноваційності в діяльності та бере на себе високі ризики.

Відповідно до етапу розвитку підприємництва основними типами підприємців можна вважати:

- народжуваного (стартового) підприємця, що займається питаннями створення нового бізнесу (неzareєстрованого офіційно);
- нового підприємця, який нещодавно офіційно започаткував підприємницьку діяльність та не має жодного досвіду такої роботи;
- звичайного підприємця, що бере участь у повторюваній підприємницькій діяльності і тому вже є досвідченим. Звичайних підприємців поділяють на *два типи*: серійний, який переключається з одного бізнесу на інший, однак володіє тільки одним бізнесом одночасно (не фокусується на одній ідеї, а, реалізувавши її, передає бізнес іншому та переходить до наступної ідеї), та портфельний, що володіє одночасно більш ніж одним бізнесом.

Підприємництво може здійснюватися як у державному, так і в приватному секторі економіки.

Відповідно до цього розрізняють державне та приватне підприємництво. Кожна з цих форм має відмітні ознаки, але основні принципи їх функціонування багато в чому збігаються. І в тому, і в іншому випадку здійснення такої діяльності передбачає ініціативність, відповідальність, інноваційний підхід, прагнення до максимізації прибутку.

Державне підприємництво – це форма підприємництва, в якій прийняття стратегічних рішень щодо досягнення мети і способу підприємницької діяльності належить державі, а використання результатів не має приватного характеру.

Приватне підприємництво – це форма підприємництва, заснована на приватній власності і здійснювана приватними особами у власних інтересах.

Також можна виділити такі види підприємницької діяльності: виробнича, наукова, фінансова, страхова та комерційна.

Виробниче підприємництво – це підприємництво, спрямоване на виготовлення різноманітної продукції, виконання робіт і надання послуг для споживачів. Цей вид підприємництва можна назвати основним, оскільки від нього безпосередньо залежить рівень розвитку економіки і добробут населення країни.

Наукове підприємництво є передвиробничою стадією і реалізується в діяльності венчурних (ризикованих) підприємств.

Венчурні (ризикові) підприємства працюють над втіленням у виробництво нової ідеї або продукту і спеціалізуються на проведенні науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт. Такі підприємства не повертають вкладені в них інвестором кошти і не виплачують відсотки за ними. Однак інвестор отримує права на всі запатентовані і незапатентовані ноу-хау, інновації та засновницький прибуток від діяльності ризикових підприємств у разі їх успіху. Середній дохід на венчурний капітал у розвинених країнах приблизно в два рази перевищує середній дохід промислових компаній. Венчурні підприємства засновуються великими компаніями, банками, страховими фірмами і, таким чином, останні використовують підприємницький талант дрібних бізнесменів, їх енергію і творчу ініціативу, а також частково перекладають на них ризик нововведень.

Комерційне підприємництво передбачає діяльність з купівлі-продажу товарів і послуг. Такою діяльністю займаються, перш за все, торговельні організації і різні посередники.

Підприємницька активність у сфері посередництва дозволяє поєднати у стислі терміни економічні інтереси виробника і споживача. Посередництво, з точки зору виробника, підвищує ступінь ефективності його роботи, оскільки дає можливість зосередити активність тільки на виробництві, передаючи посереднику функції щодо просування товару до споживача. Крім того, включення посередника у відносини між виробником і споживачем істотно скорочує термін оборотності капіталу і підвищує прибутковість виробництва.

Посередники можуть вести підприємницьку діяльність самостійно або виступати на ринку від імені виробників або споживачів. Як посередницькі підприємницькі організації на ринку виступають оптові постачальницько-збутові організації, брокери, дилери, дистриб'ютори, біржі, певною мірою комерційні банки та інші кредитні організації.

Фінансове підприємництво – це діяльність з купівлі-продажу грошей, валюти і цінних паперів. Такою діяльністю займаються комерційні банки, фондові біржі, інвестиційні фонди та ін.

Страхове підприємництво – це діяльність зі страхування ризиків і відшкодування витрат. Цей вид діяльності здійснюють страхові компанії та інші організації.

Підприємці-страховики прекрасно розуміють, що страхові внески, які сплачуються страхувальником, повинні перевищувати суми, що витрачаються страховиком на відшкодування шкоди. Інакше підприємець не отримає ніякого прибутку. Весь розрахунок у страховій справі на те, що ймовірність виникнення нещасних випадків, каліцтв, пожеж, аварій, крадіжок відносно невелика. Отже, більшість страхувальників не матимуть підстав для отримання відшкодування витрат. Гроші, сплачені цими страхувальниками, повністю переходять до підприємця і не повертаються. Ці гроші використовуються і для страхового відшкодування збитку тим, хто постраждав, і як джерело прибутку підприємця. До того ж страхові фірми роблять все можливе, щоб мінімізувати суми, що виділяються ними для компенсації збитку, зазнаного страхувальниками.

Крім того, у всіх розвинених країнах виділяється такий самостійний вид підприємництва, як *консультативний (консалтинг)*. Він охоплює інформаційні, консультативні та маркетингові види послуг.

Найбільш поширеними *організаційними типами підприємництва* сьогодні є:

- стартап – тимчасова організація, створена для пошуку повторюваної, масштабованої і стійкої бізнес-моделі;
- корпоративний венчурінг – діяльність великої компанії із вкладення коштів у невеликі компанії в обмін на частку їх прибутку;
- викуп частки компанії її менеджментом або ззовні;
- франчайзинг – різновид бізнесу, за яким одна сторона (франчайзер) надає іншій стороні (франчайзі) за винагороду на певний строк або без визначення строку право використання у підприємницькій діяльності з продажу власних чи вироблених франчайзером товарів або послуг, свого ноу-хау, організації роботи, технології, найменування, товарної марки тощо;
- спадщина – вся або частина нерухомості/активів особи, які надаються спадкоємцю після того, як людина померла.

1.3 Рішення про початок підприємницької діяльності та розробка бізнес-ідеї

Перш, ніж почати свій бізнес, необхідно провести значну підготовчу роботу, зокрема аналітичну. Потрібно чітко зрозуміти, навіщо потрібно відкрити свою справу і яку мету, які цілі Ви переслідуєте. Усвідомлення цього буде мотивувати, дисциплінувати й направляти Вас у потрібну сторону.

Свій бізнес повинен базуватися на чіткій і ясній бізнес-ідеї. Для цього необхідно скласти грамотний *бізнес-план*. Ви повинні на даному етапі окреслити для себе коло можливих партнерів по бізнесу і визначитися з майбутньою формою власності.

Давайте, власне кажучи, розберемося, навіщо починати свій бізнес і відкривати свою справу? Які мотиви переслідують при цьому люди і що вони чекають від свого власного бізнесу?

Спочатку з'ясуємо основні причини ухвалення рішення про відкриття своєї справи.

До найпоширеніших *причин, що лежать в основі ухвалення рішення про початок власного бізнесу*, належать:

- невдоволення поточною роботою (роботодавцем), недостатній на Ваш погляд рівень заробітної плати, бажання досягти чогось більшого, ніж просто одержувати фіксовану зарплату за 8-годинний робочий день. Сюди ж можна віднести і особисті амбіції, Ви усвідомлюєте, що, тільки почавши свій бізнес, зможете себе реалізувати;

- відсутність роботи як такої, а, отже, і достатніх засобів до існування. Додати сюди, наприклад, наявність дружини й двох дітей, яких потрібно нагодувати, або іпотечний кредит, що висить на шії. Питання в такому випадку може стати ребром, свій бізнес – це єдиний шанс нормального існування для Вас і Вашої родини. Це, до речі, є одним із самих серйозних спонукальних мотивів для початку своєї справи;

- у Вас дозріла гарна бізнес-ідея для відкриття свого власного бізнесу, і Ви розумієте, що саме час її реалізувати. Втративши цей шанс зараз, потім буде набагато складніше реалізувати його, оскільки конкуренти можуть зайняти Вашу нішу;

- відчуваєте потребу у незалежності, свободі. Ви хочете повністю, самі керувати своїм часом й одноосібно приймати рішення, що і коли Вам робити. Ви не хочете в когось відпрошуватися в поліклініку, вислуховувати моралі із приводу запізнення на роботу, одним словом, залежати жодним від роботодавця.

Важливо зрозуміти, навіщо Ви вирішили відкрити свою справу, і яку мету при цьому переслідуєте. Усвідомлення цих причин поряд зі спонукальними мотивами і допоможе вам почати свій бізнес.

З'ясуємо основні *позитивні моменти свого бізнесу*, які впливають із названих вище причин:

- Ви одержуєте більшу свободу й незалежність, можливість самому керувати своїм часом;

- у Вас є більше шансів реалізувати себе й свої особисті амбіції;

- рівень Вашого доходу необмежений і буде залежати повністю від вас.

Однак відзначимо, що свій бізнес – це не тільки свобода і задоволення, врахуйте наступні моменти:

- свій бізнес найчастіше несе в собі спочатку проблеми, витрати, а лише потім – доходи, свободу, незалежність і все інше. Необхідно завзято працювати, приділяючи майже всю увагу своїй справі, адже бізнес на початковому етапі вкрай нестабільний і схильний до банкрутства;

- якщо у Вас буде свій бізнес, то Вам завжди буде не вистачати грошей, скільки б Ви не заробляли. З роботою найманого працівника справа простіша. Найманий працівник живе «на одну зарплату» (скільки заплатить роботодавець, на таку суму здебільшого звикає жити). Своя ж справа вимагає постійного вдосконалення й розширення, а також постійних вливань засобів. У Вас будуть обов'язкові витрати, платежі, а головне – бажання заробляти ще більше;

- успіх своєї справи тепер буде залежати тільки від Вас. Якщо трапляться невдачі, звинуватити в цьому Ви зможете тільки себе. Тому в жодному разі не лініуйтеся, робіть все можливе для успіху свого бізнесу.

Оснoву для започаткування власної справи складає підприємницька ідея (бізнес-ідея).

Підприємницька ідея (бізнес-ідея) – це конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення.

Окремими елементами такого цілісного знання є:

- відмова від попереднього виду занять, професії тощо;
- прагнення стати власником, передусім власником підприємства (а отже відмова від праці на інших осіб);
- прагнення постійно збільшувати своє багатство шляхом створення товарів і послуг, необхідних для суспільства;
- прагнення в такий спосіб реалізувати свою мету, домогтися визнання у суспільстві й навіть впливу на політику;
- чітке усвідомлення шляхів отримання ресурсів для створення власного підприємства або труднощів при його створенні за наявності власних нагромаджень;
- знання певного виду підприємницької діяльності, шляхів створення підприємства у відповідній сфері чи галузі народного господарства;

- вміння вибрати оптимальну організаційну та організаційно-правову форму його існування;

- знання можливих ризиків, які очікують діяльність підприємства та вміння управляти ними, нейтралізувати найгірші негативні сторони;

- вміння організувати облік на підприємстві та знання основ такого обліку,

- знання зовнішніх чинників, які впливають на підприємницьку діяльність, чинного законодавства, форм та засобів економічної політики, конкуренції з боку іноземних товаровиробників.

Конкретним виявом підприємницької ідеї є ідея створення нового товару або послуги.

Новий товар – це товар, який принципово відрізняється від наявних на ринку товарів або має серйозні якісні вдосконалення порівняно з товарами-аналогами щодо споживчих якостей, дизайну, форми тощо.

Джерелами ідеї підприємницької діяльності (в тому числі ідеї нового товару або послуги) є:

- отримані знання у середній школі та вищому закладі освіти при вивченні економічних дисциплін;

- досвід у цій сфері батьків, родичів і знайомих;

- інформація, отримана із засобів масової інформації (радіо, телебачення, газет, журналів тощо);

- думка споживачів про доцільність мати нові товари, отримувати нові послуги;

- ідеї науковців, які проводять теоретичні та прикладні дослідження;

- відвідування ярмарків і виставок передового досвіду;

- побажання працівників торгівлі, системи збуту, осіб, зайнятих рекламою;

- думки потенційних конкурентів, публікації у професіональних виданнях, в тому числі про наявні патенти та ліцензії;

- знання основних способів підтримки державою підприємницької діяльності, якими хотів би скористатися майбутній підприємець.

Усвідомлення ідеї підприємницької діяльності передбачає знання певного виду такої діяльності, шляхів створення підприємства тощо.

Перш ніж здійснити свій вибір, потенційний підприємець повинен дотримуватися таких *принципів*:

1) мінімальні обсяги фінансових ресурсів для створення підприємства;

2) якомога швидше отримання очікуваного результату;

3) незначні ризики при створенні та функціонуванні підприємства;

4) максимально сприятливі умови матеріально-технічного постачання;

5) найпростіші способи поліпшення умов збуту продукції, реалізації максимальної кількості товарів і послуг;

6) отримання підтримки від держави, передусім у перші роки існування підприємства;

7) максимальна відповідність здійснення підприємницької діяльності здібностям підприємця і реалізації його мети.

Існують кілька методів для вироблення і тестування бізнес-ідеї. Здатність трансформації бізнес-ідеї в життєздатний бізнес має бути підкріплена здійсненням бізнес-планом.

Бізнес-ідея, подана в потрібний час, коли очікується наростання попиту на згадані в бізнес-ідеї товари або послуги, може призвести до створення високоприбуткового бізнесу.

Існують бізнес-ідеї, які спрямовані на створення товарів чи послуг, на які в даний час немає попиту взагалі. Такі інноваційні бізнес-ідеї спрямовані на формування попиту, шляхом пропозиції ринку абсолютно нових товарів або послуг.

Бізнес-ідей та джерел їх виникнення безліч, проте якість і своєчасність їх реалізації визначають невдачу або успіх. Як правило, успішні бізнес-ідеї генеруються або експертами в галузі бізнес-ідей, або новачками, які прийшли з інших галузей і не обтяженими штампами і традиціями галузі бізнес-ідеї.

Для генерації бізнес-ідей може бути корисним проведення структурного аналізу діючих галузей, ринків, бізнес-моделей, бізнес-процесів. Як правило пишуться аналітичні записки, проводяться SWOT-аналіз, варіанти PEST-аналізу, Аналіз п'яти сил Портера. Часто використовується методика мозкового штурму.

1.4 Започаткування індивідуального підприємництва

Після прийняття рішення про початок власної справи та розробки бізнес-ідеї, першим офіційним (з точки зору законодавства) кроком в організації власного бізнесу є реєстрація підприємця у відповідних органах влади. Цей процес має свої особливості в залежності від обраної організаційно-правової форми та сфери ведення підприємницької діяльності.

Про основні організаційно-правові форми підприємництва в Україні детальніше йтиметься в наступних питаннях.

Розглянемо алгоритм реєстрації *фізичної особи-підприємця (ФОП)* в Україні згідно чинного законодавства.

Розглянемо для прикладу цю організаційно-правову форму, оскільки саме її найчастіше обирає для започаткування власної справи вперше основна маса підприємців.

Статус фізичної особи-підприємця – це юридичний статус, який засвідчує право особи на заняття підприємницькою діяльністю. При цьому, юридичний статус «фізична особа-підприємець» сам по собі не впливає і ніяким чином не обмежує будь-які правомочності особи, які випливають з її цивільної право- та дієздатності.

1. *Перший етап реєстрації ФОП.* Визначення видів економічної діяльності (КВЕД) та підготовка реєстраційних документів для реєстрації ФОП.

Порядок дій на першому етапі реєстрації:

- 1) заповнюється реєстраційна картка форми № 10 (додаток А). Фізична особа повинна поставити підпис на кожній сторінці;
- 2) фізична особа (майбутній підприємець) повинен підписати довіреність завірену нотаріально, якщо реєстрацією ФОП буде займатися представник.

2. *Другий етап реєстрації ФОП.* Подача комплексу документів для реєстрації ФОП.

Для реєстрації ФОП необхідно подати документи державному реєстратору:

- 1) заповнена реєстраційна картка форми № 10;
- 2) копія паспорта та ідентифікаційного коду майбутнього підприємця;
- 3) підтвердження сплати держмита за реєстрацію ФОП (квитанція);

4) довіреність (фотокопія довіреності посвідчена нотаріусом, якщо реєстрацією ФОП буде займатися представник).

Після проведення Державним реєстратором процедури Державної реєстрації ФОП, державним реєстратором на 3-6 робочий день видається Виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб підприємців (з 17 грудня 2012 року запроваджено Єдиний документ, який підтверджує взяття на облік юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, раніше видавалось свідоцтво про державну реєстрацію Фізичної особи-підприємця).

3. *Третій етап реєстрації ФОП.* Подача комплексу документів на отримання печатки ФОП.

Для отримання печатки новоствореному ФОП необхідні наступні документи:

1) копія Виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб підприємців;

2) копія довіреності (якщо реєстрацією ФОП буде займатися представник);

3) клопотання на отримання печатки;

4) ескіз печатки. Печатку для ФОП можливо зробити у строки від трьох годин до одного дня.

4. *Четвертий етап реєстрації ФОП.* Відкриття поточного рахунку в установі банку.

Для відкриття поточного рахунку новоствореному ФОП необхідні наступні документи:

1) копія Виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб підприємців;

2) копія паспорта та ідентифікаційного коду ФОП;

3) банківські картки ФОП підписує безпосередньо в установі банку (банківські картки нотаріально посвідчувати не потрібно);

4) заява про відкриття поточного рахунку.

5. *П'ятий етап реєстрації ФОП.* Взяття на облік ФОП, вибір системи оподаткування та подача документів в податкові органи.

Взяття на облік Фізичної особи-підприємця здійснюється місцевими податковими органами на протязі 3 днів з дня надходження відомостей з Єдиного державного реєстру

юридичних осіб та фізичних осіб підприємців після проведення державної реєстрації ФОП (в автоматичному режимі). Інформація про взяття на облік платника податків буде відображена у Виписці з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб підприємців.

Для реєстрації ФОП на загальну систему оподаткування подаються наступні документи:

- 1) заповнена, підписана ФОП та завірена печаткою ФОП (за її наявностію), заява 5-ОПП;
- 2) копія паспорта та ідентифікаційного коду ФОП;
- 3) копія Виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців;
- 4) довіреність (фотокопія довіреності посвідчена нотаріусом, якщо реєстрацією ФОП буде займатися представник).

Для реєстрації ФОП на спрощену систему оподаткування необхідно подати наступні документи:

- 1) заява про сплату Єдиного податку – в 2-х екземплярах;
- 2) Книга обліку доходів;
- 3) заява на реєстрацію книги обліку доходів – в 2-х екземплярах;
- 4) копія паспорта та ідентифікаційного коду ФОП;
- 5) копія Виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб підприємців;
- 6) довіреність (фотокопія довіреності посвідчена нотаріусом, якщо реєстрацією ФОП буде займатися представник).

Строк видачі свідоцтва – 5 робочих днів.

Для реєстрації ФОП як платника ПДВ необхідно подати наступні документи:

- 1) заповнена заява 1-ПДВ – в 2-х екземплярах;
- 2) виписка з банку (оригінал) про рух коштів по рахунку;
- 3) копія паспорта та ідентифікаційного коду ФОП;
- 4) копія Виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб підприємців;
- 5) акти виконаних робіт та договори;
- 6) довіреність (фотокопія довіреності посвідчена нотаріусом, якщо реєстрацією ФОП буде займатися представник).

6. *Шостий етап реєстрації ФОП.* Реєстрація ФОП в Центрі зайнятості.

При наявності найманих працівників для реєстрації ФОП в Центрі зайнятості необхідно подати наступні документи:

- 1) копію Виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб підприємців;
- 2) довіреність (фотокопія ФОП буде займатися представник);
- 3) договори з найманими працівниками.

7. *Сьомий етап реєстрації ФОП.* Реєстрація ФОП в Пенсійному фонді та фондах соціального страхування.

Пенсійний фонд та фонди соціального страхування реєструють ФОП протягом 3 днів з дня надходження відомостей з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб підприємців після проведення державної реєстрації ФОП. Інформація про взяття на облік у Пенсійному фонді буде відображена у Виписці з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб підприємців.

При наявності найманих працівників у Пенсійний фонд потрібно надати копії договорів з найманими працівниками, після чого Пенсійний фонд відправляє інформацію (в автоматичному режимі) у фонди соціального страхування.

Теоретичні питання:

1. Що таке «економічне мислення»?
2. Розкрийте сутність категорії «економічна свідомість».
3. Надайте сутнісно-структурну характеристику категорії «економічна поведінка».
4. Дайте визначення підприємництву.
5. Які види підприємництва Ви знаєте?
6. Назвіть і охарактеризуйте найпоширеніші організаційні типи підприємництва.
7. Хто такий «підприємець»?
8. Які типи підприємців Вам відомі?
9. Що таке «бізнес»?
10. У чому полягає спільне та відмінне категорій «бізнес» і «підприємництво»?
11. На Вашу думку, навіщо відкривати власну справу?

12. Які мотиви найчастіше переслідують люди і що вони чекають від власного бізнесу?

13. Якими є основні причини ухвалення рішення про відкриття власної справи?

14. Якими є переваги та недоліки відкриття власної справи (у порівнянні зі звичайною трудовою діяльністю у якості найманого працівника)?

15. Що таке «бізнес-ідея»?

16. Що може бути джерелом бізнес-ідеї?

17. Що таке «новий товар»?

18. Що таке «бізнес-план» та з якою метою його розробляють?

19. Що таке «статус фізичної особи-підприємця» (ФОП) ?

20. Якою є процедура реєстрації фізичної особи-підприємця (ФОП) в Україні згідно чинного законодавства?

Тестові завдання:

1. Економічне мислення – це ...

- а) явище суб'єктивного порядку, безпосередньо пов'язане з економічним життям суспільства як його органічна частина;
- б) процес відтворення людською свідомістю, у визначеній логічній послідовності, економічних взаємин із відповідними їм економічними законами;
- в) процес осмислення і переосмислення, засвоєння людьми нагромаджених суспільством економічних знань;
- г) діяльність щодо задоволення матеріальних потреб.

2. Економічна поведінка – це ...

- а) обумовлена об'єктивними процесами, економічними інтересами та економічним мисленням цілеспрямована діяльність щодо задоволення матеріальних потреб;
- б) явище суб'єктивного порядку, безпосередньо пов'язане з економічним життям суспільства як його органічна частина;
- в) вагома економічна засада життєдіяльності;
- г) поведінка в межах законодавства.

3. Підприємництво – це ...

- а) самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку;
- б) тип господарської поведінки підприємців з організації розробок виробництва і реалізації благ з метою отримання прибутку і соціального ефекту;
- в) діяльність, яку здійснюють приватні особи або організації для здобутку природних благ, виробництва або надання послуг в обмін на інші товари, послуги, гроші, яка веде до взаємної вигоди зацікавлених осіб, організацій;
- г) усі відповіді вірні.

4. За ступенем пріоритетності виділяють такі види цілей підприємницької діяльності:

- а) стратегічні;
- б) тактичні;
- в) проміжні;
- г) кінцеві.

5. За строком досягнення виділяють такі види цілей підприємницької діяльності:

- а) стратегічні;
- б) тактичні;
- в) проміжні;
- г) кінцеві.

6. Генерування та реалізація новітніх комерційних ідей – це ...

- а) інноваційна функція підприємництва;
- б) ресурсна функція підприємництва;
- в) організаційна функція підприємництва;
- г) стимулювальна функція підприємництва.

7. Формування мотиваційного механізму ефективної та корисної праці – це ...

- а) інноваційна функція підприємництва;
- б) ресурсна функція підприємництва;
- в) організаційна функція підприємництва;
- г) стимулювальна функція підприємництва.

8. Мобілізація матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних ресурсів – це ...

- а) інноваційна функція підприємництва;
- б) ресурсна функція підприємництва;
- в) організаційна функція підприємництва;
- г) стимулювальна функція підприємництва.

9. Суб'єктами підприємницької діяльності в Україні можуть бути:

- а) громадяни України, інших держав, особи без громадянства, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності;
- б) юридичні особи всіх форм власності;
- в) об'єднання юридичних осіб, що здійснюють діяльність в Україні на умовах угоди про розподіл продукції;
- г) усі відповіді вірні.

10. Купівля-продаж товарів для їх подальшого перепродажу за вищою ціною є ...

- а) виробничим підприємництвом;
- б) комерційним підприємництвом;
- в) фінансовим підприємництвом;
- г) усі відповіді вірні.

11. Купівля-продаж національної та іноземної валюти, цінних паперів є ...

- а) виробничим підприємництвом;
- б) комерційним підприємництвом;
- в) фінансовим підприємництвом;
- г) усі відповіді вірні.

12. Підтримка розвитку підприємництва на державному та регіональному рівнях є ознакою ...

- а) несприятливого підприємницького середовища;
- б) частково сприятливого підприємницького середовища;
- в) сприятливого підприємницького середовища;
- г) усі відповіді вірні.

13. Соціальна напруженість у суспільстві є ознакою ...

- а) несприятливого підприємницького середовища;

- б) частково сприятливого підприємницького середовища;
- в) сприятливого підприємницького середовища;
- г) усі відповіді вірні.

14. Переважне вкладення капіталу в ті види діяльності, які характеризуються швидким оборотом коштів, є ознакою ...

- а) несприятливого підприємницького середовища;
- б) частково сприятливого підприємницького середовища;
- в) сприятливого підприємницького середовища;
- г) усі відповіді вірні.

15. Нерівноправні умови функціонування державного та приватного секторів економічної системи є ознакою ...

- а) несприятливого підприємницького середовища;
- б) частково сприятливого підприємницького середовища;
- в) сприятливого підприємницького середовища;
- г) усі відповіді вірні.

16. До найпоширеніших причин, що лежать в основі ухвалення рішення про початок власного бізнесу, належать:

- а) невдоволення поточною роботою (роботодавцем), недостатній рівень заробітної плати, бажання досягти чогось більшого;
- б) гарна бізнес-ідея для відкриття власної справи;
- в) потреба у незалежності, свободі;
- г) наявність вільних фінансових та матеріальних засобів.

17. Що є основними позитивними моментами власного бізнесу:

- а) більше свободи й незалежності;
- б) можливість отримання «тіньових» прибутків;
- в) можливість самому керувати своїм часом;
- г) більше шансів реалізувати себе й свої особисті амбіції.

18. Що є основою для започаткування власної справи?

- а) стартовий капітал;
- б) підприємницька ідея (бізнес-ідея);
- в) підтримка родичів;
- г) прагнення збагачення.

19. Конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети, шляхів та засобів її досягнення – це ...:

- а) вища освіта;
- б) підприємницька ідея;
- в) ініціатива;
- г) вагома економічна засада життєдіяльності.

20. Що є першим офіційним (з точки зору законодавства) кроком в організації власного бізнесу?

- а) підприємницька ідея;
- б) наявність основних виробничих фондів;
- в) наявність стартового капіталу;
- г) реєстрація у відповідних органах влади.

Практичні завдання:

Завдання 1. Уявіть, що Ви хочете започаткувати власну справу. Надайте чіткі відповіді на такі питання:

1. Який саме товар (або послугу) Ви запропонуєте покупцям (детальний опис продукції або послуги, основні споживчі характеристики: розмір, вага, термін користування, естетичність, дизайн)?

2. Які потреби покликаний задовольняти Ваш товар?

3. У чому особливість Вашого товару, чому споживачі відрізнятимуть його від товарів Ваших конкурентів і віддаватимуть йому перевагу?

Завдання 2. Досвід показує, що невдача значної кількості бізнес-проектів пов'язана із недостатнім вивченням ринку та переоцінкою його місткості. Не визначивши місце майбутнього товару на ринку, можна витратити багато коштів, однак товар залишиться на складах, а послуга небажаною.

Отже, в даному завданні необхідно визначити:

1. Хто буде покупцем Вашого товару? Чому він вибере саме Ваш товар (за вищу, ніж у конкурента якість, за більш низьку ціну, за післяпродажне обслуговування та ін.)?

2. Який обсяг Вашого товару може спожити ринок?

Слід зазначити, що в даному і в наступних розділах, роблячи прогноз або оцінюючи існуючу ситуацію, необхідно користуватися достовірними джерелами інформації, посилення на які мають бути відображені у бізнес-плані.

Обсяг продажів необхідно прогнозувати в двох напрямках.

З одного боку, необхідно виділити сегмент ринку, на який Ви поставлятимете свій товар, вік потенційних покупців, їх чисельність, середнє споживання Вашого товару окремою фізичною особою, кількість оптових покупців-посередників і приблизний обсяг їх продажів. Оцінка обсягів власного продажу визначається як 2-5 % (у деяких випадках до 10 %) від отриманої кількості потенційних продажів.

З іншого боку, визначившись із переліком устаткування, обсяг продажів продукції визначається як 20-40 % від його потужності (максимально можливого обсягу виробництва).

Порівнюючи дві отримані оцінки, обсяг запланованих продажів приводиться до єдиного числа. Якщо два числа дуже відрізняються один від одного, необхідно відкоригувати обрані відсотки. Дуже важливо до оцінки ринку збуту ставитися песимістично і занижувати обсяг продажів. Це дозволить реалістичніше скласти бізнес-план. Отриманий обсяг виробництва з кожним роком може поступово збільшуватися в міру розвитку підприємства.

ТЕМА 2

ПІДПРИЄМСТВО ЯК ЕКОНОМІЧНИЙ СУБ'ЄКТ

2.1 Підприємство: сутність, ознаки, види

У сучасних умовах основним суб'єктом економічних відносин є підприємство.

Підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних і особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної та іншої господарської діяльності.

Для підприємства як економічного суб'єкта є характерними такі основні *ознаки*:

- виробничо-технічна єдність (спільність продукції, що виготовляється, процесів її виробництва, певний склад виробничих фондів, єдина технічна політика, спільність допоміжного і обслуговуючого господарства);

- організаційно-соціальна єдність (наявність єдиного трудового колективу, керівника та адміністрації підприємства, наділення підприємства правами і реквізитами юридичної особи);

- фінансово-економічна самостійність (можливість самостійно визначити напрями економічного розвитку, склад, обсяги продукції, що випускається, напрями розподілу прибутку підприємства, форми і розміри матеріального стимулювання, спільність системи планування та обліку).

Повний перелік ознак підприємства наведено на рис. 2.1.

У світовій практиці досить усталеною є *класифікація підприємств* (табл. 2.1), яка передбачає виокремлення видів економічних суб'єктів за такими класифікаційними ознаками: «мета діяльності», «правове положення», «належність капіталу і контролю», «сфера діяльності», «вид та характер господарської діяльності», «технологічна (територіальна) цілісність і ступінь підпорядкування», «розмір (за певними критеріями)», «форма власності».

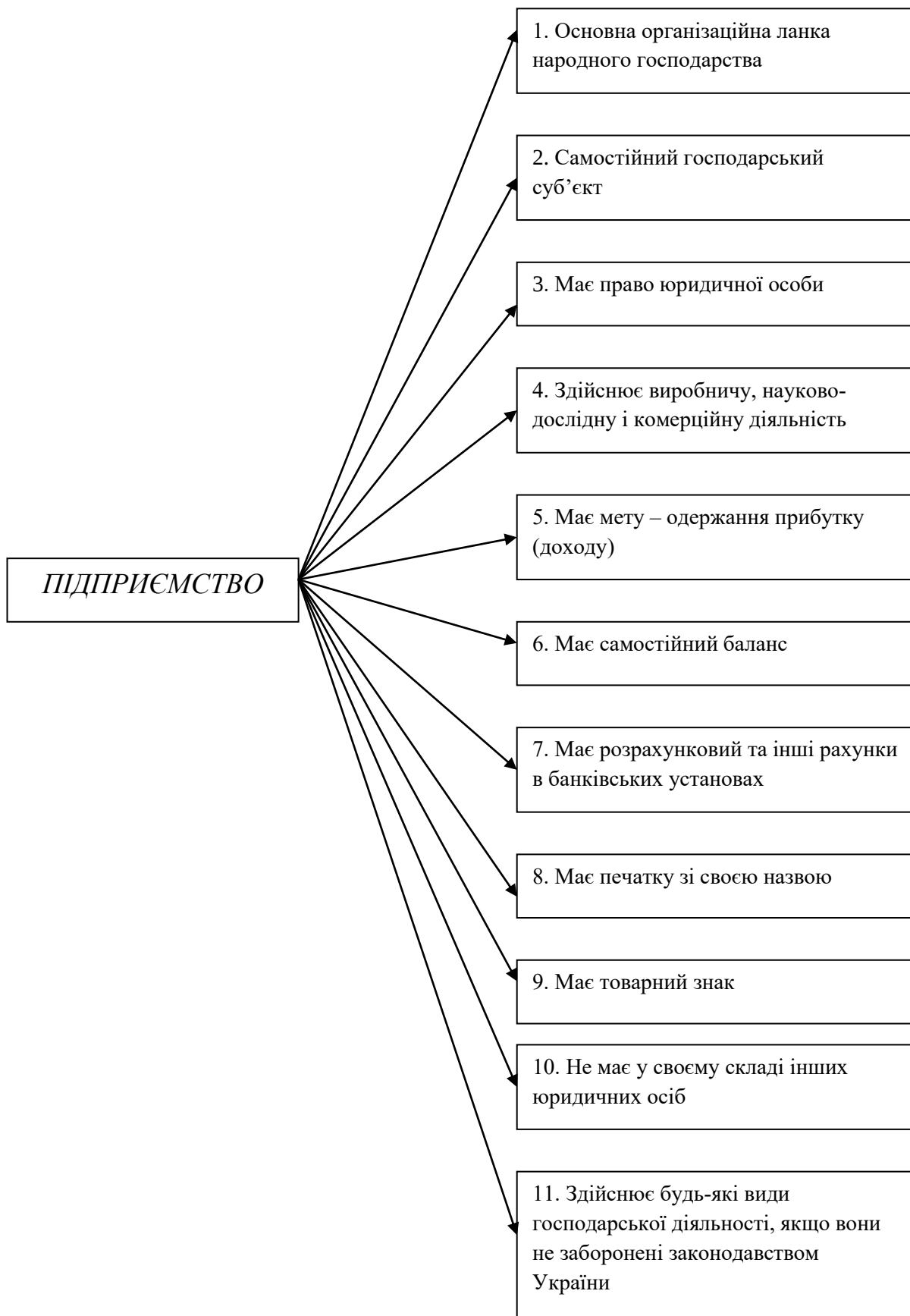


Рис. 2.1. Ознаки підприємства як економічного суб'єкта

Таблиця 2.1

Міжнародна класифікація підприємств

<i>Класифікаційні ознаки</i>	<i>Види підприємств</i>
Мета діяльності	– комерційні; – некомерційні.
Правове положення	– одноосібне володіння; – товариство; – об'єднання підприємств.
Належність капіталу і контролю	– національні; – іноземні; – з іноземними інвестиціями; – спільні; – багатонаціональні.
Сфера діяльності	– міжнародні; – транснаціональні; – офшорні.
Вид та характер господарської діяльності	– промислові; – торговельні; – сільськогосподарські; – будівельні; – транспортні; – фінансово-кредитні; – страхові; – туристичні; – консалтингові; – інші.
Технологічна (територіальна) цілісність і ступінь підпорядкування	– головні (материнські); – дочірні; – філії.
Розмір підприємства (за певними критеріями)	– мікро-; – малі; – середні; – великі.
Форма власності	– індивідуальне; – сімейне; – приватне; – державне; – колективне; – комунальне; – змішане.

Розглянемо більш детально види підприємств за класифікаційними ознаками «мета діяльності», «правове положення», «розмір» і «форма власності».

Комерційна організація – це юридична особа, основна мета якої – одержання прибутку і його розподіл між засновниками.

Комерційними організаціями є: господарські товариства; виробничі кооперативи; державні чи муніципальні унітарні підприємства.

Некомерційна організація – це юридична особа, для якої одержання прибутку і його розподіл між засновниками не ставиться за основу мету, а одержуваний прибуток використовується для саморозвитку та досягнення статутних цілей організації.

До *некомерційних організацій* належать: споживчі кооперативи; релігійні організації; благодійні та інші фонди; громадські організації; асоціації і союзи, утворенні комерційними і некомерційними організаціями; установи, що цілком самофінансуються.

Одноосібне володіння (індивідуальна приватна фірма) – це фірма, яка належить одній особі. В ній можуть працювати наймані працівники.

Переваги одноосібного володіння: легкість заснування та ліквідації; особистий контроль за фірмою, повна свобода дії та рішень; можливість одержувати задоволення, працюючи на самого себе; податкові пільги; конфіденційність (плани, звіти, стратегії, клієнтура, ноу-хау та ін.); можливість індивідуально присвоювати увесь прибуток.

Недоліки одноосібного володіння: необмежена відповідальність власника; обмеженість фінансових ресурсів; труднощі при спробі одержати кредит під низькі відсотки; недостатність менеджерських здібностей, кваліфікацій, практичних навичок; строк функціонування одноосібного володіння залежить від волі, рішення однієї особи (власника) або тривалості його життя.

Товариство (партнерство) – це узаконене добровільне об'єднання двох або більш осіб, які виступають як співвласники фірми та здійснюють управління нею з метою одержання прибутку.

Переваги товариства: простота створення; можливість об'єднати практичні навички і здібності, матеріальні ресурси для ведення спільного бізнесу; розширення джерел фінансування і кредитування; право юридичної особи; можливість розгорнути більш перспективну справу; податкові пільги; можливість продовжувати бізнес незалежно від зміни власників.

Недоліки товариства: необмежена відповідальність головних партнерів (засновників); імовірність особистих конфліктів між партнерами (членами фірми); недостатньо чітке розмежування відповідальності партнерів в управлінні; потенційна загроза конкуренції між найнятими робітниками за статус партнера.

Об'єднання підприємств здійснюється, як правило, на добровільних засадах та передбачає об'єднання виробничої, комерційної або іншої діяльності.

Переваги об'єднання підприємств: розширення капіталу, матеріальної бази, джерел постачання сировини, матеріалів або готової продукції; можливість зниження витрат виробництва; підвищення конкурентоспроможності; одержання «менеджерського таланту» іншого підприємства; розширення ринку; зниження ступеня господарського ризику; можливості більш раціональних капіталовкладень; об'єднання фінансових ресурсів на науково-дослідні роботи та подальший розвиток; можливості більш раціонального продажу та розподілу продукції; придбання цінних промислових ноу-хау, репутації торгової марки іншого підприємства.

Недоліки об'єднання підприємств: втрата гнучкості; ускладнення організаційної структури; можливості втрати торгової марки, назви підприємства, репутації, клієнтури, виробничих секретів; імовірність конфліктів та суперечностей у внутрішній структурі створюваного об'єднання; можливості тимчасового припинення виробничого процесу.

Організаційно-економічними формами об'єднань підприємств можуть бути: асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, картелі, синдикати, трести, холдинги, фінансово-промислові групи.

Асоціації – це найпростіша форма договірної об'єднання підприємств з метою постійної координації господарської діяльності. Асоціації не мають права втручатись у виробничу і комерційно-фінансову діяльність своїх членів.

Корпорації – це договірні об'єднання господарюючих суб'єктів на основі інтеграції їх науково-технічних, виробничих та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників.

Консорціуми – це тимчасові статутні об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення загальної мети (наприклад, здійснення спільного інвестиційного проекту). Учасниками консорціуму можуть бути державні і приватні фірми, а також держави.

Концерни – це форма статутних об'єднань підприємств (фірм), що характеризується єдністю власності і контролю. Об'єднання відбувається найчастіше за принципом диверсифікації, коли один концерн інтегрує підприємства (фірми) різних галузей економіки (промисловість, транспорт, торгівля, наукові організації, банки, страхова справа). Після створення концерну господарюючі суб'єкти втрачають свою самостійність, підпорядковуються, звичайно, фінансовим структурам. В сучасних умовах значно розширюється мережа міжнародних концернів.

Картелі – це договірні об'єднання підприємств (фірм), переважно однієї галузі, для здійснення спільної комерційної діяльності – регулювання збуту продукції, яка виготовляється.

Синдикати – це організаційна форма існування різновиду картельної угоди, що передбачає реалізацію продукції учасників через створений спільний збутовий орган або збутову мережу одного з учасників об'єднання. Подібним чином може здійснюватися закупівля сировини для всіх учасників синдикату. Характерно для галузей з масовим виробництвом продукції.

Трести – це монополістичні об'єднання підприємств, що раніше належали різним підприємцям, в єдиний виробничо-господарський комплекс. При цьому підприємства повністю втрачають свою юридичну і господарську самостійність, оскільки інтегруються усі напрямки діяльності.

Холдинги – це специфічна організаційна форма об'єднання капіталів: державницьке інтегроване товариство, що само безпосередньо не займається виробничою діяльністю, а використовує свої фінансові кошти для придбання контрольних пакетів акцій інших підприємств, які є учасниками концерну або другого добровільного об'єднання. Завдяки цьому воно здійснює контроль за діяльністю таких підприємств. Об'єднані в холдинг суб'єкти мають юридичну і господарську самостійність. Проте вирішення основних питань їхньої діяльності належить холдинговій фірмі.

Фінансово-промислові групи – це об'єднання промислового, банківського, страхового і торговельного капіталів.

Мікропідприємство – це суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у якому середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ.

Мале підприємство – це суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у якому середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ.

Середнє підприємство – це суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що не відноситься до мікропідприємств, малих і великих підприємств.

Велике підприємство – це суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у якому середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ.

Індивідуальне підприємство – це підприємство, засноване на особистій власності фізичної особи та виключно її праці.

Сімейне підприємство – це підприємство, засноване на власності та праці громадян України – членів однієї сім'ї, які проживають разом.

Особливості сімейного підприємства: учасники несуть відповідальність усім капіталом та особистим майном; не виникає проблем з розподілом прибутку; можливість використання кооперації праці, поєднання різних професій у веденні бізнесу; повна довіра в стосунках між учасниками сімейного підприємства, гарантія забезпечення конфіденційності інформації; готовність працювати напружено з тривалим робочим часом; можливості одержати спадкоємцям «сімейних секретів» у технології виготовлення продукції.

Приватне підприємство – це підприємство, засноване на власності окремого громадянина України, з правом найму робочої сили.

Державне підприємство – це підприємство, засноване на загальнодержавній власності.

Колективне підприємство – це підприємство, засноване на власності трудового колективу підприємства, кооперативну, іншого статутного товариства, громадськості та релігійної організації.

Комунальне підприємство – це підприємство, засноване на власності адміністративно-територіальних одиниць.

Змішане підприємство – це підприємство, засноване на базі об'єднання майна різних власників.

Після проходження державної реєстрації підприємство визнається юридичною особою.

Юридична особа – це суб'єкт цивільного права, що відповідає таким ознакам: незалежність функціонування від окремих фізичних осіб, що входять до її складу; наявність власного майна, відокремленого від майна учасників; право придбавати, користуватись і розпоряджатись власністю; право здійснювати від свого імені інші дозволені законодавством дії; право від свого імені вирішувати спірні питання щодо діяльності та конфліктні ситуації у суді та арбітражі; самотійна майнова відповідальність; наявність розрахункового та інших рахунків у банках, самотійного балансу, печатки зі своїм найменуванням, товарного знака тощо.

Згідно чинного законодавства юридичні особи в Україні можуть створюватися у різних організаційно-правових формах.

2.2 Організаційно-правові форми підприємств

Ринкова економіка передбачає значну різноманітність організаційно-правових форм підприємств. Це пояснюється тим, що одна частина національного господарства країни належить і управляється приватними громадянами або індивідуально, або колективно, інша частина – управляється заснованими урядом або місцевими органами влади організаціями. Крім того, бізнес в будь-якій державі здійснюється в різних масштабах.

Об'єднання фізичних і юридичних осіб для ведення спільної діяльності дозволяє збільшити обсяг залучених ресурсів. Разом з тим, на підприємствах, що мають кількох власників, невисока оперативність прийняття рішень.

В Україні основні організаційно-правові форми, в яких можуть бути створені підприємства, складають господарські товариства.

Господарські товариства – це підприємства, установи, організації, створені на засадах угоди юридичними особами і громадянами шляхом об'єднання їх майна та підприємницької діяльності з метою одержання прибутку.

Загальні особливості господарських товариств: є юридичними особами; можуть набувати майнових та немайнових прав, вступати в зобов'язання, виступати в суді, арбітражному суді від свого імені; засновниками та учасниками товариств можуть бути юридичні особи і громадяни України та інших держав; можуть відкривати розрахунковий та інші рахунки в банках, укладати угоди після їхньої реєстрації; мають право створювати на території України та за її межами філії, дочірні підприємства; є власниками майна засновників, виробленої продукції, одержаних доходів; мають право змінювати (збільшувати або зменшувати) розмір статутного фонду; створюється резервний (страховий) фонд у розмірі не менше ніж 25% статутного фонду.

Вкладами засновників та учасників господарського товариства можуть бути: грошові кошти, в тому числі в іноземній валюті; будинки, споруди, обладнання; готова продукція; інші матеріальні цінності; цінні папери; інтелектуальні ресурси; майнові права; інші вклади.

Забороняється використовувати для формування статутного фонду бюджетні кошти та кошти, одержані в кредит та під заставу.

Права учасників господарського товариства:

- участь в управлінні справами товариства;
- участь у розподілі прибутку товариства та одержання його частки (дивідендів);
- одержувати інформацію про діяльність товариства, ознайомитися з його документацією (річні баланси, звіти, протоколи зборів та ін.);
- вийти в установленому порядку з товариства;
- інші права.

Обов'язки учасників господарського товариства:

- додержуватись установчих документів і виконувати рішення загальних зборів та інших органів управління товариства;
- вносити вклади (оплачувати акції) у розмірі та порядку, передбаченими установчими документами;
- не розголошувати комерційної таємниці та конфіденційної інформації про діяльність товариства;
- інші обов'язки.

Види господарських товариств в Україні:

- акціонерне товариство;
- товариство з обмеженою відповідальністю;
- товариство з додатковою відповідальністю;
- повне товариство;
- командитне товариство.

Акціонерне товариство – це товариство, яке має статутний фонд, поділений на визначену кількість акцій рівної номінальної вартості.

Акціонери відповідають за зобов'язаннями товариства тільки в межах належних їм акцій. Види акціонерних товариств: відкрите (публічне) акціонерне товариство, закрите (приватне) акціонерне товариство.

Відкрите (публічне) акціонерне товариство – це акціонерне товариство, акції якого можуть поширюватися шляхом відкритої передплати та купівлі-продажу на біржах.

Закрите (приватне) акціонерне товариство – це акціонерне товариство, акції якого розподіляються між засновниками і не можуть розповсюджуватися шляхом відкритої передплати, купуватися та продаватися на біржі.

Для створення акціонерного товариства засновники повинні: повідомити про наміри створити акціонерне товариство; здійснити передплату на акції; провести установчі збори; здійснити державну реєстрацію акціонерного товариства.

Особливості створення відкритого акціонерного товариства:

- відкрита підписка на акції організовується засновниками;
- засновники зобов'язані бути власниками акції на суму не менше ніж 25% статутного фонду;
- строк відкритої підписки не може перевищувати 6 місяців;
- акціонерне товариство вважається заснованим, якщо вдалося охопити передплатою не менше як 60% акцій.

Відомості для публікації повідомлення про створення акціонерного товариства шляхом відкритої передплати: фірмове найменування акціонерного товариства; предмет, цілі та строки його діяльності; склад засновників; дата проведення установчих зборів; розмір статутного фонду; номінальна вартість акцій, їхня кількість та види; переваги і пільги засновників; місце проведення підписки, початковий та кінцевий строк передплати на акції; найменування банківської установи та номер рахунка, на який мають бути внесені внески.

У закритому акціонерному товаристві засновники повинні внести до дня скликання установчих зборів не менше як 50% номінальної вартості акцій.

Рішення про створення акціонерного товариства, затвердження його статуту, обрання органів управління і контролю та ряд інших організаційних питань приймаються на установчих зборах.

Товариство з обмеженою відповідальністю – це товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами.

Особливості товариства з обмеженою відповідальністю: учасники несуть відповідальність у межах їхніх вкладів; до моменту реєстрації товариства йому виплачується вартість частини майна товариства, пропорційна його частці у статутному фонді, а також належна йому; при виході учасника з товариства йому виплачується вартість частини майна товариства, пропорційна його частці у статутному фонді, а також належна йому частка прибутку.

Товариство з додатковою відповідальністю – це товариство, статутний фонд якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів.

Учасники товариства відповідають за його боргами своїми внесками до статутного фонду, а за недостатності цих сум – додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до внеску кожного учасника.

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

Відповідальність учасників за борги повного товариства: учасник відповідає за борги товариства незалежно від того, виникли вони після чи до його вступу до товариства; якщо при ліквідації повного товариства виявиться, що наявність майна не вистачає для сплати всіх боргів, за товариство в недостатній частині несуть солідарну відповідальність його учасники усім своїм майном.

Командитне товариство – це товариство, яке включає поряд з одним або декількома учасниками, які несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, також одного або більше учасників (вкладників), відповідальність яких обмежується їхнім вкладом у майно товариства.

Сукупний розмір часток вкладників не повинен перевищувати 50% майна товариства.

На момент реєстрації командитного товариства кожний із вкладників повинен внести не менше ніж 25% свого внеску.

Вкладники командитного товариства мають право: якщо вкладник укладає угоду від імені і в інтересах командитного товариства без відповідних повноважень, то: він разом з учасниками з повною відповідальністю відповідає за угодою перед кредиторами усім своїм майном (у разі схвалення дій вкладника командитним товариством); він відповідає самостійно усім своїм майном (якщо схвалення на цю угоду не буде одержано).

Окремо від господарських товариств прийнято виділяти такі організаційно-правові форми підприємств як виробничі кооперативи та унітарні підприємства.

Виробничий кооператив – це добровільне об'єднання громадян для спільної виробничої або господарської діяльності, засноване на особистій трудовій участі членів кооперативу та об'єднання їх майнових пайових внесків.

Основна відмінність виробничого кооперативу від господарського товариства полягає в тому, що він заснований на добровільному об'єднанні фізичних осіб – громадян, які не є індивідуальними підприємцями, але беруть участь у діяльності кооперативу особистою працею. Відповідно до цього кожен член кооперативу має один голос в управлінні його справами, незалежно від розмірів свого майнового внеску. Отриманий в кооперативі прибуток розподіляють з урахуванням трудової участі його членів, яких повинно бути не менше п'яти осіб.

Переваги виробничого кооперативу:

- прибуток розподіляють пропорційно трудовому внеску, що створює зацікавленість членів кооперативу в сумлінному ставленні до праці;
- законодавство не обмежує число членів кооперативу, що надає великі можливості для фізичних осіб при вступі в нього;
- рівні права всіх членів, тому що кожен з них має тільки один голос.

Недоліки виробничого кооперативу:

- число членів кооперативу має складати не менше п'яти, що обмежує можливості по їх створенню;
- кожен член кооперативу несе обмежену відповідальність за його боргами.

У формі унітарних підприємств можуть бути створені тільки державні та муніципальні підприємства.

Унітарне підприємство має ряд *особливостей*: власником майна залишається засновник, тобто держава; майно унітарного підприємства є неподільним, тобто ні за яких умов не може бути розподілено за депозитними вкладами, часток, паїв, в тому числі між працівниками унітарного підприємства; на чолі підприємства стоїть одноосібний керівник, який призначається власником майна.

Унітарні підприємства поділяються на *дві категорії*:

- унітарні підприємства, засновані на праві господарського управління;
- унітарні підприємства, засновані на праві оперативного управління.

Право господарського управління – це право підприємства володіти, користуватися і розпоряджатися майном власника в межах, встановлених законом або іншими правовими актами.

Право оперативного управління – це право підприємства володіти, користуватися і розпоряджатися закріпленим за ним майном власника в межах, встановлених законом, відповідно до цілей його діяльності, завданнями власника і призначенням майна.

Право господарського управління ширше права оперативного управління, тобто підприємство, яке функціонує на основі права господарського управління, має більшу самостійність в управлінні.

Незважаючи на деякі обмеження в розпорядженні майном, унітарне підприємство має більші права в галузі виробничої і господарської діяльності.

2.3 Законодавче підґрунтя провадження підприємницької діяльності в Україні

Держава, регулюючи будь-яку діяльність, повинна управляти мірою доступності цінностей, прийнятих у суспільстві та необхідних для задоволення інтересів усіх її членів.

Регулювати підприємницьку діяльність у державі означає співвідносити назрілі економічні інтереси з наявними цінностями, затвердженими законодавством.

Головна мета правового регулювання – враховувати «ієрархію» інтересів, прийнятих законодавством, виявляти найважливіші та найістотніші з державного боку і стимулювати їх, а також виявляти антидержавні інтереси. Закони та інші нормативно-правові акти створюють необхідний правовий режим забезпечення публічних інтересів у сфері економіки.

Законодавство про підприємство та підприємницьку діяльність, земельне, бюджетне і податкове нормативне підґрунтя чітко виділяють державні інтереси та запроваджують засоби їх забезпечення. Це і повноваження державних органів, і порядок вирішення справ, які порушують інтереси держави, і стимулювання суспільно корисної діяльності.

З ними кореспондуються відповідні обов'язки підприємств, установ і організацій, а також громадян. Розглянемо базові нормативні акти, що регулюють основні аспекти провадження підприємницької діяльності в Україні.

Створення та діяльність підприємств різних організаційно-правових форм, державне регулювання та контроль підприємницької діяльності регламентується нормами таких актів органів законодавчої та виконавчої влади:

- Конституція України;
- Господарський кодекс України;
- Цивільний кодекс України;
- Кодекс законів про працю України;
- Закон України «Про підприємництво»;
- Закон України «Про господарські товариства»;
- Закон України «Про акціонерні товариства»;
- Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців»;
- Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності»;
- Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні»;
- Закон України «Про захист економічної конкуренції»;

- Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності»;
- Указ Президента України «Про запровадження дозвільної системи у сфері підприємницької діяльності»;
- Указ Президента України «Про лібералізацію підприємницької діяльності та державну підтримку підприємництва»;
- Указ Президента України «Про державну підтримку малого підприємництва»;
- Указ Президента України «Про Концепцію вдосконалення державного регулювання господарської діяльності»;
- Постанова Кабінету Міністрів України «Про заходи щодо вдосконалення системи державної підтримки підприємництва в Україні»;
- Постанова Кабінету Міністрів України «Про Концепцію розвитку державної системи ліцензування підприємницької діяльності за її видами»;
- Постанова Кабінету Міністрів України «Про запровадження в Україні принципів Європейської хартії для малих підприємств»;
- Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку конкуренції на 2014-2023 роки».

Конституцією України передбачено право громадян на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом (ст. 42). Також ст. 42 Конституції України передбачено наступне: «Підприємницька діяльність депутатів, посадових і службових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування обмежується законом. Держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Види і межі монополії визначаються законом. Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів».

Також Конституцією України передбачені наступні права громадян, які додатково отримують реалізацію під час провадження підприємницької діяльності: «кожна людина має право на вільний розвиток своєї особистості, якщо при цьому не порушуються права і свободи інших людей, та має обов'язки перед суспільством, в якому забезпечується вільний і всебічний розвиток її особистості» (ст. 23); «кожен має право володіти, користуватися і розпоряджатися своєю власністю, результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності» (ст. 41); «кожен має право на працю, що включає можливість заробляти собі на життя працею, яку він вільно обирає або на яку вільно погоджується» (ст. 43).

Господарський кодекс України регламентує порядок створення, реєстрації, ліквідації і реорганізації підприємств; розкриває загальні принципи управління підприємством і самоврядуванням трудового колективу; розглядає механізм формування і використання майна підприємств; визначає види господарської, економічної і соціальної діяльності підприємств; фіксує права і відповідальність у здійсненні господарської діяльності; регулює відносини з іншими господарюючими суб'єктами та державою.

Цивільним кодексом України регулюються особисті немайнові та майнові відносини (цивільні відносини), засновані на юридичній рівності, вільному волевиявленні, майновій самостійності їх учасників.

Нормами *Кодексу законів про працю України* регламентуються трудові відносини всіх працівників, сприяючи зростанню продуктивності праці, поліпшенню якості роботи, підвищенню ефективності суспільного виробництва і піднесенню на цій основі матеріального і культурного рівня життя трудящих, зміцненню трудової дисципліни і поступовому перетворенню праці на благо суспільства в першу життєву потребу кожної працездатної людини.

Фінансова діяльність економічних суб'єктів здійснюється у відповідності до положень нормативно-правових актів:

- Податковий кодекс України;
- Закон України «Про аудиторську діяльність»;

- Закон України «Про банки і банківську діяльність»;
- Закон України «Про страхування»;
- Закон України «Про ціни і ціноутворення»;
- Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»;
- Указ Президента України «Питання реалізації державної політики з контролю за цінами»;
- Постанова Кабінету Міністрів України «Про Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України»;
- Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів з підтримання експортної діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва»;
- Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання надання суб'єктам малого та середнього підприємництва кредитно-гарантійної підтримки»;
- Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва».

Податковий кодекс України регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час адміністрування податків, а також відповідальність за порушення податкового законодавства.

Інвестиційна діяльність підприємств регламентується такими актами Верховної Ради України:

- Закон України «Про інвестиційну діяльність»;
- Закон України «Про режим іноземного інвестування»;
- Закон України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон»;
- Закон України «Про захист іноземних інвестицій в Україні».

Також діяльність економічних суб'єктів в Україні підлягає додатковій регламентації положеннями, закріпленими у колективному договорі, угоді.

Колективний договір, угода укладаються на основі чинного законодавства, прийнятих сторонами зобов'язань з метою регулювання виробничих, трудових і соціально-економічних відносин і узгодження інтересів працівників та роботодавців.

Колективний договір укладається на підприємствах незалежно від форм власності і господарювання, які використовують найману працю і мають право юридичної особи. Колективний договір може укладатися в структурних підрозділах підприємства в межах компетенції цих підрозділів.

Угода укладається на національному, галузевому, територіальному рівнях на двосторонній або тристоронній основі:

- на національному рівні – генеральна угода;
- на галузевому рівні – галузеві (міжгалузеві) угоди;
- на територіальному рівні – територіальні угоди.

Колективний договір укладається між роботодавцем з однієї сторони і одним або кількома профспілковими органами, а у разі відсутності таких органів – представниками працівників, обраними і уповноваженими трудовим колективом з іншої сторони.

Державне регулювання підприємництва є напрямом державної політики, спрямованим на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, у порядку та способом, що встановлюються Конституцією та законами України.

Центральним органом, який забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері розвитку та підтримки підприємництва, є *Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва*. Її діяльність спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України.

Головне завдання цього органу – узагальнення практики застосування законодавства з питань підприємницької діяльності, опрацювання пропозицій, спрямованих на його удосконалення та формування державної політики, щодо підприємницької діяльності. Крім того, служба сприяє розвитку малого підприємництва, системи його консультативної та інформаційної підтримки і готує пропозиції щодо впровадження та удосконалення механізмів фінансово-кредитної підтримки підприємництва та його зовнішньоекономічної діяльності, координує систему підготовки та перепідготовки кадрів тощо.

Основні *напрями державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні* визначено ст. 4 Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні»:

1) удосконалення та спрощення порядку ведення обліку в цілях оподаткування;

2) запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів малого підприємництва, що відповідають критеріям, встановленим у податковому законодавстві;

3) залучення суб'єктів малого підприємництва до виконання науково-технічних і соціально-економічних програм, здійснення постачання продукції (робіт, послуг) для державних та регіональних потреб;

4) забезпечення фінансової державної підтримки малих і середніх підприємств шляхом запровадження державних програм кредитування, надання гарантій для отримання кредитів, часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами тощо;

5) сприяння розвитку інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва;

6) гарантування прав суб'єктів малого і середнього підприємництва під час здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності;

7) сприяння спрощенню дозвільних процедур та процедур здійснення державного нагляду (контролю), отримання документів дозвільного характеру для суб'єктів малого і

середнього підприємництва та скороченню строку проведення таких процедур;

8) організація підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів малого і середнього підприємництва;

9) впровадження механізмів сприяння та стимулювання до використання у виробництві суб'єктами малого і середнього підприємництва новітніх технологій, а також технологій, які забезпечують підвищення якості товарів (робіт, послуг).

Обмеженню (ліцензуванню) підприємницької діяльності підлягають тільки ті види підприємницької діяльності, які безпосередньо впливають на здоров'я людини, навколишнє природне середовище та безпеку держави.

Для здійснення підприємницької діяльності, що ліцензується, необхідно отримати відповідну ліцензію та дотримуватись певних умов і правил здійснення даного виду діяльності (ліцензійні умови), які встановлює Кабінет Міністрів України або уповноважений ним орган.

Ліцензія – документ, що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженим ним органом виконавчої влади, згідно з яким власник ліцензії має право займатися певним видом підприємницької діяльності.

Теоретичні питання:

1. Що таке «підприємство»?
2. Охарактеризуйте ознаки підприємства.
3. Яким чином класифікуються підприємства за метою діяльності?
4. Що таке «комерційна організація»?
5. Що таке «некомерційна організація»?
6. Яким чином класифікуються підприємства за сферою діяльності?
7. Яким чином класифікуються підприємства за правовим положенням?
8. Яким чином класифікуються підприємства за видом і характером господарської діяльності?

9. Яким чином класифікуються підприємства за технологічною (територіальною) цілісністю та ступенем підпорядкування?

10. Яким чином класифікуються підприємства за належністю капіталу?

11. Яким чином класифікуються підприємства за кількістю працюючих та обсягом валового доходу від реалізації продукції?

12. Яким чином класифікуються підприємства за формою власності?

13. Назвіть основні організаційно-правові форми підприємств.

14. Що таке «акціонерне товариство»?

15. Охарактеризуйте види акціонерних товариств.

16. Які Ви знаєте види акцій?

17. Дайте характеристику правам і обов'язкам акціонерів.

18. Що таке «товариство з обмеженою відповідальністю»?

19. Що таке «товариство з додатковою відповідальністю»?

20. Що таке «командитне товариство»?

21. Що таке «повне товариство»?

22. Що таке «виробничий кооператив»?

23. Що таке «об'єднання підприємств»?

24. Назвіть організаційно-правові форми об'єднань підприємств.

25. Що таке «асоціація»?

26. Що таке «корпорація»?

27. Що таке «консорціум»?

28. Що таке «концерн»?

29. Що таке «картель»?

30. Що таке «синдикат»?

31. Що таке «трест»?

32. Що таке «холдинг»?

33. Що таке «промислово-фінансова група»?

34. Назвіть основні нормативно-правові акти, нормами яких нині регламентується ведення господарської та підприємницької діяльності в Україні.

35. Що таке «колективний договір»?

Тестові завдання:

1. Підприємство – це ...

- а) самотійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади, або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної або іншої господарської діяльності;
- б) економічна одиниця, що використовує фактори виробництва для виготовлення продукції, товарів або послуг, які вона потім продає домогосподарством, іншим фірмам або державі;
- в) цільове об'єднання ресурсів для досягнення певної економічної мети;
- г) юридична особа, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців або осіб без громадянства з використанням найманої праці.

2. Ідентифікуйте ознаку підприємства. «Підприємство самотійно укладає угоди, самотійно здійснює всі операції господарської діяльності, отримує дохід і прибуток, покриває витрати, забезпечує подальший виробничий і соціальний розвиток»:

- а) майнова відповідальність;
- б) системна єдність засобів виробництва;
- в) оперативно-господарська та економічна самотійність;
- г) організаційна єдність.

3. Ідентифікуйте ознаку підприємства. «Підприємство – це певним чином організований колектив зі своєю внутрішньою структурою та управлінням»:

- а) майнова відповідальність;
- б) системна єдність засобів виробництва;
- в) оперативно-господарська та економічна самотійність;
- г) організаційна єдність.

4. Ідентифікуйте ознаку підприємства. «Підприємство відповідає за борговими зобов'язаннями всім своїм майном»:

- а) майнова відповідальність;
- б) системна єдність засобів виробництва;
- в) оперативно-господарська та економічна самостійність;
- г) організаційна єдність.

5. Ідентифікуйте ознаку підприємства. «Підприємство об'єднує в певному порядку всі економічні ресурси для виробництва блага»:

- а) майнова відповідальність;
- б) системна єдність засобів виробництва;
- в) оперативно-господарська та економічна самостійність;
- г) організаційна єдність.

6. Які характерні ознаки комерційного підприємства?

- а) розвивається за рахунок власних коштів;
- б) займається діяльністю, що приносить прибуток;
- в) функціонує за рахунок власних коштів і розвивається за рахунок прибуткової діяльності;
- г) всі відповіді вірні.

7. Комерційними організаціями є:

- а) господарські товариства;
- б) громадські організації;
- в) виробничі кооперативи;
- г) релігійні організації.

8. Які характерні ознаки некомерційної (непідприємницької) організації?

- а) існує за рахунок бюджетних коштів;
- б) не може мати прибутку за родом своєї діяльності;
- в) забезпечується бюджетним фінансуванням, оскільки за родом своєї діяльності не може мати прибутку;
- г) всі відповіді вірні.

9. Некомерційними організаціями є:

- а) споживчі кооперативи;

- б) благодійні фонди;
- в) муніципальні унітарні підприємства;
- г) державні унітарні підприємства.

10. Зібрання обов'язкових правил, що регулюють взаємовідносини підприємства з іншими суб'єктами господарювання, – це ...

- а) статут підприємства;
- б) колективна угода;
- в) галузева угода;
- г) усі відповіді вірні.

11. Угода між трудовим колективом в особі профспілки та адміністрацією або власником, яка щорічно переглядається і регулює їх виробничі, економічні і трудові відносини, – це ...

- а) статут підприємства;
- б) колективна угода;
- в) галузева угода;
- г) усі відповіді вірні.

12. Підприємства, що діють на основі власності територіальної громади, – це ...

- а) приватні підприємства;
- б) державні підприємства;
- в) колективні підприємства;
- г) комунальні підприємства.

13. Якщо в статутному фонді підприємства іноземні інвестиції становлять не менше 10%, то такі підприємства визнаються ...

- а) підприємствами з іноземними інвестиціями;
- б) іноземними підприємствами;
- в) національними підприємствами;
- г) немає правильної відповіді.

14. Ознаки, за якими підприємства належать до групи малих підприємств:

- а) розмір статутного фонду;
- б) розмір отримуваного прибутку;
- в) чисельність працюючих;
- г) розмір валового доходу за рік.

15. За правовим статусом і формою господарювання підприємства класифікуються на:

- а) комерційні, некомерційні;
- б) одноосібні, кооперативні, орендні, господарські товариства;
- в) приватні, колективні, комунальні, державні;
- г) лізингові, промислові, банківські, торговельні, страхові.

16. Підприємство або інший суб'єкт господарювання, створений юридичними особами та/або громадянами шляхом об'єднання їхнього майна й участі в підприємницькій діяльності з метою одержання прибутку, називається:

- а) акціонерним товариством;
- б) суб'єктом підприємницької діяльності;
- в) господарським товариством;
- г) виробничим кооперативом;
- д) товариством з додатковою відповідальністю.

17. Учасники товариства з обмеженою відповідальністю відповідають за борги товариства:

- а) в межах належних їм акцій;
- б) у межах належних їм внесків;
- в) у межах належних їм внесків і майном у розмірі, кратному внеску;
- г) усім належним їм майном;
- д) немає вірної відповіді.

18. Статутний капітал підприємства «Гефест» розділений на 2000 акцій номінальною вартістю 1500 грн. кожна. Акції належать 3-м учасникам, які придбали цінні папери в ході торгів на біржі. У разі банкрутства підприємства учасники ризикують лише сумами своїх вкладів. Дане підприємство є ...

- а) товариством з обмеженою відповідальністю;
- б) публічним акціонерним товариством;

- в) приватним акціонерним товариством;
- г) командитним товариством.

19. За результатами звітнього періоду загальний борг підприємства «Еталон» склав 800 тис. грн. Власниками підприємства є 2 підприємця, суми внесків яких склали 300 і 400 тис. грн. відповідно. В результаті боргові зобов'язання кожного учасника склали по 400 тис. грн. Дане підприємство є ...

- а) товариством із додатковою відповідальністю;
- б) товариством з обмеженою відповідальністю;
- в) командитним товариством;
- г) повним товариством.

20. За результатами звітнього періоду загальний борг підприємства «Тріада» склав 400 тис. грн. Власниками підприємства є 2 підприємця – А і Б, суми внесків яких склали 100 і 200 тис. грн. відповідно. В результаті боргові зобов'язання учасника А склали 133,33 тис. грн., учасника Б – 266,67 тис. грн. Дане підприємство є ...

- а) товариством із додатковою відповідальністю;
- б) товариством з обмеженою відповідальністю;
- в) командитним товариством;
- г) повним товариством.

21. Товариство, учасники якого відповідно до укладених між ними договорів здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і солідарно несуть додаткову відповідальність за його зобов'язаннями всім належним їм майном – це ...

- а) товариство з додатковою відповідальністю;
- б) товариство з обмеженою відповідальністю;
- в) командитне товариство;
- г) повне товариство.

22. Товариство, в якому один або декілька учасників здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і солідарно несуть додаткову відповідальність за зобов'язаннями

товариства всім своїм майном, а інші учасники товариства несуть відповідальність за зобов'язаннями в межах сум зроблених ними вкладів – це ...

- а) акціонерне товариство;
- б) товариство з обмеженою відповідальністю;
- в) командитне товариство;
- г) повне товариство.

23. Акція з нефіксованим дивідендом, розмір якого визначається загальними зборами акціонерів після сплати фіксованого відсотка власникам привілейованих акціями – це ...

- а) акція звичайна;
- б) акція іменна;
- в) акція на пред'явника;
- г) акція трудового колективу.

24. Акція, дивіденд якої фіксується у вигляді твердого відсотка, виплачуваного у першочерговому порядку, незалежно від величини прибутку компанії – це ...

- а) акція звичайна;
- б) акція іменна;
- в) акція на пред'явника;
- г) привілейована акція.

25. Найпростішою формою об'єднання підприємства є:

- а) концерн;
- б) корпорація;
- в) асоціація;
- г) консорціум;
- д) холдинг.

26. Договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій – це ...

- а) асоціація;
- б) корпорація;

- в) консорціум;
- г) концерн.

27. Тимчасове статутне об'єднання промислового та банківського капіталу для реалізації спільної мети називаються:

- а) консорціумом;
- б) картелем;
- в) концерном;
- г) корпорацією.

28. Статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій, на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників, з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньо-економічної та іншої діяльності – це ...

- а) асоціація;
- б) корпорація;
- в) консорціум;
- г) концерн.

29. Корпорація – це:

- а) договірне об'єднання господарюючих суб'єктів на основі інтеграції їх науково-технічних, виробничих та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного учасника;
- б) найпростіша форма договірного об'єднання підприємств (фірм, компаній, організацій) з метою постійної координації господарської діяльності;
- в) форма статутних об'єднань підприємств, що характеризується єдністю власності і контролю;
- г) договірне об'єднання підприємств переважно однієї галузі для здійснення спільної комерційної діяльності регулювання збуту виготовлюваної продукції.

30. Промислово-фінансова група має статус юридичної особи:

- а) так;
- б) ні.

31. Схема об'єднання підприємств, що працюють у системі взаємовигідних партнерських відносин, при яких відбувається передача на платній основі торгової марки, технології або лінії виробництва, називається:

- а) лізингом;
- б) факторингом;
- в) франчайзингом;
- г) опціоном.

32. Державне регулювання розвитку підприємництва – це ...

- а) система заходів, розроблених державою, з урахуванням вимог ринку та інтересів суб'єктів підприємницької діяльності (правовий і фінансовий механізми, механізми стимулювання, підтримки, сприяння, контролю; форми та методи реалізації державного регулювання, державні органи та фонди, покликані займатися діяльністю суб'єктів підприємництва);
- б) сукупність (комплекс) пріоритетних народногосподарських підходів і рішень, які визначають основні напрями і форми правового, економічного та організаційного сприяння розвитку підприємництва з урахуванням інтересів держави та суб'єктів господарювання;
- в) створення стимулів використання матеріальних і фінансових ресурсів, які залучаються у сферу підприємництва на пільгових засадах або безоплатно;
- г) усі відповіді вірні.

33. До основних функцій державного регулювання розвитку підприємництва належать:

- а) підтримка пропорційності виробництва та споживання;
- б) підтримка та розвиток конкуренції;
- в) перерозподіл доходів;
- г) соціальний захист підприємців і споживачів.

34. Державна підтримка розвитку підприємництва – це ...

- а) система заходів, розроблених державою, з урахуванням вимог ринку та інтересів суб'єктів підприємницької діяльності (правовий і фінансовий механізми, механізми стимулювання, підтримки, сприяння, контролю; форми та методи реалізації

державного регулювання, державні органи та фонди, покликані займатися діяльністю суб'єктів підприємництва);

б) сукупність (комплекс) пріоритетних народногосподарських підходів і рішень, які визначають основні напрями і форми правового, економічного та організаційного сприяння розвитку підприємництва з урахуванням інтересів держави та суб'єктів господарювання;

в) створення стимулів використання матеріальних і фінансових ресурсів, які залучаються у сферу підприємництва на пільгових засадах або безоплатно;

г) усі відповіді вірні.

35. Завданнями державної підтримки розвитку підприємництва є:

а) забезпечення зростання внутрішнього валового продукту за рахунок діяльності суб'єктів підприємництва;

б) підвищення технологічного рівня виробництва підприємницьких структур;

в) створення нових робочих місць;

г) усі відповіді вірні.

Практичні завдання:

Завдання 1. Користуючись даними табл. 2.2, здійснити горизонтальний і вертикальний аналіз зміни кількості та трансформації структури підприємств в Україні за розмірами та видами економічної діяльності. Зробити відповідні висновки.

Завдання 2. Користуючись даними табл. 2.3, здійснити горизонтальний аналіз зміни кількості підприємств в Україні за формами власності та організаційно-правовими формами. Зробити відповідні висновки.

Завдання 3. Користуючись даними табл. 2.4, оцінити показники розвитку підприємництва в Україні.

Завдання 4. На основі даних табл. 2.5 порівняти розвиток малого підприємництва в Україні та країнах Європейського Союзу.

Таблиця 2.2

Підприємства України за розмірами та видами економічної діяльності

Вид економічної діяльності	Кількість підприємств																		
	1-й рік							2-й рік											
	всього	великі	%	середні	%	малі	%	всього	Δ	Δ, %	великі	Δ	Δ, %	середні	Δ	Δ, %	малі	Δ	Δ, %
сільське, лісове та рибне господарство	46744	29		2533		44182		45045			20			2506			42519		
промисловість	42564	233		4691		37640		39082			206			4616			34260		
будівництво	29165	5		789		28371		24489			3			771			23715		
оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	93643	106		2714		90823		82281			114			2676			79491		
транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	15148	32		1109		14007		13714			22			1108			12584		
тимчасове розміщування й організація харчування	7700	1		246		7453		6587			1			242			6344		
інформація та телекомунікації	13617	6		338		13273		11954			6			339			11609		
фінансова та страхова діяльність	4333	1		293		4039		3797			1			263			3533		
операції з нерухомим майном	32719	2		487		32230		30065			1			416			29648		
професійна, наукова та технічна діяльність	29780	3		623		29154		24903			2			571			24330		
діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	15646	2		886		14758		13662			4			870			12788		
освіта	2089	0		54		2035		1875			0			53			1822		
охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	4307	0		266		4041		3937			0			280			3657		
мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	2089	3		123		1963		1708			2			112			1594		
надання інших видів послуг	3896	0		51		3845		3270			0			46			3224		

Таблиця 2.3

**Підприємства України за формами власності та
організаційно-правовими формами**

<i>Підприємства</i>	<i>Кількість підприємств</i>			
	<i>1-й рік</i>	<i>2-й рік</i>	<i>Δ</i>	<i>Δ, %</i>
приватне підприємство	201917	201788		
державне підприємство	4042	4019		
казенне підприємство	32	33		
комунальне підприємство	11464	11438		
іноземне підприємство	679	676		
акціонерне товариство	15893	15571		
товариство з обмеженою відповідальністю	453931	488205		
товариство з додатковою відповідальністю	1311	1336		
повне товариство	1337	1361		
командитне товариство	384	387		
асоціація	2203	2260		
корпорація	565	560		
консорціум	64	66		
концерн	193	195		

Таблиця 2.4

Показники розвитку підприємництва в Україні

<i>Підприємства</i>	<i>Кількість підприємств</i>			
	<i>1-й рік</i>	<i>2-й рік</i>	<i>Δ</i>	<i>Δ, %</i>
1	2	3	4	5
<i>Кількість підприємства</i>				
великі підприємства	497	423		
середні підприємства	16618	15510		
малі підприємства	1915046	1958385		
<i>Чисельність працівників, тис. чол.</i>				
Великі підприємства	1915,1	1708,6		
середні підприємства	2766,4	2632,7		
малі підприємства	4115,2	3838,7		
<i>Середня чисельність працівників на 1 підприємстві, тис. чол.</i>				
великі підприємства				
середні підприємства				
малі підприємства				
<i>Обсяг виготовленої продукції (послуг, робіт), тис. грн.</i>				
великі підприємства	1426372,8	1745076,8		

1	2	3	4	5
середні підприємства	1227101,8	1593199,4		
малі підприємства	726976,4	945201,1		
<i>Середній обсяг виготовленої продукції (послуг, робіт) I підприємством, тис. грн.</i>				
великі підприємства				
середні підприємства				
малі підприємства				
<i>Обсяг реалізованої продукції (послуг, робіт), тис. грн.</i>				
великі підприємства	1742507,9	2053189,5		
середні підприємства	1735894,2	2184376,8		
малі підприємства	981300,1	1318974,1		
<i>Середній обсяг реалізованої продукції (послуг, робіт) I підприємством, тис. грн.</i>				
великі підприємства				
середні підприємства				
малі підприємства				

Таблиця 2.5

Порівняльна характеристика розвитку малого підприємництва в Україні та країнах ЄС

<i>Країни</i>	<i>Питома вага</i>			
	<i>1-й рік</i>	<i>2-й рік</i>	<i>Δ</i>	<i>Δ, %</i>
1	2	3	4	5
<i>Чисельність працівників, %</i>				
Україна	75,5	78,2		
Болгарія	75,2	74,6		
Естонія	78,0	78,0		
Німеччина	62,3	63,1		
Латвія	78,0	79,2		
Литва	76,0	75,5		
Польща	68,7	68,4		
Словаччина	69,9	71,3		
Чехія	69,2	68,6		
<i>Обсяг реалізованої продукції (послуг, робіт), %</i>				
Україна	60,4	60,9		
Болгарія	68,4	69,5		
Естонія	77,4	77,8		
Німеччина	47,2	47,1		
Латвія	78,1	77,6		
Литва	65,1	66,6		
Польща	55,8	55,9		

1	2	3	4	5
Словаччина	54,6	54,8		
Чехія	58,4	57,7		

Завдання 5. Скориставшись прийомами SWOT-аналізу, розподілити наступні фактори внутрішнього та зовнішнього середовища розвитку підприємництва в Україні за групами «сильні сторони», «слабкі сторони», «можливості», «загрози»: нерозвинута культура підприємництва; легкість реєстрації підприємницької діяльності; складності під час податкового адміністрування; активізація процесів об'єднання суб'єктів підприємництва; соціальна напруженість у суспільстві; висока кваліфікація та низька вартість трудових ресурсів; нестабільність законодавства; великий внутрішній ринок; активізація процесів інтеграції національних економік; спрощена система оподаткування; складності при ліквідації суб'єктів підприємництва; вигідне географічне розташування країни; використання Європейської мережі підприємств; несприятлива макроекономічна ситуація; високий рівень корупції та регуляторного тиску; участь у рамковій програмі «Горизонт 2020» та програмі «COSME»; високий рівень тіньової економіки; низький рівень купівельної спроможності населення.

Результати розподілення факторів за групами представити в вигляді табл. 2.6.

Таблиця 2.6

SWOT-аналіз розвитку підприємництва в Україні

<i>Фактори</i>	<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
Фактори внутрішнього середовища		
<i>Фактори</i>	<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
Фактори зовнішнього середовища		

Завдання 6. Представити в графічному вигляді організаційну структуру державного управління розвитком підприємництва в Україні, розмістивши в ієрархічному порядку наступні органи державної влади: Президент України, Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, Комітет Верховної Ради України з питань економічної політики, Комітет Верховної Ради України з питань податкової та митної політики, Комітет Верховної Ради України з питань промислової політики та підприємництва, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Державна фіскальна служба України, Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємства, державні адміністрації в областях і районах. Опишіть повноваження зазначених органів державної влади в сфері управління розвитком підприємництва в Україні.

Завдання 7. Скориставшись даними веб-порталу Верховної Ради України <http://zakon2.rada.gov.ua/laws>, представити у вигляді табл. 2.7 чинну нормативно-правову базу провадження підприємницької діяльності в Україні (не менше 5 нормативно-правових актів за кожним видом).

Таблиця 2.7

Нормативно-правова база розвитку підприємництва в Україні

Нормативно-правові акти	Положення розвитку підприємництва, які регламентуються нормативно-правовими актами
<i>Закони Верховної Ради України</i>	
...	...
<i>Укази та Розпорядження Президента України</i>	
...	...
<i>Постанови та Розпорядження Кабінету Міністрів України</i>	
...	...
<i>Накази Міністерства економічного розвитку і торгівлі України</i>	
...	...

Завдання 8. Ознайомитися зі Стратегією розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року, затвердженою Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 травня 2017 року № 504-р. Сформувати концептуальну модель зазначеного нормативно-правового акту, представивши її у вигляді табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Концептуальна модель Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року

<i>Проблеми, що потребують вирішення</i>	<i>Шляхи і способи вирішення проблем</i>	<i>Очікувані результати вирішення проблем</i>
проблема № 1		
...		
проблема № n		

У висновках слід оцінити ймовірні ризики успішної реалізації Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року.

Завдання 9. Власниками господарського товариства є 3 підприємця. Розмір внеску першого учасника склав 300 тис. грн., другого учасника – 250 тис. грн., третього учасника – 150 тис. грн. При цьому за звітний період підприємство отримало валовий дохід у розмірі 1850 тис. грн. при валових витратах підприємства в розмірі 2950 тис. грн. Визначити розмір боргових зобов'язань кожного з співвласників товариства в разі, якщо підприємство організовано у формі: акціонерного товариства; товариства з обмеженою відповідальністю; товариства з додатковою відповідальністю; повного товариства; командитного товариства за умови, що перший учасник є повним учасником, а другий і третій учасники – вкладниками.

Завдання 10. За результатами звітного періоду акціонерним товариством отримано дохід від реалізації продукції в розмірі 37550 тис. грн. При цьому собівартість річного випуску продукції склала 26350 тис. грн. За рішенням Загальних зборів акціонерів на виплату дивідендів направляється 25% чистого прибутку підприємства. Статутний фонд акціонерного товариства становить 45000 тис. грн. Акціонер А володіє привілейованими акціями на суму 5000 тис. грн. Акціонер Б володіє акціями на суму 10000 тис. грн., 40% з яких – привілейовані. Акціонери В і Г володіють простими акціями на суму 12000 і 18000 тис. грн. відповідно. Розмір дивідендів за привілейованими акціями становить 5% річних. Визначити суму дивідендів, яку отримає кожен з учасників акціонерного товариства.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІКИ І БІЗНЕСУ

ТЕМА 3 ОРГАНІЗАЦІЯ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

3.1 Загальні умови створення підприємства

Обравши вид підприємницької діяльності, підприємець приступає до створення підприємства.

Підприємство створюється згідно з рішенням власника майна чи уповноваженого ним органу підприємства-засновника, організації або за рішенням трудового колективу.

Рішення про створення підприємства приймається за погодженням Антимонопольного комітету України.

Підприємство може бути створене внаслідок примусового поділу іншого підприємства відповідно до Антимонопольного законодавства України, а також в результаті виділення із складу діючого підприємства, організації одного або кількох структурних підрозділів, а також на базі структурної одиниці діючих об'єднань за рішенням їх трудових колективів, якщо на це є згода власника або уповноваженого ним органу.

У випадках, коли для створення і діяльності підприємства потрібні природні ресурси, дозвіл на їх використання видається відповідно радою народних депутатів, а в передбачених законодавчими актами випадках – Верховною Радою України за поданням первинного природокористувача при наявності позитивного висновку державної екологічної експертизи або відповідної ради народних депутатів.

Підприємству може бути передана в колективну власність або надана в користування, у тому числі на умовах оренди, земельна ділянка в порядку, встановленому Земельним кодексом України.

Підприємство набуває прав юридичної особи від дня його державної реєстрації.

3.2 Статутний фонд підприємства та порядок його формування

Статутний фонд – це виділені підприємству або залучені ним на засадах, визначених чинним законодавством, фінансові ресурси у вигляді грошових коштів або вкладень у майно, цінності, нематеріальні активи, цінні папери, закріплені за підприємством на праві власності або повного господарського відання.

За рахунок статутного фонду підприємство формує свої власні основні та оборотні фонди.

Права підприємців щодо формування статутного фонду закріплені в законах України «Про власність», «Про господарські товариства».

Розмір статутного фонду змінюється, може зростати за рахунок:

- безпосереднього приєднання до нього частини одержаного прибутку на приріст власних фінансових ресурсів;
- введення в дію капітальних вкладень за рахунок власних коштів (прибутку, амортизаційних відрахувань);
- дооцінки основних засобів в процесі проведення переоцінки (встановлюється державою).

Може зменшуватись за рахунок результатів збитковості підприємницької діяльності.

Державні підприємства нарощують свої статутні фонди за рахунок власних нагромаджень.

Для цього підприємство може використати в межах 30-80% суми прибутку, що залишається в розпорядженні підприємств після сплати ними податків та облікових платежів.

Таким чином нарощується вартість основних засобів підприємств і відповідно відображається приріст статутного фонду.

Підприємці повинні пам'ятати, що для забезпечення нормальної роботи підприємств необхідно нарощувати статутний фонд і оборотні засоби.

Акціонерні товариства формують статутний фонд шляхом реалізації акцій.

Товариства з обмеженою відповідальністю – за рахунок внесків учасників. Ці внески визначають частину кожного учасника в статутному фонді підприємства.

Використання статутного фонду характеризується через визначення показників використання основних виробничих і оборотних фондів.

3.3 Державна реєстрація і статут підприємства

Державна реєстрація підприємства здійснюється у виконавчому комітеті міської, районної адміністрації за місцем знаходження або місцем проживання даного суб'єкта підприємницької діяльності, якщо інше не передбачено законом.

Для державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи подаються такі документи:

- рішення власника (власників) майна або уповноваженого ним органу про створення юридичної особи (крім приватного підприємства). Якщо власників або уповноважених ними органів два і більше, таким рішенням є установчий договір, а також протокол установчих зборів (конференції) у випадках, передбачених законом (додатки Б, В);
- статут, якщо це необхідно для створюваної організаційної форми підприємництва;
- реєстраційна картка встановленого зразка, яка є водночас заявою про державну реєстрацію (додаток Г);
- документ, що засвідчує сплату власником внеску до статутного фонду суб'єкта підприємницької діяльності в розмірі, передбаченому законом;
- документ, що засвідчує внесення плати за державну реєстрацію.

Громадяни, які мають намір здійснювати підприємницьку діяльність без створення юридичної особи, подають реєстраційну картку встановленого зразка, яка є водночас заявою про державну реєстрацію, копію довідки про присвоєння ідентифікаційного номера і документ, що засвідчує внесення плати за державну реєстрацію.

Місцезнаходженням суб'єкта підприємницької діяльності (юридичної особи) на дату державної реєстрації може бути місце знаходження (місце проживання) одного із засновників або місце знаходження за іншою адресою, що підтверджується договором оренди або іншим відповідним договором.

Органам державної реєстрації забороняється вимагати від суб'єктів підприємницької діяльності додаткові документи, не передбачені цим законом.

Державна реєстрація суб'єктів підприємництва проводиться за наявності всіх необхідних документів за заявочним принципом протягом п'яти робочих днів.

Органи державної реєстрації зобов'язані протягом цього терміну внести дані з реєстраційної картки до реєстру суб'єктів підприємницької діяльності та видати свідоцтво про державну реєстрацію встановленого зразка з поставленим ідентифікаційним кодом (для юридичних осіб), який надається органам державної реєстрації органами державної статистики, або ідентифікаційним номером фізичної особи – платника податків та інших обов'язкових платежів.

У п'ятиденний термін із дати реєстрації органи державної реєстрації направляють примірник реєстраційної картки з відміткою про державну реєстрацію відповідному державному податковому органу й органу державної статистики та подають відомості про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності до органів фонду спеціального страхування і Пенсійного фонду України.

Свідоцтво про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності та копія документа, що підтверджує взяття його на облік у державному податковому органі, є підставою для відкриття рахунків у будь-яких банках України та інших держав за вибором суб'єкта підприємництва і за згодою цих банків у порядку, що встановлюється Національним банком України. Повідомлення про відкриття або закриття рахунків у банках суб'єкт підприємництва зобов'язаний протягом трьох робочих днів направити державному податковому органу, в якому він обліковується як платник податків і зборів (обов'язкових платежів).

Скасування державної реєстрації здійснюється за заявою власника або уповноваженим ним органом чи за особистою заявою підприємця, а також на підставі рішення суду в разі:

- визнання недійсними або такими, що суперечать законодавству, установчих документів;
- здійснення діяльності, що суперечить установчим документам та законодавству України;
- несвоєчасного повідомлення суб'єктам підприємницької діяльності про зміну його назви, організаційної норми, форми власності та місцезнаходження;
- визнання суб'єкта підприємництва банкрутом;
- неподання протягом року до органів державної податкової служби податкових декларацій, документів бухгалтерської звітності, передбачених законодавством.

Орган державної реєстрації в десятиденний термін позбавляє суб'єкт підприємництва прав юридичної особи, що є підставою для виключення його з єдиного державного реєстру підприємств і організацій України.

Підприємство діє на основі статуту.

Статут підприємства – це зібрання обов'язкових правил, що регулюють взаємовідносини підприємства з іншими суб'єктами господарювання, а також індивідуальну діяльність.

Статут затверджується власником майна, а для державних підприємств – власниками майна за участю трудового колективу.

У статуті підприємства визначаються: власник та найменування підприємства, його місцезнаходження, предмет і цілі діяльності, його органи управління, порядок їх формування, компетенція та повноваження трудового колективу і його виборчих органів, порядок утворення майна підприємства, умови реорганізації та припинення діяльності підприємства.

У найменуванні підприємства визначається його назва (завод, фабрика, майстерня та інші) і вид (індивідуальне, приватне, колективне, державне та інше).

У статуті підприємства визначається орган, який має право представляти інтереси трудового колективу (рада трудового колективу, рада підприємства, профспілковий комітет та інше).

В Україні для товариств з обмеженою відповідальністю передбачена можливість функціонування на основі модельного статуту.

Модельний статут – це зібрання обов’язкових правил, що встановлює порядок організації і управління товариства з обмеженою відповідальністю, яке затверджене Кабінетом Міністрів України, і за бажанням учасників береться за основу при веденні діяльності.

Модельний статут товариства з обмеженою відповідальністю затверджено Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження модельного статуту товариства з обмеженою відповідальністю» від 16 листопада 2011 року № 1182. Модельний статут товариства з обмеженою відповідальністю складається з наступних розділів: «Загальні положення», «Юридичний статус товариства», «Учасники товариства», «Статутний капітал товариства», «Майно товариства», «Прибуток товариства та його використання. Порядок покриття збитків. Фонди товариства», «Органи товариства», «Загальні збори», «Виконавчий орган товариства», «Ревізійна комісія», «Трудовий колектив товариства», «Облік та звітність», «Порядок внесення змін до Статуту», «Припинення товариства». Детально текст модельного статуту товариства з обмеженою відповідальністю представлено в додатку Д.

3.4 Відповідальність суб'єктів підприємництва

Суть відповідальності суб'єктів підприємництва зводиться до наступного:

- за порушення договірних зобов'язань, кредитно-розрахункової і податкової дисципліни, вимог до якості продукції та інших правил здійснення господарської діяльності підприємство несе відповідальність, передбачену законодавством України;
- сплата штрафів за порушення умов договору, а також відшкодування завданих збитків не звільняють підприємство без згоди споживача від виконання зобов'язань щодо поставок продукції, проведення робіт чи надання послуг.

Підприємство зобов'язане:

- охороняти навколишнє середовище; відшкодувати відповідній раді збитки, завдані нераціональним використанням землі та інших природних ресурсів і забрудненням навколишнього середовища;
- забезпечувати безпеку виробництва, санітарно-гігієнічні норми і вимоги щодо захисту здоров'я його працівників, населення і споживачів продукції;
- у випадках, передбачених законодавством, підприємство зобов'язане сплачувати штрафи відповідним місцевим радам народних депутатів.

Теоретичні питання:

1. Рішення про створення підприємства приймається за погодженням якого державного органу України?
2. Який державний орган дозволяє провадження діяльності у випадках, коли для створення і діяльності підприємства потрібні природні ресурси?
3. Коли підприємство набуває прав юридичної особи?
4. Що таке «статутний фонд»?
5. Опишіть типовий порядок формування статутного фонду підприємства.
6. Що або хто визначає розмір статутного фонду?
7. За рахунок чого акціонерні товариства формують статутний фонд?
8. За рахунок чого формують статутний фонд товариства з обмеженою відповідальністю?
9. Що таке «статут підприємства»?
10. Для підприємств якої організаційно-правової форми в Україні передбачена можливість використання модельного статуту?
11. Які документи подаються для державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи?
12. Опишіть процедуру отримання свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності.

13. Для яких видів діяльності передбачена процедура державної реєстрації?

14. Якою є відповідальність суб'єктів підприємництва?

15. Які передбачено санкції у відношенні до підприємств за порушення договірних зобов'язань, кредитно-розрахункової і податкової дисципліни, вимог до якості продукції та інших правил здійснення господарської діяльності?

Тестові завдання:

1. Первинною ланкою у структурі національної економіки є:

- а) сукупність юридичних осіб;
- б) підприємство;
- в) сукупність індивідуумів;
- г) всі відповіді вірні.

2. Ринкові умови господарювання підприємства не передбачають:

- а) конкуренцію;
- б) централізоване планування;
- в) наявність приватної власності;
- г) свободу підприємницького вибору.

3. Головне завдання підприємства полягає у:

- а) задоволенні потреб ринку з метою одержання прибутку;
- б) ефективному використанні основних фондів і оборотних засобів;
- в) підвищенні продуктивності й ефективній мотивації праці персоналу;
- г) підвищенні якості продукції, що випускається.

4. Основним документом, що регулює діяльність підприємства, є ...

- а) Господарський кодекс України;
- б) статут;
- в) ліцензія;
- г) патент.

5. Підприємство набуває прав юридичної особи з дня ...

- а) укладання і підписання установчих документів;
- б) відкриття розрахункового рахунку в банку;
- в) державної реєстрації;
- г) немає вірної відповіді.

6. Підприємство втрачає права юридичної особи і вважається ліквідованим з моменту:

- а) втрати власної печатки;
- б) виключення з державного реєстру;
- в) створення ліквідаційної комісії;
- г) немає вірної відповіді.

7. Колективний договір укладається ...

- а) лише на державних підприємствах;
- б) на всіх підприємствах;
- в) на підприємствах, де частка держави у майні становить більше 50%;
- г) на всіх промислових підприємствах.

8. Класична модель підприємства орієнтована на:

- а) оновлення економічної системи держави;
- б) активне використання нових управлінських рішень для постійного зростання економічної та соціальної ефективності підприємства;
- в) пошук зовнішніх додаткових джерел ресурсів;
- г) максимально ефективне використання наявних ресурсів.

9. Що включає в себе економічна діяльність підприємства?

- а) складання стратегічної звітності;
- б) стратегічне і поточне планування, облік і звітність, ціноутворення, систему оплати праці, ресурсне забезпечення виробництва;
- в) контроль за діяльністю підприємства;
- г) всі відповіді вірні.

10. Що означає і включає в себе соціальна діяльність підприємства?

- а) підготовка і перепідготовка кадрів;
- б) постійне підтримування на належному рівні умов праці і життя трудового колективу;
- в) своєчасне перерахування коштів в пенсійний фонд;
- г) всі відповіді вірні.

11. Що означає виробнича діяльність підприємства?

- а) складання бізнес-плану;
- б) забезпечення виробничих потужностей випуском продукції певного асортименту відповідно до сировинних ресурсів;
- в) збалансування потреб ринку і можливостей підприємства;
- г) немає вірної відповіді.

12. Що означає післяпродажний сервіс?

- а) доставку до споживача;
- б) пусконаладжувальні роботи в сфері експлуатації (використання) куплених товарів, їх гарантійне технічне обслуговування;
- в) ремонт впродовж строку служби;
- г) всі відповіді вірні.

13. Що таке «статут підприємства»?

- а) це зібрання правил, що регулюють діяльність підприємства та взаємовідносини з іншими господарюючими суб'єктами;
- б) це паспорт підприємства;
- в) це фірмовий знак підприємства;
- г) немає вірної відповіді.

14. Яку роль на підприємстві відіграє колективна угода?

- а) регулює взаємовідносини в трудовому колективі;
- б) регулює виробничі, трудові та економічні відносини трудового колективу з адміністрацією (власником) підприємства, що використовує найману працю;
- в) це угода між робітниками і адміністрацією;
- г) всі відповіді вірні.

15. Підприємництво – це ...

- а) діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, яка спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт (надання послуг);
- б) самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, яка здійснюється суб'єктами господарювання з метою досягнення економічних і соціальних результатів і отримання прибутку;
- в) діяльність суб'єктів господарювання, яка спрямована на створення, впровадження та поширення нововведень у суспільне виробництво з метою підвищення його ефективності;
- г) всі відповіді вірні.

16. Які функції виконує підприємництво?

- а) загальноекономічну, ресурсну, організаційну, соціальну та творчопошукову;
- б) інвестиційну, відтворюючу, розподільчу та інформаційну;
- в) благодійну, комерційну, контролюючу та накопичення;
- г) немає вірної відповіді.

17. Види підприємництва:

- а) соціальне, інноваційне та банківське;
- б) виробниче, комерційно-торговельне та фінансово-кредитне;
- в) будівельне, транспортне та сільськогосподарське;
- г) всі відповіді вірні.

18. Організаційні форми підприємництва в Україні:

- а) товариства, концерни, унітарні підприємства;
- б) трести, акціонерні товариства, холдинги;
- в) будь-які організаційні форми за вибором підприємця, які не заборонені законом;
- г) немає вірної відповіді.

19. Підприємницька діяльність у сфері посередництва практично здійснюється у формі:

- а) агентування;
- б) інноваційної діяльності;
- в) торгово-комерційної діяльності;
- г) біржового підприємництва.

20. Якій сфері підприємницької діяльності властивий підвищений ризик?

- а) виробничого підприємництва;
- б) інноваційного підприємництва;
- в) фінансового посередництва;
- г) торговельного посередництва.

21. Що лежить в основі ефекту підприємницької діяльності?

- а) підприємницька ідея;
- б) новаторська ініціативна діяльність;
- в) бажання і можливості підприємця;
- г) отримання прибутку як результату підприємницької діяльності.

22. Що є передумовою припинення підприємницької діяльності відповідно до Господарського кодексу України?

- а) власна ініціатива підприємця;
- б) закінчення строку дії ліцензії;
- в) припинення існування підприємця;
- г) рішення суду у випадках, передбачених Господарським Кодексом та іншими законами.

23. Оберіть головні умови здійснення підприємницької діяльності:

- а) автономність підприємця, повна відповідальність підприємця за наслідки здійснення своєї діяльності, орієнтація на комерційний успіх;
- б) наявність фінансових ресурсів, доступність інформації, відсутність бар'єрів входження на ринок;
- в) існування незадоволеного попиту споживачів, орієнтація підприємця на комерційний успіх;
- г) всі відповіді вірні.

24. Суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути:

- а) юридичні особи різних форм власності;
- б) правоздатні та дієздатні громадяни України та іноземці;
- в) колективи та об'єднання громадян;
- г) немає вірної відповіді.

25. Підприємницька діяльність здійснюється на основі таких принципів:

- а) вільний вибір діяльності;
- б) вільне наймання працівників і вільне розпорядження прибутком;
- в) залучення і використання матеріально-технічних і фінансових ресурсів, саморозвитку, незалежності;
- г) всі відповіді вірні.

Практичні завдання:

Завдання 1. Уявіть, що Ви хочете започаткувати власну справу. Надайте чіткі відповіді на такі питання:

- 1. Хто є найбільшим виробником аналогічних товарів?
- 2. Чи достатньо приділяють уваги та виділяють засобів на рекламу своїх виробів Ваші конкуренти?
- 3. Які особливості товару конкурентів (його основні характеристики, рівень якості, дизайн, думки покупців)?
- 4. Який рівень цін на продукцію конкурентів?

Відповідаючи на вищезазначені питання, необхідно відображати реальну ситуацію на ринку.

Завдання 2. Вивчивши ринок з точки зору конкурентоспроможності Вашого товару, необхідно розробити план завоювання ринку.

До основних позицій плану маркетингу належать:

- 1. Схема розповсюдження товару. Як Ви продаватимете товар – через власні фірмові магазини, через оптові торговельні організації, через дрібних посередників тощо?
- 2. Ціноутворення. Як Ви визначатимете ціни на свої товари і який рівень рентабельності на вкладені засоби плануєте отримати?
- 3. Реклама. Як організовуватимете рекламу і скільки коштів збираєтеся на це витратити?
- 4. Методи стимулювання продажу. Шляхи досягнення постійного зростання обсягу продажу – за рахунок розширення території збуту чи за рахунок пошуку нових форм залучення покупця?

ТЕМА 4

БІЗНЕС-ПЛАН І ЙОГО РОЛЬ У СТАНОВЛЕННІ ТА РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

4.1 Об'єктивна необхідність планування підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки

У сучасних умовах ринкових трансформацій, коли особливо зростає роль конкурентоздатності підприємства на фоні конкурентної боротьби між підприємствами, постає питання про підвищення ефективності планування на всіх рівнях.

Планування як функція управління, дає змогу правильно орієнтуватися підприємствам у ринковому середовищі, допомагає приймати правильні управлінські рішення, підвищує ймовірність досягнення бажаного успіху.

Планування – це безперервний творчий процес, що має на меті досягнення поставлених цілей за оптимальних витрат ресурсів та приведення можливостей підприємства у відповідність до умов ринку.

Планування – це найперша функція управління, вона передує іншим управлінським функціям і визначає їх сутність.

Планування залежить від ефективного аналізу зовнішнього середовища, об'єктивного оцінювання власних позицій, потребує спільних зусиль та участі всіх складових організацій. Також ця функція передбачає вибір мети, розробку шляху її досягнення та просування ним.

Планування як функція менеджменту полягає в розв'язанні таких глобальних *проблем*:

- якими мають бути цілі організації;
- як має діяти організація, щоб їх досягти.

Планування дає змогу будь-якій організації передбачати майбутнє. Воно виявляється в програмі дій, що охоплюють усі операції підприємства (технічні, фінансові, комерційні). Планування має враховувати періоди, джерела та витрати.

Процес планування передбачає складання перспективних і поточних планів в прогнозів, результатом чого є *бізнес-план*.

Призначення всіх видів планів полягає в забезпеченні колективного розуміння загальних завдань, стратегії й тактики їх виконання, а також урахування ресурсів, що є в розпорядженні.

Розрізняють такі *принципи планування*: об'єктивність, системність, комплексність, оптимальність, єдність інтересів фірми, її персоналу та споживачів, збалансованість, обґрунтованість планів, програм, проспектів, моделей розвитку, пізнання шляхів соціально-економічного розвитку.

Для розробки ефективних планів варто враховувати такі *фактори*: уміння керувати людьми; велика активність; відповідні моральні якості; стійкість і рішучість; необхідні професійні знання в певній галузі; загальна досвідченість в справах (компетентність, досвід роботи).

Передумовою планування вважається прогнозування, яке більш властиве для сучасного конкурентного середовища.

Прогнозування – це визначення об'єктивних тенденцій розвитку бізнесу в майбутньому, а також альтернативних шляхів розвитку і термінів їх реалізації.

Прогноз – це органічна система (частина) планування.

Сьогодні доцільно говорити про адаптивне планування підприємницької діяльності.

Адаптивність – це здатність аналізувати та відслідковувати зміни зовнішнього та внутрішнього середовища та автоматично змінювати алгоритм функціонування та структуру з метою збереження чи досягнення оптимального стану.

Адаптивне планування є складним та багатогранним процесом, який суттєво відрізняється від традиційних моделей планування, що вимагає певних навиків відповідних рівнів ієрархії, які формують та відповідають за реалізацію адаптивних планів.

Однак, запровадження адаптивних механізмів дозволить вітчизняним підприємствам не лише уникати загроз мінливості та нестабільності зовнішнього та внутрішнього оточення функціонування, але й використовувати потенційні можливості для досягнення максимальної ефективності впровадження інноваційних проектів.

В умовах невизначеності зовнішнього середовища та зростаючої конкуренції на ринку планування, підвищуючи ефективність діяльності підприємства, виконує низку завдань, а саме:

- воно є ланцюгом між постановкою цілі та найбільш оптимальним планом її реалізації;
- виявляє потенційні проблеми, нейтралізує вплив негативних наслідків діяльності підприємства;
- дає можливість оцінити практичні кроки досягнення цілей;
- забезпечує основу для оцінки витрат;
- обумовлює єдність загальних цілей всередині підприємства;
- сприяє зниженню ризиків в процесі реалізації планів;
- забезпечує ефективні шляхи досягнення цілей підприємства.

З точки зору обов'язковості планових завдань розрізняють:

- *директивне планування* – це процес прийняття рішень, які мають обов'язковий характер для об'єктів планування;
- *індикативне планування* – це антипод директивного планування тому, що цей план не має обов'язкового до виконання характеру, хоча в ньому можуть бути і обов'язкові завдання. В цілому він має направляючий, рекомендаційний характер.

Залежно від терміну, на який складається план, розрізняють:

- *перспективне планування* – це планування, що охоплює період понад 5 років – 10, 15, 20 років. Такі плани визначають довгострокову стратегію підприємства, соціальний, економічний та науково-технічний розвиток. Таке планування потрібно відрізняти від прогнозування;
- *середньострокове планування* – це планування, що проводиться на період від 1 до 5 років. На деяких підприємствах середньострокове планування сумісне з поточним. У цьому випадку складається п'ятирічний план, в якому перший рік деталізується до рівня поточного плану і є по суті короткостроковим плануванням;

• *поточне планування* – це планування, що охоплює період до 1 року – піврічне, квартальне, місячне, декадне, тижневе і добове планування.

За складом планових рішень розрізняють:

- стратегічне планування;
- оперативно-календарне планування;
- зведене планування загальних результатів;
- фінансове планування.

Особливо важливим для забезпечення економічного розвитку будь-якого суб'єкта підприємництва є проведення грамотного стратегічного планування, помилки під час якого прирікають бізнес на неефективне використання ресурсів, збитковість функціонування та, врешті решт, ліквідацію.

4.2 Місце стратегічного планування в системі менеджменту підприємства

Стратегічне планування є однією з основних функцій стратегічного управління, яка являє собою процес прийняття управлінських рішень щодо стратегічного передбачення (формування стратегій), розподілу ресурсів, адаптації компанії до зовнішнього середовища, внутрішньої організації.

Більшість західних і східних фірм використовують стратегічне планування для того, щоб змінити себе, вийти з безнадійних ситуацій, які сформувались ззовні та в середині підприємства.

Стратегічне планування забезпечує основу для всіх управлінських рішень, функції організації, мотивації і контролю, орієнтовані на розробку стратегічних планів, та має на меті довгострокове забезпечення результативності підприємства і освоєння його нових можливостей.

Тому стратегічне планування має такі характерні ознаки:

• по-перше, на відміну від довгострокового екстраполятивного планування, коли прогноз розроблявся кожною функціональною службою, стратегічне планування базується на виділенні стратегічних зон господарювання та стратегічних господарських центрів;

- по-друге, важливою ознакою стратегічного планування є аналіз як зовнішнього середовища, так і внутрішніх можливостей підприємства;

- по-третє, методика стратегічного планування передбачає розробку багатоваріантної стратегії. Кожен варіант орієнтований на розвиток підприємства в залежності від стану зовнішнього середовища. Тобто розробляється декілька стратегічних альтернатив з урахуванням можливих ситуацій в майбутньому.

Структура процесу стратегічного менеджменту, характерна для таких умов, зображена на рис. 4.1.

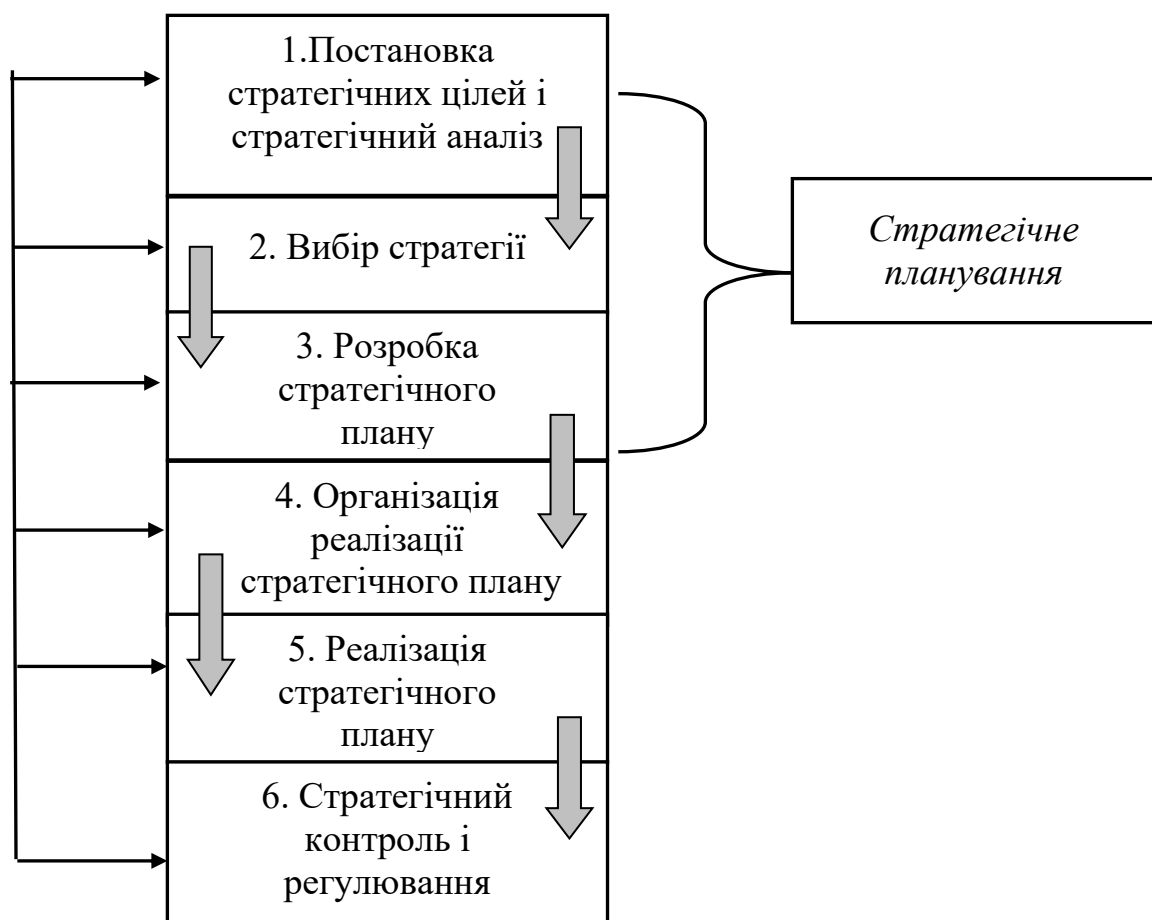


Рис. 4.1. Структура процесу стратегічного менеджменту у відносно стабільних умовах

Ключовим аспектом стратегічного планування діяльності суб'єктів підприємницької та господарської діяльності є розроблення *стратегічного плану*.

Стратегічний план має бути:

- інструментом встановлення, документального оформлення та впровадження в повсякденну діяльність «стратегічного набору» підприємства;

- визначеним за термінами, зорієнтованим у майбутнє;
- визначеним за витратами;
- гнучким, що реагує на зміни в середовищі;
- чітким, ясным, легким для сприймання;
- легким для пояснення та можливим для виконання.

Стратегічний план не має бути:

- п'ятирічним планом розвитку для кожної без винятку компанії (ця вимога дуже знайома всім керівникам пострадянських підприємств);

- жорстким, зорієнтованим на досягнення конкретних виробничих ресурсних і ринкових показників;
- трактатом з бізнесу чи історії бізнесу.

Якщо стратегічний план не відбиває зовнішніх і внутрішніх змін, які, ймовірно, відбуватимуться протягом планового періоду, не містить конкретних заходів та інструментів для їхнього виконання, то його можна вважати марним, тому що він не враховує реальності, а відтак – дезорієнтує.

Стратегічний план має кілька «зрізів»:

- «часовий», який передбачає існування довгострокових планів, проектів і програм (останні за термінами можуть бути більш або менш тривалими відносно загальної системи стратегічного планування);

- «інструментальний», необхідний для виконання стратегічних планів (середньо- та короткострокових планів і бюджетів);

- «функціональний», що визначає напрямки та темпи розвитку (скорочення) окремих функціональних підсистем підприємства (маркетинг, виробництво тощо);

- «ресурсний», котрий визначає потреби та можливості забезпечення окремими видами ресурсів певних виконавців для реалізації стратегічних дій;

- «виконавчий», що вказує на коло залучених до виконання стратегічних заходів ланок і окремих виконавців, що дає змогу побудувати адресну систему стимулювання.

Стратегічний план має складну внутрішню структуру, що відображає багатоцільовий характер діяльності підприємства і зумовлює необхідність формування системи планів, проектів і програм.

Для невеликих і середніх підприємств може розроблятися єдиний план з відповідними розділами, а для великих підприємств і складних організаційних формувань – об'єднань кількох підприємств типу асоціацій, концернів, консорціумів тощо – кожний розділ може мати вигляд розгорненого плану або програми.

Стратегічний план як комплексний плановий документ може складатися з таких розділів:

1. Зміст.
2. Передмова (виконавче резюме).
3. Опис підприємства.
4. Стратегія маркетингу.
5. Стратегія використання конкурентних переваг.
6. Стратегія відновлення продукції, що випускається.
7. Стратегія розвитку виробництва.
8. Стратегія забезпечення виробництва.
9. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності.
10. Стратегія розвитку системи менеджменту.
11. Стратегія природоохоронних заходів підприємства.
12. Стратегічний фінансовий план.
13. Забезпечення реалізації стратегії підприємства.
14. Додатки.

Цей зміст стратегічного плану має індикативний (рекомендаційний) характер. Він може варіюватися й уточнюватися (розширюватися, поглиблюватися) залежно від виду підприємства, рівня планування й обраної базової стратегії.

Передмова являє собою ключ до плану, в ній відображаються:

- значущість продукції, що випускається фірмою, у міжнародному масштабі, у масштабі країни, регіону з точки зору конкурентоспроможності, якості і безпеки використання, ресурсозбереження в споживача; імідж фірми, отримані нею дипломи, призи, кількість патентів і винаходів, отриманих фірмою;

- основні техніко-економічні показники фірми за 5 років і на запланований період, коротка характеристика фондів, капіталів, кадрів фірми;

- показники товарів і фірми в цілому. Номери і дати одержання сертифікатів;

- основні показники технології, організації, менеджменту фірми в динаміці за минулі роки і на перспективу;

- основні методи, підходи, принципи, застосовувані в системі менеджменту фірми;

- факти, що підтверджують надійність діяльності фірми, юридичні й економічні гарантії.

У розділі «Опис фірми», повинні бути розкриті:

- мета фірми;

- організаційно-правова форма фірми;

- особливості статуту фірми;

- зв'язки із зовнішнім середовищем, авторитетними партнерами, компаніями;

- організаційна структура фірми;

- характеристика товарів, що випускаються, їхня конкурентоспроможність на конкретних ринках;

- техніко-економічні показники діяльності фірми за минулий період і на майбутнє та інші дані, що не становлять комерційної таємниці.

У розділі «Стратегія маркетингу» повинні бути розроблені:

- концепція стратегічного маркетингу застосовуваного фірмою;

- функції і завдання відділу маркетингу;

- технологія і результати стратегічної орієнтації ринку;

- стратегія ціноутворення, прогнози цін на товари фірми;

- стратегія охоплення ринків;

- стратегія розробки нових товарів;

- вибір ресурсної стратегії;

- вибір методів і способів поширення товарів;

- стратегія стимулювання збуту товарів;

- вибір стратегії реклами товару;

- вибір стратегії розвитку фірми на перспективу;

- нормативи конкурентоспроможності товарів.

У розділі «Стратегія використання конкурентних переваг фірми» повинні бути описані:

- аналіз факторів макросередовища, інфраструктури регіону і макросередовища підприємства;
- аналіз стану техніки, технології, організації, кадрів, систему менеджменту підприємства;

Аналіз розділу «Стратегія маркетингу» включає:

- виявлення конкурентних переваг фірми;
- вибір і обґрунтування стратегічних факторів конкурентної переваги фірми;
- адаптація стратегічних факторів і переваги до стратегії фірми.

У розділі «Стратегія відновлення продукції, що випускається» повинні бути висвітлені:

- результати експертизи розділу «Стратегія маркетингу»;
- побудова дерева ефективності товарів фірми;
- стратегія підвищення якості товарів;
- стратегія ресурсозбереження на фірмі;
- прогноз показників конкурентоспроможності товарів фірми основних конкурентів;
- опис наукових підходів, систем, принципів, методів, технологій, що були застосовані при розробці стратегії поновлення продукції, що випускається;
- техніко-економічне обґрунтування інвестиційних проектів, їхнє узгодження.

У розділі «Стратегія розвитку виробництва» повинен бути викладений:

- аналіз організаційно-технічного рівня виробництва;
- аналіз соціального розвитку колективу;
- аналіз стратегій розвитку виробництва;
- аналіз організаційної структури фірми;
- аналіз параметрів «входу» системи і її «виходу»;
- прогнозування перерахованих аспектів стратегії виробництва;
- техніко-економічне обґрунтування прогнозів.

У розділі «Стратегія забезпечення виробництва» повинні бути висвітлені:

- аналіз якості методичного, інформаційного, ресурсного, правового забезпечення виробництва;

- налагодження оптимальних зв'язків з постачальниками ресурсів, інформації, документів;
- виявлення нових вимог виробництва до «входу» системи;
- техніко-економічне обґрунтування й узгодження заходів щодо реалізації цілей і завдань.

У розділі «Стратегічний фінансовий план фірми» повинні бути розроблені:

- економічні показники (ціна, рентабельність, ефективність) конкретних товарів на конкретних ринках;
- економічні показники функціонування фірми (обсяг продажу, прибуток, показники використання різних видів ресурсів, загальні економічні показники, стійкість фірми);
- прогноз зміни фінансових показників за товарами, ринками, фірми в цілому.

У розділі «Стратегія міжнародної діяльності фірми» повинні бути описані:

- стратегічні цілі експортера;
- стратегічні цілі імпортера;
- прогнозування і вибір стратегії міжнародної діяльності фірми;
- лізингові, орендні угоди;
- можливості міжнародного співробітництва та кооперування.

У розділі «Стратегія розвитку системи менеджменту» повинні бути відображені:

- аналіз якості й ефективності функціонування системи менеджменту фірми за минулі роки;
- виявлення «вузьких» місць у структурі, змісті і взаємозв'язках компонентів системи менеджменту фірми;
- структурні зміни й удосконалення функцій менеджменту;
- розвиток комунікацій і системи мотивації.

У розділі «Стратегія природоохоронної діяльності й екологічної безпеки» повинні бути викладені:

- аналіз якості природоохоронних заходів за минулі роки; дотримання підприємством правових норм екологічного і природоохоронного характеру;
- заходи щодо раціональної витрати відходів виробництва, а також вторинних паливних і енергетичних ресурсів;

- зсув процесів у часі, пов'язаний з великим виділенням шкідливих речовин в атмосферу;

- систему обліку екологічних наслідків прийнятих стратегічних рішень.

У розділі «Забезпечення реалізації стратегії фірми» повинні бути розкриті:

- аналіз існуючої системи реалізації стратегії фірми за останні 5 років;

- виявлення «вузьких» місць в організації процесів (насамперед у частині виконання принципів пропорційності, безперервності, ритмічності часткових процесів), контролю й обліку виконання стратегічних планів, системи мотивації, регулювання;

- розробка нової стратегії забезпечення виробництва нормативно-методичною документацією, кресленнями, проектами й інформацією;

- доведення стратегічних цілей і завдань до виконавців, і забезпечення їх необхідними ресурсами;

- підбір, навчання і перенавчання робочих кадрів та працівників апарату управління.

У «Додаток» до «Стратегії управління підприємством» рекомендується включати такі матеріали:

- характеристика конкурентів (більш докладна, ніж у розділі 4);

- інструкції, методики, стандарти, описи технологій, програми та інші допоміжні матеріали;

- вихідні данні для розрахунків;

- пояснювальні записки та інші матеріали.

4.3 Бізнес-план як інструмент планування підприємницької діяльності: сутність, структура, види, функції, етапи розробки

Бізнес-план — це письмовий документ, в якому викладена сутність підприємницької ідеї, шляхи й засоби її реалізації та охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ним.

Бізнес-план підсумовує ділові можливості та перспективи, пояснює, які можливості можуть бути реалізовані існуючою командою менеджерів. Бізнес-план дає можливість визначити життєздатність фірми за умов конкуренції, прогнозує процеси розвитку виробництва, конкретизує шляхи досягнення мети і подолання перешкод, є чинником, що стимулює інтереси потенційних інвесторів у їхніх пошуках вкладання коштів у розвиток виробництва. Бізнес-план відіграє важливу роль як на стадіях організації, так і на стадіях функціонування підприємницької діяльності в умовах ринкових економічних відносин, оскільки у ньому обґрунтовується діяльність підприємства і прогнозування результатів цієї діяльності.

Бізнес-план – це документ, який містить обґрунтування головних заходів, які будуть здійснені для реалізації певного комерційного проекту чи створення нової фірми.

Бізнес-план – це документ, що охоплює всі основні аспекти виробничої, комерційної і інших видів діяльності.

Укладається терміном на 3-5 років із розбивкою по роках. Систематично коригується в залежності від кон'юнктури ринку і таким чином адаптується до ринкових ситуацій.

Бізнес-план починається з кінця, тобто з *резюме*. Складається в останню чергу, коли складені всі розділи текстової частини і розраховані всі фінансові показники проекту. Містить стислий виклад суті та найважливіші показники проекту.

Перелік основних питань, що мають бути відображені в резюме:

- 1) Виробництвом і реалізацією якого товару (наданням яких послуг) займатиметься Ваше підприємство?
- 2) Хто буде Вашим покупцем?
- 3) Яким буде обсяг продажів (виручка) за 1-й рік роботи?
- 4) Яка сума всіх витрат на реалізацію проекту?
- 5) Яким повинен бути обсяг фінансування для реалізації проекту?
- 6) Які джерела фінансування проекту?
- 7) Основні показники проекту: загальний прибуток (дохід) за період, величина грошових коштів у кінці першого року роботи, рентабельність діяльності, рентабельність вкладень власних засобів, рентабельність загальних вкладень.

Вимоги до складання даного розділу: обсяг – 1,5-2 сторінки; виклад має бути гранично простим і лаконічним, мінімум спеціальних термінів.

1. *Характеристика товару (послуги).* У даному розділі необхідно чітко відповісти на такі питання:

1) Який саме товар (або послугу) Ви запропонуєте покупцям (детальний опис продукції і послуг, основні споживчі характеристики: розмір, вага, термін користування, естетичність, дизайн)?

2) Які потреби покликаний задовольняти Ваш товар?

3) У чому особливість Вашого товару, чому споживачі відрізнятимуть його від товарів Ваших конкурентів і віддаватимуть йому перевагу?

4) Якою буде упаковка?

5) Якими будуть умови сервісного післяпродажного обслуговування (якщо ваш товар – механічний виріб)?

2. *Оцінка ринку збуту.* Досвід показує, що невдача значної кількості бізнес-проектів пов'язана із недостатнім вивченням ринку та переоцінкою його місткості. Не визначивши місце майбутнього товару на ринку, можна витратити багато коштів, однак товар залишиться на складах, а послуга небажаною.

Отже, в даному розділі необхідно визначити:

1) Хто буде покупцем Вашого товару? Чому він вибере саме Ваш товар (за вищу, ніж у конкурента якість, за більш низьку ціну, за післяпродажне обслуговування та ін.)?

2) Який обсяг Вашого товару може спожити ринок?

Слід зазначити, що в даному і в наступних розділах, роблячи прогноз або оцінюючи існуючу ситуацію, необхідно користуватися достовірними джерелами інформації, посилання на які мають бути відображені в бізнес-плані.

Обсяг продажів необхідно прогнозувати в двох напрямках.

З одного боку, необхідно виділити сегмент ринку, на який Ви поставлятимете свій товар, вік потенційних покупців, їх чисельність, середнє споживання Вашого товару окремою фізичною особою, кількість оптових покупців-посередників і приблизний обсяг їх продажів. Оцінка обсягів власного продажу визначається як 2-5 % (у деяких випадках до 10 %) від отриманої кількості потенційних продажів.

З іншого боку, визначившись із переліком устаткування, обсяг продажів продукції визначається як 20-40 % від його потужності (максимально можливого обсягу виробництва).

Порівнюючи дві отримані оцінки, обсяг запланованих продажів приводиться до єдиного числа. Якщо два числа дуже відрізняються один від одного, необхідно відкоригувати обрані відсотки.

Дуже важливо до оцінки ринку збуту ставитися песимістично і занижувати обсяг продажів. Це дозволить реалістичніше скласти бізнес-план.

Отриманий обсяг виробництва з кожним роком може поступово збільшуватися в міру розвитку підприємства.

3. Конкуренція. У цьому розділі необхідно відповісти на питання:

- 1) Хто є найбільшим виробником аналогічних товарів?
- 2) Чи достатньо приділяють уваги та виділяють засобів на рекламу своїх виробів Ваші конкуренти?
- 3) Які особливості товару конкурентів (його основні характеристики, рівень якості, дизайн, думки покупців)?
- 4) Який рівень цін на продукцію конкурентів?

Істотним недоліком бізнес-плану, який спричинить зниження оцінки, вважатиметься відсутність цін на товари або послуги конкурентів. Відповідаючи на вищезазначені питання, необхідно відображати реальну ситуацію на ринку.

4. Стратегія маркетингу. Вивчивши ринок з точки зору конкурентоспроможності Вашого товару, необхідно розробити план завоювання ринку.

До основних позицій плану маркетингу належать:

- 1) Схема розповсюдження товару. Як Ви продаватимете товар – через власні фірмові магазини, через оптові торговельні організації, через дрібних посередників тощо?
- 2) Ціноутворення. Як Ви визначатимете ціни на свої товари і який рівень рентабельності на вкладені засоби плануєте отримати?
- 3) Реклама. Як організовуватимете рекламу і скільки коштів збираєтеся на це витратити?
- 4) Методи стимулювання продажу. Шляхи досягнення постійного зростання обсягу продажу – за рахунок розширення

території збуту чи за рахунок пошуку нових форм залучення покупця?

5) Організація післяпродажного обслуговування клієнтів (для технічних товарів). Як буде організована служба сервісу? Скільки коштів Вам на це буде потрібно?

6) Формування громадської думки про Ваш товар (послугу). Шляхи формування позитивної репутації товару (послуги) і самої фірми в очах громадськості.

5. Виробничий план. У даному розділі наводяться: загальні відомості про підприємство, розрахунок капітальних витрат і виробничих витрат на планований обсяг збуту; прямі (змінні) і загальні (постійні) витрати на виробництво продукції, кошторис поточних витрат на виробництво. Всі розрахунки необхідно подати у формі таблиці.

До загальних відомостей про підприємство належать: опис місця розміщення підприємства (у багатьох випадках визначальний чинник для успіху проекту); наявність необхідних транспортних зв'язків, інженерних мереж (електроенергія, вода, тепло, каналізація, зв'язок та ін.), ресурсів; близькість до ринку збуту; інформація про виробничі приміщення та відомості про умови оренди.

Також необхідно передбачити витрати на поточний ремонт приміщень. Дана сума витрат буде складовою частиною стартового капіталу.

Наступним кроком у розробці виробничого плану є розрахунок потреби в основних фондах

Слід врахувати, що амортизація нараховується лише на власні основні фонди, а на орендовані або взяті на умовах лізингу активи амортизацію нараховує орендодавець або лізингова компанія.

При визначенні норми амортизації враховуються мінімально допустимі строки корисного використання основних засобів відповідно до Податкового кодексу України.

Далі приводиться розрахунок поточних витрат на виробництво продукції: витрати на сировину і матеріали, комплектуючі вироби, електроенергію, паливо та ін.

У даному розділі слід максимально врахувати всі можливі види витрат, пов'язані зі здійсненням вибраного виду діяльності.

6. Організаційний план. У цьому розділі необхідно розкрити питання: з ким Ви збираєтеся організовувати свою справу, як Ви плануєте налагодити роботу свого персоналу, зокрема:

1) На наявних працівників надається коротка характеристика: кваліфікація, досвід роботи, їх корисність для підприємства.

2) Якщо необхідно набрати працівників, то в даному розділі треба зазначити вимоги до них, посадові обов'язки та способи залучення (на постійну роботу чи за сумісництвом).

3) Надається організаційна схема підприємства, у якій має бути чітко визначено: хто і чим займатиметься; як взаємодіятимуть всі учасники виробничого процесу; хто кому підпорядковуватиметься; хто кого контролюватиме.

4) Розкривається питання оплати праці та її стимулювання.

За окремою статтею витрат розраховується єдиний внесок на соціальне страхування.

7. Оцінка ризику та страхування. При складанні бізнес-плану важливо передбачити всі види ризику, з якими може зіткнутися фірма, їх джерела і момент виникнення.

Різновиди ризиків:

- пожежі та землетруси (природні);
- страйки і міжнаціональні конфлікти (форс-мажорні ситуації);
- зміна в податковому регулюванні, коливання валютних курсів (економічні);
- погодні;
- виробничі.

Звичайно, вірогідність кожного ризику є різною, як і сума збитків, які вони можуть викликати. Тому в бізнес-плані потрібна хоча б орієнтовна оцінка того, які ризики для фірми найбільш вірогідні і які витрати можуть виникнути в разі їх настання.

Для великих проектів необхідний ретельний прорахунок ризиків з використанням математичного апарату теорії вірогідності.

Для більш простих і дешевих проектів достатньо аналізу ризиків за допомогою чистих експертних методів.

Визначивши можливі ризики, до яких може бути схильна Ваша фірма, Ви повинні відповісти на питання: Як зменшити ризики і втрати?

Відповідь на це питання ви одержите, проаналізувавши:

1) організаційні заходи щодо профілактики ризиків. Наприклад, при ризику збоїв у графіку залізничних перевезень сировини ви можете визначити альтернативну програму перевезення за допомогою автомобільного транспорту;

2) опис програми страхування ризиків. У даний час система страхування вже досить розвинена і в принципі можна страхувати кожен свій крок: від купівлі неякісного устаткування до пожежі на складі готової продукції. У бізнес-плані необхідно обов'язково вказати, які типи страхових полісів і на яку суму ви плануєте придбати. Сума страховки входить у загальні витрати підприємства як постійні витрати.

8. Фінансовий план. У цьому розділі необхідно узагальнити матеріал усіх попередніх розділів і подати його у вартісному вираженні. Для цього необхідно розробити декілька підрозділів фінансового плану.

8.1 Стартовий капітал підприємства. До стартового капіталу підприємства належать наступні види витрат. Одноразові витрати на створення підприємства виділяються на: процес реєстрації фірми, одержання печатки і штампів, відкриття рахунків у банках, становлення на облік в органах статистики, податковій інспекції, держадміністрації та ін. Якщо вибраний вид діяльності вимагає проходження дозвільної системи (отримання ліцензії, сертифікація продукції або виробництва, реєстрація штрих-кодів на продукцію), розмір одноразових витрат значно зростає. Придбання основних фондів необхідно планувати із врахуванням витрат на їх транспортування і пусконаладжувальні роботи.

При виділенні коштів на формування виробничого запасу необхідно враховувати тривалість виробничого циклу і терміни реалізації продукції. Якщо кошти від реалізації продукції починають надходити через тиждень після запуску виробництва, то і виробничий запас необхідно розраховувати не більше ніж на десять днів роботи підприємства, а не на квартал, півріччя або рік роботи.

У такому разі витрати підприємства на оренду приміщень, електроенергію, заробітну плату та ін. у розмірі стартового капіталу можна не враховувати.

Якщо ж виробничий цикл займає півроку і більше, то в стартовому капіталі необхідно враховувати всі види витрат, які підприємство матиме до моменту надходження коштів від реалізації продукції.

8.2 Джерела фінансування підприємства. Після розрахунку розміру стартового капіталу необхідно визначитися з джерелами фінансування підприємства та скласти баланс грошових витрат і надходжень. Це документ, що дозволяє оцінити, скільки грошей необхідно вкласти в проект залежно від часу, тобто скільки грошей необхідно до початку реалізації проекту і вже в процесі виробництва. Що стосується джерел фінансування, то вони можуть бути різні: власні кошти, кредити, акції та ін.

Залучаючи кредитні ресурси до купівлі основних фондів, погашення тіла кредиту зазвичай проводиться за іншою схемою.

8.3 Визначення змінних і постійних витрат. Класифікація витрат на змінні і постійні необхідна для розрахунку точки беззбитковості, яка показує, який обсяг продукції або послуг повинне реалізовувати підприємство для того, щоб не мати збитків від своєї діяльності.

Умовно-змінні витрати – це витрати, що змінюються в прямій залежності від рівня виробництва (пов'язані безпосередньо з виробництвом продукції).

Умовно-постійні витрати (накладні витрати) – це витрати, які залишаються незмінними при зміні рівня виробництва (орендна плата, плата за теплопостачання та ін.).

Якщо оплата праці всього персоналу підприємства здійснюється погодинно, відповідно до посадових окладів, то витрати за даною статтею і соціальні відрахування будуть належати до постійних витрат.

8.4 Калькуляція собівартості продукції. Калькуляція собівартості продукції на підприємстві складається для визначення відпускної ціни одиниці товару

Якщо підприємство працює на фіксованому 10% податку, відпускна ціна розраховується без податку на додану вартість (ПДВ).

Якщо підприємство працює на загальній системі оподаткування, то витрати, які підприємство має з врахуванням ПДВ, повинні в калькуляції враховуватися без ПДВ. Для цього статтю «Витрати з ПДВ» зменшують на 16,67 % (одну шосту).

Прибуток розраховується за прийнятою нормою прибутку від повної собівартості продукції.

Якщо ціна встановлюється на рівні ринкових цін, то прибуток розраховується як різниця між ціною і повною собівартістю.

Відпускна ціна з ПДВ розраховується як:

$$Ц_{з\ ПДВ} = Ц_{без\ ПДВ} \cdot 1,2. \quad (4.1)$$

8.5 Баланс доходів і витрат підприємства. Упродовж першого року роботи обсяг продажу необхідно поступово збільшувати.

За другий і наступні роки дані наводяться із врахуванням виходу підприємства на заданий обсяг виробництва.

У фінансовому плані (балансі доходів і витрат) необхідно класифікувати витрати підприємства на: витрати, які здійснюються з врахуванням ПДВ, і витрати без ПДВ.

До витрат з ПДВ належать такі витрати підприємства: на сировину і матеріали, напівфабрикати і комплектуючі, електроенергію, паливо і паливно-мастильні матеріали, тару і упаковку, зв'язок, запчастини та інструменти, комунальні послуги, рекламу тощо.

Без ПДВ розраховуються: витрати по заробітній платі; соціальні платежі; амортизаційні відрахування; оренда приміщень; страхування; значна частина послуг, наданих зі сторони; відсоток по кредиту; податки; витрати на відрядження.

ПДВ з доходу (податкове зобов'язання) – це зобов'язання підприємства по виплаті ПДВ перед державою.

ПДВ з витрат (податковий кредит) – це вже виплачений підприємством ПДВ, який зменшує зобов'язання підприємства з ПДВ.

Різниця між податковим зобов'язанням і кредитом з ПДВ дає платіж підприємства з ПДВ за даний період.

8.6 Розрахунок показників ефективності діяльності підприємства. Розрахунок точки беззбитковості, тобто такого обсягу виробництва, при якому витрати на виробництво дорівнюватимуть доходу від продажу товару.

Для розрахунку точки беззбитковості скористаємося формулою:

$$ТБ = \frac{УПВ}{Ц - УЗВ}, \quad (4.2)$$

де ТБ – точка беззбитковості (кількість вироблених товарів, при якій буде досягнута беззбитковість бізнесу), шт.;

УПВ – умовно-постійні витрати, грн. (п. 8.3);

Ц – ціна за одиницю товару, грн./шт. (п. 8.4);

УЗВ – умовно-змінні витрати, необхідні для виготовлення одиниці товару, грн./шт. (п. 8.3).

Розрахунок необхідно робити для декількох (не менше трьох) рівнів можливої ціни реалізації, щоб мати можливість оцінити вплив ринкових умов на прибутковість фірми.

Розрахунок терміну окупності проекту здійснюється так:

$$T_{ок} = \frac{СК}{ЧП + А}, \quad (4.3)$$

де СК – розмір стартового капіталу, грн.;

ЧП – чистий прибуток підприємства за рік, грн.;

А – амортизаційні відрахування підприємства за рік, грн.

Загальний рівень рентабельності підприємства розраховується за формулою

$$R_{заг} = \frac{БП}{S_{заг}} \cdot 100\%, \quad (4.4)$$

де БП – балансовий прибуток, грн.;

S_{заг} – загальна виробнича собівартість, грн.

Дані для розрахунку загального рівня рентабельності беруться за рік.

Ступінь деталізації бізнес-плану залежить від характеристики фірми незалежно від того, належить вона до сфери послуг чи до виробничої сфери.

Специфіка бізнес-плану полягає в тому, що це комплексний документ, який відображає всі основні аспекти підприємницького проекту. В ньому розглядається широке коло проблем, на які може натрапити підприємець і визначаються способи їх розв'язання.

Водночас слід зазначити, що принципи управління за допомогою бізнес-плану передбачають необхідність урахування в процесі розробки конкретного бізнес-плану багатьох специфічних для даного підприємницького проекту факторів.

Відтак з'являється можливість класифікувати бізнес-плани за певними ознаками:

- 1) за сферою бізнесу (виробництво, будівництво, роздрібна та оптова торгівля, надання послуг, посередницька діяльність тощо);
- 2) за масштабами бізнесу (великий, середній, малий);
- 3) за характеристиками продукту бізнесу (традиційний, принципово новий, виробничо-технічного чи споживчого призначення).

У межах кожної класифікаційної ознаки можна виокремлювати й розробляти:

- а) повний бізнес-план комерційної ідеї або інвестиційного проекту (для потенційних партнерів та інвесторів);
- б) бізнес-план фірми (для ради директорів або зборів акціонерів);
- в) бізнес-план структурного підрозділу (для вищого керівництва фірми).

Можуть також складатися спеціальні (скорочені) бізнес-плани для певного кола зацікавлених осіб, а також бізнес-плани розвитку конкретного регіону для органів із бюджетними повноваженнями.

У ринковій системі господарювання бізнес-план виконує дві найважливіші функції:

1) *зовнішню* – ознайомити різних представників ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї;

2) *внутрішню* (життєво важливу для діяльності самого підприємства) – опрацювати механізм самоорганізації, тобто цілісну, комплексну систему управління реалізацією підприємницького проекту.

Традиційно бізнес-план розглядається як інструмент залучення необхідних для реалізації проекту фінансових ресурсів. Зовнішні інвестори та кредитори ніколи не вкладатимуть гроші в бізнес, якщо не ознайомляться з ретельно підготовленим бізнес-планом.

Такий план має переконати потенційних інвесторів у тому, що підприємницький проект має чітко визначену стратегію успіху та заслуговує на фінансову підтримку.

Не менш важливою є і внутрішня функція бізнес-плану, в межах якої можна виділити два напрямки його застосування:

1) як інструменту стратегічного планування та оперативного управління діяльністю підприємства. Розробка бізнес-плану вимагає визначення не тільки стратегічних напрямків і цілей діяльності, а й оперативних дій для досягнення таких.

Тобто бізнес-план є основою поточного планування всіх аспектів діяльності підприємства, він сприяє глибшому усвідомленню працівниками особистих завдань, пов'язаних зі спільним для них бізнесом;

2) як механізму аналізу, контролю й оцінки діяльності підприємства. Бізнес-план дає змогу аналізувати, контролювати й оцінювати успішність діяльності в процесі реалізації підприємницького проекту, виявляти відхилення від плану та своєчасно коригувати напрямки розвитку бізнесу.

Таким чином, в умовах ринкової системи господарювання бізнес-план – це активний робочий інструмент управління, відправний пункт усієї планової та виконавчої діяльності підприємства.

Якщо йдеться про розробку бізнес-плану для розширення вже наявного бізнесу, то необхідність у початковій стадії відпадає. Обґрунтовуючи проект удосконалення діяльності підприємства, теж можна обмежитися лише основною стадією.

Розглянемо докладніше кожен зі стадій розробки бізнес-плану.

Початкова стадія. Опрацювання бізнес-плану для заснування нового бізнесу починається з розробки концепції, тобто тих принципових рішень, які закладаються в його основу.

У межах роботи над концепцією майбутнього бізнесу:

- 1) здійснюється пошук підприємницької ідеї;
- 2) вибирається сфера діяльності;
- 3) обґрунтовується доцільна форма організації бізнесу;
- 4) приймається рішення щодо способу започаткування бізнесу.

Найвідповідальнішим етапом, від якого багато в чому залежать усі інші рішення щодо створення бізнесу, є пошук ідеї майбутнього бізнесу. Джерелами таких ідей найчастіше бувають:

- вивчення запитів і побажань споживачів; критичний аналіз товарів, які випускають інші фірми;
- бесіди з продавцями торговельних закладів;
- вивчення технічної літератури та патентної інформації;
- результати власних досліджень і розробок.

Для пошуку підприємницьких ідей використовуються різноманітні методи («мозкового штурму», конференції ідей, «колективного блокнота», контрольних запитань, фокальних об'єктів тощо).

Вибір сфери підприємницької діяльності (виробництво, оптова торгівля, роздрібна торгівля, послуги, будівництво, фінансова діяльність тощо) відбувається з урахуванням:

- 1) суті та спрямованості самої ідеї майбутнього бізнесу;
- 2) особистих факторів (власний практичний досвід та потенціал, наявність відповідної освіти та знань, відповідність сфери бізнесу інтересам і вподобанням самого підприємця);
- 3) зовнішніх факторів (реальна економічна ситуація, законодавчо заборонені сфери й види діяльності, необхідність ліцензування діяльності, державні пріоритети в розвитку окремих галузей, сучасні й майбутні потреби споживачів, ступінь конкуренції в галузі, стадії життєвого циклу виробів, наявність необхідних ресурсів, інші специфічні зовнішні фактори).

Будь-яка підприємницька діяльність відбувається в межах певної організаційної форми.

Процедура вибору організаційно-правової форми бізнесу передбачає:

1) визначення форм організації бізнесу, які відповідають законодавству України;

2) визначення особливостей, переваг і недоліків кожної з цих форм;

3) визначення критеріїв вибору форми організації бізнесу (ступінь відповідальності, ситуація з податками, обсяг фінансових потреб для започаткування бізнесу, ступінь контролю за фірмою, можливість залучення інших власників, наявність управлінських здібностей у підприємця, можливість зростання бізнесу в майбутньому чи простота його ліквідації);

4) безпосередній вибір форми організації бізнесу.

До основних питань опрацювання концепції майбутнього бізнесу належить також вибір способу започаткування бізнесу. Традиційно розглядають три основні способи започаткування бізнесу:

1) створення нового підприємства «з нуля»;

2) придбання фірми, що вже існує;

3) придбання франшизи, тобто ліцензії, яка надає підприємцеві (фірмі) право на продаж (виробництво, заняття певною діяльністю) товарів чи послуг, у великої фірми, яка вже добре відома споживачам.

Підготовча стадія. Наявність концепції власної справи ставить перед підприємцем велику кількість цілком конкретних запитань. Чим його бізнес відрізнятиметься від бізнесу конкурентів? Що сприятиме або заважатиме його становленню та розвитку? На які конкурентні переваги слід орієнтуватися? Якими мають бути програма дій та пріоритети діяльності майбутнього бізнесу?

Отримати відповіді на них — це завдання підготовчої стадії розробки бізнес-плану. Відтак, на підготовчій стадії:

1) збирається та аналізується маркетингова, виробнича, фінансова й загальноекономічна інформація про майбутній бізнес (процес формування інформаційного поля бізнес-плану).

Чим більше інформації буде зібрано, тим більш обґрунтованими будуть наступні розрахунки;

2) з'ясовуються сприятливі можливості та загрози розвитку бізнесу в зовнішньому середовищі. Для вивчення факторів зовнішнього середовища всю їх сукупність, як правило, поділяють на три групи: загальноекономічні фактори, галузеві фактори, конкуренти;

3) оцінюються сильні та слабкі сторони фірми. Сильні сторони фірми – це її особливі, унікальні або принаймні оригінальні способи конкурентної боротьби. Слабкі сторони фірми – це те, в чому фірма відстає від конкурентів;

4) визначається місія фірми, тобто головне призначення, специфічна роль, особливий шлях у бізнесі, що відрізнятимуть її від конкурентів;

5) формулюються конкретні цілі діяльності фірми, тобто чітко визначається те, чого фірма хоче досягти за певний проміжок часу;

6) аналізуються стратегічні альтернативи та вибирається стратегія діяльності фірми. Вибираючи стратегію, підприємець, як правило, орієнтується на одну з можливих типових стратегій бізнесу: контроль за витратами, диференціацію, фокусування.

Основна стадія – це безпосереднє опрацювання бізнес-плану. Головна мета цієї стадії – довести економічну доцільність створення даного бізнесу, переконливо показати, як саме гроші чи інші ресурси потенційного інвестора забезпечать йому очікуваний зиск. Звичайно, зробити це можна за допомогою ретельно підготовленого бізнес-плану. При цьому сформульовані на початковій і підготовчій стадіях концепція, місія, цілі та стратегія майбутнього бізнесу утворюють «каркас» бізнес-плану, визначають його спрямованість, логіку побудови і зміст відповідних розділів.

Більшість підприємців опрацьовують бізнес-плани для залучення інвесторів до фінансування свого проекту.

Найскладнішою та найбільш повною щодо висвітлення питань є процедура розробки бізнес-плану для виробничої діяльності. Тому далі розглядатимемо структуру, зміст і методику розробки бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність.

Теоретичні питання:

1. Що таке «планування»?
2. Назвіть принципи планування як базової функції управління економічним розвитком суб'єктів підприємницької та господарської діяльності.
3. Які фактори необхідно враховувати при розробленні планів економічного розвитку суб'єктів підприємництва?
4. Що таке «адаптивне планування»?
5. У чому полягає відмінність директивного та індикативного планування діяльності економічних суб'єктів?
6. Яким чином класифікуються плани економічного розвитку суб'єктів підприємництва за терміном (періодом)?
7. Яким чином класифікуються плани економічного розвитку суб'єктів підприємництва за складом планових рішень?
8. Що таке «стратегічне планування»?
9. Окресліть місце стратегічного планування в системі стратегічного управління економічним розвитком суб'єктів підприємницької та господарської діяльності.
10. Назвіть і дайте характеристику розділам стратегічного плану підприємства.
11. Що таке «бізнес-план»?
12. Перелічіть основні питання, що мають бути відображені в резюме бізнес-плану.
13. Розкрийте суть розділу бізнес-плану «Характеристика товару (послуги)».
14. Розкрийте суть розділу бізнес-плану «Оцінка ринку збуту».
15. Розкрийте суть розділу бізнес-плану «Конкуренція».
16. Розкрийте суть розділу бізнес-плану «Стратегія маркетингу».
17. Розкрийте суть розділу бізнес-плану «Виробничий план».
18. Розкрийте суть розділу бізнес-плану «Організаційний план».
19. Розкрийте суть розділу бізнес-плану «Оцінка ризику та страхування».

20. Розкрийте суть розділу бізнес-плану «Стартовий капітал підприємства».

21. Розкрийте суть розділу бізнес-плану «Джерела фінансування підприємства».

22. Розкрийте суть підрозділу бізнес-плану «Джерела фінансування підприємства» «Визначення змінних і постійних витрат».

23. Розкрийте суть підрозділу бізнес-плану «Джерела фінансування підприємства» «Калькуляція собівартості продукції».

24. Розкрийте суть підрозділу бізнес-плану «Джерела фінансування підприємства» «Розрахунок показників ефективності діяльності підприємства».

25. Розкрийте суть підрозділу бізнес-плану «Джерела фінансування підприємства» «Баланс доходів і витрат підприємства».

Тестові завдання:

1. Планування – це ...

- а) безперервний творчий процес, що має на меті досягнення поставлених цілей за оптимальних витрат ресурсів та приведення можливостей підприємства у відповідність до умов ринку;
- б) здатність аналізувати та відслідковувати зміни зовнішнього та внутрішнього середовища та автоматично змінювати алгоритм функціонування та структуру з метою збереження чи досягнення оптимального стану;
- в) визначення об'єктивних тенденцій розвитку бізнесу в майбутньому, а також альтернативних шляхів розвитку і термінів їх реалізації;
- г) органічна частина управління економічними процесами.

2. Прогнозування – це ...

- а) безперервний творчий процес, що має на меті досягнення поставлених цілей за оптимальних витрат ресурсів та приведення можливостей підприємства у відповідність до умов ринку;
- б) здатність аналізувати та відслідковувати зміни зовнішнього та внутрішнього середовища та автоматично змінювати алгоритм

функціонування та структуру з метою збереження чи досягнення оптимального стану;

в) визначення об'єктивних тенденцій розвитку бізнесу в майбутньому, а також альтернативних шляхів розвитку і термінів їх реалізації;

г) органічна частина управління економічними процесами.

3. Адаптивність – це ...

а) безперервний творчий процес, що має на меті досягнення поставлених цілей за оптимальних витрат ресурсів та приведення можливостей підприємства у відповідність до умов ринку;

б) здатність аналізувати та відслідковувати зміни зовнішнього та внутрішнього середовища та автоматично змінювати алгоритм функціонування та структуру з метою збереження чи досягнення оптимального стану;

в) визначення об'єктивних тенденцій розвитку бізнесу в майбутньому, а також альтернативних шляхів розвитку і термінів їх реалізації;

г) органічна частина управління економічними процесами.

4. Прогноз – це ...

а) безперервний творчий процес, що має на меті досягнення поставлених цілей за оптимальних витрат ресурсів та приведення можливостей підприємства у відповідність до умов ринку;

б) здатність аналізувати та відслідковувати зміни зовнішнього та внутрішнього середовища та автоматично змінювати алгоритм функціонування та структуру з метою збереження чи досягнення оптимального стану;

в) визначення об'єктивних тенденцій розвитку бізнесу в майбутньому, а також альтернативних шляхів розвитку і термінів їх реалізації;

г) органічна частина управління економічними процесами.

5. Перспективне планування охоплює період:

а) понад 5 років – 10, 15, 20 років;

б) не має визначеного строку;

в) до 1 року;

г) від 1 до 5 років.

6. *Середньострокове планування проводиться на період:*

- а) понад 5 років – 10, 15, 20 років;
- б) не має визначеного строку;
- в) до 1 року;
- г) від 1 до 5 років.

7. *Поточне планування охоплює період ...*

- а) понад 5 років – 10, 15, 20 років;
- б) не має визначеного строку;
- в) до 1 року;
- г) від 1 до 5 років.

8. *У розділі «Опис фірми» стратегічного плану підприємства слід розкрити:*

- а) прогноз показників конкурентоспроможності товарів фірми основних конкурентів;
- б) функції і завдання відділу маркетингу;
- в) аналіз соціального розвитку колективу;
- г) немає вірної відповіді.

9. *У розділі «Стратегія розвитку виробництва» стратегічного плану підприємства слід розкрити:*

- а) економічні показники функціонування фірми;
- б) розвиток комунікацій і системи мотивації;
- в) систему обліку екологічних наслідків прийнятих стратегічних рішень;
- г) аналіз організаційно-технічного рівня виробництва.

10. *У розділі «Стратегія маркетингу» стратегічного плану підприємства слід розкрити:*

- а) вибір методів і способів поширення товарів;
- б) вибір і обґрунтування стратегічних факторів конкурентної переваги фірми;
- в) можливості міжнародного співробітництва та кооперування;
- г) заходи щодо раціональної витрати відходів виробництва, а також вторинних паливних і енергетичних ресурсів.

11. У розділі «Стратегія міжнародної діяльності фірми» стратегічного плану підприємства слід розкрити:

- а) стратегічні цілі експортера;
- б) стратегічні цілі імпортера;
- в) вірні відповіді а і б;
- г) немає вірної відповіді.

12. Бізнес-план складається терміном на ...

- а) від 1 до 5 років;
- б) не має визначеного строку;
- в) 3-5 років;
- г) понад 5 років – 10, 15, 20 років.

13. Бізнес-план систематично коригується в залежності від кон'юнктури ринку і таким чином адаптується до ринкових ситуацій

- а) так;
- б) ні.

14. Джерелами фінансування підприємства можуть бути:

- а) власні кошти;
- б) позикові кошти;
- в) залучені кошти;
- г) всі відповіді вірні.

15. Скільки стадій розроблення бізнес-плану підприємства прийнято виділяти?

- а) 1;
- б) 2;
- в) 3;
- г) 4.

Практичні завдання:

Завдання 1. Привести загальні відомості про підприємство, розрахунок капітальних витрат і виробничих витрат на планований обсяг збуту, змінні та постійні витрати на виробництво продукції, кошторис поточних витрат.

Всі розрахунки необхідно подати у формі таблиці.

До загальних відомостей про підприємство належать: опис місця розміщення підприємства; наявність необхідних транспортних зв'язків, інженерних мереж (електроенергія, вода, тепло, каналізація, зв'язок та ін.), ресурсів; близькість до ринку збуту; інформація про виробничі приміщення та відомості про умови оренди (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Розрахунок потреби у виробничих площах

<i>Тип приміщень</i>	<i>Площа, м²</i>	<i>Ставка плати, грн./м²/міс.</i>	<i>Сума орендної плати, грн./міс.</i>
Загальна площа			
у тому числі: офісні приміщення			
виробничі приміщення (гараж)			
складські приміщення (відкрита територія)			
...			
...			
...			
та ін.			

Також необхідно передбачити витрати на поточний ремонт приміщень. Дана сума витрат буде складовою частиною стартового капіталу.

Наступним кроком у розробці виробничого плану є розрахунок потреби в основних фондах (табл. 4.2).

Слід врахувати, що амортизація нараховується лише на власні основні фонди, а на орендовані або взяті на умовах лізингу активи амортизацію нараховує орендодавець або лізингова компанія.

Кількість груп у таблиці 4.2 визначається залежно від виду діяльності і від складу основних фондів.

При визначенні норми амортизації враховуються мінімально допустимі строки корисного використання основних засобів відповідно до Податкового кодексу України.

Таблиця 4.2

Розрахунок вартості основних фондів і амортизаційних відрахувань

<i>Найменування об'єктів основних фондів</i>	<i>Кількість, шт.</i>	<i>Вартість об'єкта, грн./шт.</i>	<i>Загальна вартість, грн.</i>	<i>Річна норма амортизації, %</i>	<i>Річна сума амортизаційних відрахувань, грн.</i>
1	2	3	4	5	6
Розрахунок			гр. 2 · гр. 3		гр. 4 · гр. 5/100
група 1 – земельні ділянки					
група 2 – капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом					
група 3 – будівлі					
споруди					
передавальні пристрої					
група 4 – машини та обладнання					
з них:					
електронно-обчислювальні машини					
група 5 – транспортні засоби					
група 6 – інструменти, прилади, інвентар (меблі)					
група 7 – тварини					
група 8 – багаторічні насадження					
група 9 – інші основні засоби					
група 10 – бібліотечні фонди					
група 11 – малоцінні необоротні матеріальні активи					
група 12 – тимчасові (нетитульні) споруди					
група 13 – природні ресурси					
група 14 – інвентарна тара					
група 15 – предмети прокату					
група 16 – довгострокові біологічні активи					
Усього	х	х		х	

ТЕМА 5

МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН ЯК СТРУКТУРНИЙ ЕЛЕМЕНТ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА

5.1 Поняття та характеристика конкурентного середовища фірми

Одним з важливих елементів бізнес-плану та запорукою успіху підприємницької діяльності є ефективний аналіз конкурентного середовища фірми.

Насамперед охарактеризуємо поняття конкуренції.

Конкуренція – це співіснування і боротьба товаровиробників та інших суб'єктів ринкового середовища за досягнення максимальних прибутків та інших цілей шляхом задоволення різноманітних потреб споживачів з повним використанням при цьому власних сильних сторін і можливостей зовнішнього середовища, усуненням слабких власних сторін і загроз ззовні.

У ринковій економіці кожне підприємство діє в певному конкурентному середовищі, фактори якого справляють на нього визначальний вплив саме тому.

Невід'ємною складовою ринкової економіки є створення й розвиток *конкурентного середовища* – сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі.

У той же час конкурентне середовище є динамічним за темпами, глибиною, масштабністю змін на окремих конкретних ринках, елементом економічного життя.

Згідно класичної моделі конкурентне середовище формується під впливом таких *конкурентних сил*, як:

- суперництво між конкуруючими продавцями однієї галузі;
- конкуренція з боку товарів, що виробляються фірмами інших галузей, і що є гідними замінниками (субститутами), а також конкурентоспроможні за ціною; загроза входу в галузь нових конкурентів;
- економічні можливості та торгівельні спроможності постачальників;

- економічні можливості та купівельні спроможності покупців.

Основні *етапи аналізу конкурентного середовища* можна згрупувати наступним чином:

- відбір і розрахунок основних економічних показників (параметрів), які найбільш повно характеризують галузь;
- визначення конкурентних сил, що діють у галузі і їх впливу на ситуацію, проведення конкурентного аналізу;
- виявлення чинників, рушійних сил, які викликають зміни в структурі конкурентних сил у галузі;
- визначення підприємств, які мають найсильніші і найслабкіші конкурентні позиції у галузі;
- прогнозування найбільш імовірних кроків стратегічних конкурентів;
- визначення ключових факторів успіху підприємства у конкурентній боротьбі;
- прийняття остаточного рішення щодо прибутковості і привабливості галузі (заключний етап).

5.2 Стратегічний аналіз конкурентного середовища підприємства

Стратегічний аналіз підприємства є одним зі стрижневих елементів процедури формування стратегії розвитку підприємства.

Стратегічний аналіз – це комплексне дослідження позитивних і негативних факторів, які можуть вплинути на конкурентний стан підприємства в перспективі та можливість досягнення його стратегічних цілей.

Стратегічний аналіз зовнішнього середовища являє собою комплексне дослідження зовнішнього середовища підприємства з метою оцінки можливостей та загроз і розробки оптимальної стратегії розвитку на основі вибору серед можливих альтернатив.

Можливості – це позитивні тенденції і явища зовнішнього середовища, які можуть призвести до збільшення обсягів продажів і прибутку (зниження податків, зростання доходів населення й підприємств, ослаблення позицій конкурентів).

Загрози – це негативні тенденції і явища, які можуть призвести за відсутності відповідної реакції підприємства до значного зменшення обсягу продажів і прибутку (зниження купівельної спроможності населення й підприємств, посилення конкуренції на ринку).

Мета стратегічного аналізу зовнішнього середовища – змістовний і формальний опис об'єктів дослідження, виявлення тенденцій, особливостей, можливих напрямів його розвитку.

До найважливіших завдань стратегічного аналізу зовнішнього середовища відносять одержання максимально можливих відомостей про стан і перспективи його розвитку для координації впливу середовища, потреб ринку, цілей і можливостей підприємства.

Основне призначення стратегічного аналізу – визначення факторів, які найбільше впливають на успіх діяльності підприємства.

Набір факторів і ступінь їх впливу для кожного підприємства різні. Ступінь впливу залежить від розміру підприємства, його галузевої приналежності, територіального розташування.

Кінцевою метою стратегічного аналізу факторів зовнішнього середовища є формування стратегії розвитку підприємства в конкурентному середовищі та альтернативних стратегічних рішень, їх оцінка й остаточний вибір стратегії. Це рішення має бути орієнтовано на використання можливостей і захист від загроз, пов'язаних зі зміною зовнішнього середовища.

Більш вузькі цілі аналізу пов'язані з формуванням і оцінкою інвестиційних рішень, а також розвитком конкурентних переваг.

Для аналізу зовнішнього середовища широко застосовується *метод SWOT*: сила (Strength), слабкість (Weakness), можливості (Opportunities) і загрози (Threats), який дозволяє провести спільне вивчення внутрішнього й зовнішнього середовища підприємства.

Методологія SWOT припускає виявлення й конкретизацію сильних і слабких сторін підприємства, а також зовнішніх загроз і можливостей, після чого можливе встановлення ланцюжків зв'язків між ними, які надалі можуть бути використані для формулювання стратегії підприємства.

SWOT-аналіз спрямовано на визначення (у загальних рисах) корпоративної стратегії підприємства з урахуванням впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

Цей метод має як переваги, так і недоліки, які потрібно знати й враховувати.

Переваги SWOT-аналізу:

- систематизація знань про внутрішні та зовнішні фактори впливу на процес стратегічного планування;
- визначення конкурентних переваг та формування стратегічних пріоритетів;
- періодична діагностика ринку та ресурсів.

Недоліки SWOT-аналізу:

- суб'єктивність вибору та ранжування факторів зовнішнього і внутрішнього середовища;
- слабка підтримка прийняття конкретних управлінських рішень;
- погана адаптація до зміни середовища;
- ймовірність і ризик віднесення факторів до тієї чи іншої групи (минулі переваги можуть у майбутньому стати недоліками і навпаки);
- суб'єктивність специфіки сприйняття менеджерами впливу факторів зовнішнього середовища.

Але позитивні риси SWOT-аналізу в більшості випадків переважають негативні, що зумовлює його популярність у стратегічному управлінні підприємством.

При виборі оптимальної стратегії для підприємства аналітики користуються двома підходами:

1) від внутрішніх (сильні й слабкі сторони) до зовнішніх (можливості розвитку та загрози) факторів – власне SWOT-аналіз;

2) від зовнішніх до внутрішніх факторів – TOWS-аналіз.

Обидва підходи взаємно доповнюють один одного. Якщо перший підхід дозволяє з'ясувати, яким чином підприємство може впливати на зовнішнє середовище, то другий показує вплив зовнішніх факторів на перспективи діяльності підприємства. Під час застосування цих двох підходів формуються дві стратегії: адаптація до середовища та формування середовища.

Для проведення SWOT-аналізу необхідно вірно визначити внутрішні (маркетинг, виробництво, фінанси, організація, кадри та ін.) та зовнішні (економіка, політика, законодавство, природне середовище, соціальна сфера та ін.) фактори, оцінити їх важливість та порівняти. Цей перелік факторів можна розширювати або скорочувати залежно від конкретного підприємства.

Сила – це те, у чому підприємство має успіх, відмінні риси, які підсилюють конкурентоспроможність і дають йому переваги на ринку.

Слабкість – це відсутність чогось важливого у функціонуванні підприємства, того, що йому не вдається в порівнянні з іншими й не дають використовувати наявні можливості зовнішнього середовища.

Стосовно формування стратегії сильні сторони підприємства важливі, оскільки їх може бути використано як основу корпоративної стратегії. У той же час успішну стратегію спрямовано на усунення слабких сторін, які сприяють виникненню різних негативних процесів на підприємстві.

Можливості потрібно розглядати з точки зору ринкової привабливості, що може забезпечити максимальне зростання прибутку підприємства й конкурентну перевагу.

Загрози – це певні фактори зовнішнього середовища, які негативно впливають на фінансовий стан підприємства й перешкоджають його успішному розвитку.

Ринкові можливості та загрози так само багато в чому визначають корпоративну стратегію підприємства. Для цього оцінюються всі можливості галузі, які можуть забезпечити потенційну прибутковість підприємства, і загрози, що негативно впливають на підприємство. Можливості та загрози не тільки впливають на стан підприємства, але й вказують, які стратегічні зміни доцільно розпочати.

Корпоративна стратегія повинна враховувати перспективи, які відповідають можливостям і забезпечують захист від загроз.

При виборі факторів потрібно уважно стежити за тим, щоб вони не повторювалися, правильно стосувалися того чи іншого розділу, були суттєвими й мали реальне відношення до підприємства.

Необхідно також уникати помилок під час визначення можливостей та загроз, оскільки для різних підприємств однакові фактори можуть мати протилежний вплив. Наприклад, інфляція в більшості випадків визначається як економічна загроза, але в деяких випадках підприємства можуть перетворити цей фактор на сприятливу для себе можливість.

Метод SWOT для врахування дії факторів передбачає складання відповідної матриці (рис. 5.1).

Зовнішнє середовище Внутрішнє середовище	Можливості:	Загрози:
	1. 2. ...	1. 2. ...
Сильні сторони:	Поле «сили й можливості» (СИМ-SO)	Поле «сили й загрози» (СИП-ST)
Слабкі сторони:	Поле «слабкості й можливості» (СЛМ-WO)	Поле «слабкості й загрози» (СЛП-WT)

Рис. 5.1. Матриця SWOT-аналізу

Фактори, які складають матрицю SWOT-аналізу, обов'язково перевіряються на наявність ефекту синергії (взаємного впливу), внаслідок чого їх вплив може бути підсилено або послаблено. Наприклад, впровадження нових технологій та автоматизація виробництва призводять до зростання рівня постійних витрат, що, в свою чергу, робить підприємство більш уразливим до коливань попиту на продукцію. Або інша ситуація: зростання законодавчої стабільності призводить до активізації інвесторів та посилення конкуренції, що може, у кінцевому підсумку, являти для підприємства загрозу, а не можливість.

Після перевірки взаємного впливу факторів за допомогою матриці SWOT-аналізу можна визначити чотири різновиди корпоративної стратегії підприємства. Стратегії визначаються за назвою аналізованих внутрішніх і зовнішніх обставин.

СИМ-SO – сили-можливості (*maxi-maxi*) – стратегія, яка використовує сильні сторони підприємства для реалізації зовнішніх можливостей. У цій ситуації підприємство має вживати активні дії для зміцнення своєї позиції на ринку шляхом збільшення частки, диверсифікації продуктів, виведення на ринок товарів-новинок. Сприятлива фінансова ситуація дозволяє виділяти додаткові кошти на науково-дослідні роботи, збільшувати фінансовий портфель, поглинати дрібних конкурентів тощо.

СИЗ-ST – сили-загрози (*maxi-mini*) – стратегія, яка використовує сильні сторони підприємства для знешкодження зовнішніх загроз. Мета цієї стратегії полягає в максимізації розвитку сил і мінімізації загрози. Цю стратегію застосовують підприємства, які опинилися в досить поганій ситуації. Вони повинні використовувати свої сильні сторони, які переважають, для нейтралізації зовнішніх загроз, а не для зростання, тобто переходити до позиційної оборони. Ці підприємства можуть вибірково здійснювати «контратаки» – завойовувати окремі ринкові ніші, але більшість зусиль має спрямовуватися на стримування наступу конкурентів та підготовку до активних дій у майбутньому, коли наявні можливості будуть переважати загрози.

СЛМ-WO – слабкості-можливості (*mini-maxi*) – стратегія, спрямована на мінімізації слабких сторін підприємства на основі використання зовнішніх можливостей. Стратегія цієї групи намагається мінімізувати слабкості й одночасно максимізувати можливості, її рекомендовано для підприємств, де переважають слабкі сторони, але які мають сприятливі ринкові можливості. Підприємство повинне прагнути посилити конкурентні позиції в тих галузях, де це можливо, з одночасною ліквідацією (продажем) слабких господарських підрозділів. Доцільно концентрувати увагу на зниженні рівня витрат і підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

СЛЗ-WT – слабкості-загрози (*mini-mini*) – стратегія мінімізації слабких сторін підприємства та уникнення зовнішніх загроз. Цей варіант – найгірша доля, що очікує підприємство. Воно змушене застосовувати стратегію, змістом якої є поступове згортання діяльності, перепрофілювання, реінвестування коштів в інші галузі тощо. Лише в окремих випадках підприємство може ризикнути залишитися, наприклад, з допомогою об'єднання з іншим підприємством.

Керівництво підприємств має звернути увагу насамперед на комбінації полів СИЗ й СЛЗ.

Якщо в першому випадку для підприємства досить вчасно відслідковувати загрози зовнішнього середовища й реагувати на них за допомогою сильних сторін, то у другому необхідно розробити стратегії, що дозволяють позбутися слабкостей і запобігти загрозам.

Для аналізу зовнішнього середовища методом SWOT необхідно розкрити можливості та загрози й зуміти оцінити їх вплив на стратегію.

Для оцінки можливостей і загроз застосовується метод позиціонування кожної конкретної можливості й загрози на матрицях можливостей і можливих загроз (табл. 5.1-5.2).

Таблиця 5.1

Матриця можливостей

<i>Імовірність використання можливостей</i>	<i>Вплив</i>		
	<i>сильний</i>	<i>помірний</i>	<i>малий</i>
<i>висока</i>	ВС	ВП	ВМ
<i>середня</i>	СС	СП	СМ
<i>низька</i>	НС	НП	НМ

Таблиця 5.2

Матриця загроз

<i>Імовірність реалізації загроз</i>	<i>Можливі наслідки</i>			
	<i>руйнування</i>	<i>критичний стан</i>	<i>важкий стан</i>	<i>«легкі забиті місця»</i>
<i>висока</i>	ВР	ВК	ВТ	ВЛ
<i>середня</i>	СР	СК	СТ	СЛ
<i>низька</i>	НР	НК	НТ	НЛ

Можливості, що попадають на поля високої ймовірності з сильним і помірним впливом, а також із середньою ймовірністю й сильним впливом, мають найбільші значення і повинні бути використані для розробки стратегій підприємств. Можливості, що відповідають полям «СМ», «НП» і «НМ», брати до уваги недоцільно. Відносно інших можливостей необхідний гнучкий підхід. Найбільшу небезпеку для підприємства становлять загрози, які мають високу й середню ймовірність появи та приводять до руйнування й критичного стану. Вони вимагають швидкого усунення. Не менш серйозними є також загрози з полів «ВТ», «СК» і «НР». Треті за силою впливу на підприємство загрози «НК», «СТ» і «ВЛ». За іншими загрозами завдання першорядного усунення не ставиться, але вони однаково мають перебувати в полі зору менеджерів підприємства.

На практиці під час проведення SWOT-аналізу в тій частині, яка стосується ідентифікації та аналізу зовнішніх можливостей і загроз, застосовуються прийоми ранжування та імовірносної оцінки факторів.

Головні напрямки розвитку SWOT-аналізу:

- відображення в моделі динамічних змін підприємства і його конкурентного середовища;
- облік результатів аналізу підприємства і його конкурентного середовища з використанням класичної моделі стратегічного планування;
- розробка SWOT-моделей з урахуванням різних сценаріїв розвитку ситуацій на ринку.

У стратегічному аналізі також проводиться *SNW-аналіз* (аббревіатура англійських слів: Streight (S) – сильна позиція (сторона), Neutral (N) – нейтральна позиція, Weakness (W) – слабка сторона).

Управлінські цілі традиційного SNW-підходу очевидні: сильні сторони, як гарний ресурс підприємства, зберегти й додатково підсилити; а слабкі сторони – як поганий ресурс – усунути.

Для SNW-підходу зберігаються всі відзначні риси SW-підходу, але ще додається особлива нейтральна N-позиція.

Вчені, що дотримуються цього методу, при аналізі стратегічних ресурсів підприємства пропонують як нейтральну позицію краще фіксувати середньоринковий стан для поточної конкурентної ситуації. Таку нейтральну позицію звичайно називають «нульовою точкою конкуренції».

Виходячи з уже викладеного можна зробити висновок, що для перемоги або досягнення переваги в конкурентній боротьбі для підприємства може виявитися достатнім стан, коли за всіма ключовими позиціями або факторами щодо своїх конкурентів воно перебуває у стані N (нейтральному) й тільки за одним фактором – у стані S (сильному).

З метою реалізації SNW-методу та одержання уявлення про стратегічний аналіз внутрішнього середовища підприємства розроблювачами методу пропонується заповнити таблицю такого виду: у першій графі формуються стратегічні позиції, які необхідно оцінити; у наступних трьох графах ставляться відповідно реальні оцінки цих позицій – S, N або W. До набору стратегічних позицій підприємства може бути внесено будь-якого роду (якісні або кількісні) необхідні зміни залежно від конкретної ситуації.

У практиці стратегічного управління також відомий метод аналізу зовнішнього середовища, що одержав назву *PEST/STEP* (англ. *PEST/STEP* – political, economic, social, technological environment) і дозволяє відслідковувати тенденції зміни в зовнішньому середовищі.

Пропонована закордонними економістами методика містить у собі вивчення чотирьох основних груп зовнішніх факторів – політичних, економічних, соціальних і технологічних. На практиці ж частіше аналізуються правові, демографічні, природні й культурні фактори.

У результаті узагальненого аналізу визначається стан фактора, тенденції можливих його змін і характер впливу, оцінюється ступінь впливу за шкалою від -5 до +5 балів, передбачаються можливі дії підприємства й виявляється ступінь впливу факторів після вживання заходів.

Важливо, що цей підхід не тільки передбачає аналіз стану середовища, але й визначає тенденції його розвитку за допомогою сценарного прогнозування (табл. 5.3).

Таблиця 5.3

Матриця PEST-аналізу

<i>P</i>	<i>Політика</i>	<i>E</i>	<i>Економіка</i>
Фактори (вибори президента, вибори до Верховної Ради, зміна законодавства)		Загальна характеристика економіки, рівень інфляції, динаміка курсу, експортно-імпортна політика	
<i>S</i>	<i>Соціум</i>	<i>T</i>	<i>Технологія</i>
Зміни в базових цінностях, рівні й стилі життя, демографічні зміна		Державна технологічна політика, значні тенденції в сфері НДДКР, нові патенти, нові продукти	

Політичний фактор зовнішнього середовища має вивчатися в першу чергу, тому що головне політичне питання – це питання про владу. А центральна влада регулює механізм обороту грошей в державі, а також багато інших ключових умов одержання основних ресурсів для діяльності будь-якої організації.

Аналіз економічного аспекту зовнішнього середовища підприємства дозволяє зрозуміти, як на рівні держави формуються й розподіляються основні економічні ресурси. Для більшості конкретних підприємств це є найбільш важливою загальною умовою їх ділової активності. Аналіз конкретної ситуації показує, яке значення для стратегії підприємства мають економічні рішення, прийняті на рівні віддаленого оточення.

Соціальний компонент зовнішнього середовища найбільшою мірою пов'язаний з формуванням споживчих переваг населення. Цим, як правило, і визначається його особливе значення для аналізу можливого попиту на продукт підприємства в стратегічній перспективі.

Значення технологічного фактора зовнішнього середовища стає також очевидним. У сучасних умовах швидких технологічних змін перед будь-яким підприємством постає загроза втрати ринку через витиснення більш технологічним продуктом.

У PEST-аналізі домінуючими є дві позиції.

1. Стратегічний аналіз кожного з чотирьох компонентів має відповідати принципам системності. Значна зміна одного з них впливає на стан всього ланцюга. Такі зміни для конкретного підприємства можуть стати або загрозою, або, навпаки, новою стратегічною можливістю його майбутнього бізнес-успіху.

2. PEST-аналіз – це інструмент історично сформованого чотирьохелементного стратегічного аналізу далекого зовнішнього середовища. Але в реальній ситуації набір факторів ширший, для кожного підприємства існує свій особливий набір ключових факторів, які напряду й найбільш істотно впливають на бізнес.

Для оцінки стратегічної позиції підприємства у зовнішньому середовищі частіше використовують *SPACE-аналіз* (стратегічного положення й оцінки дій). Це комплексний метод, спрямований на оцінку ситуації й вибір відповідної стратегії розвитку. Його привабливість пояснюється також тим, що він надає можливість проаналізувати існуючу стратегію підприємства навіть тоді, коли вона існує в загальному виді.

Матриця SPACE використовується для визначення найвигіднішого стратегічного положення підприємства, а також окремих сфер його діяльності (рис. 5.2).

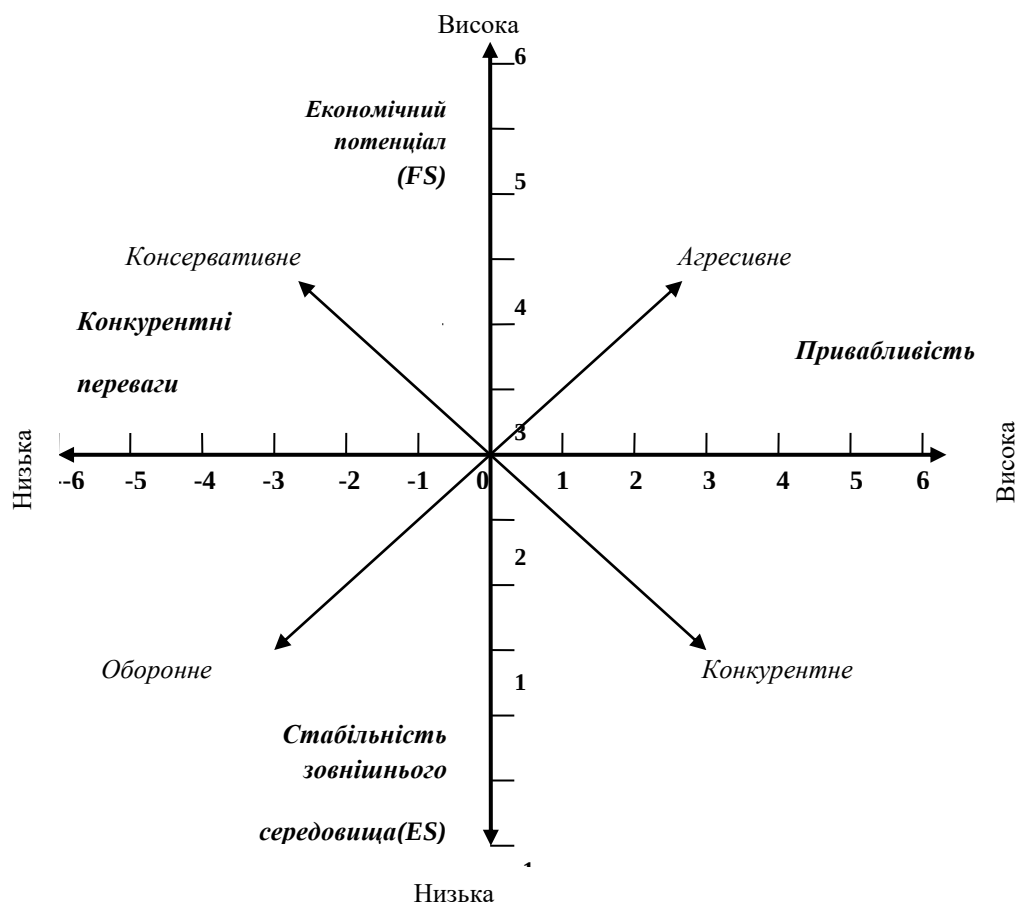


Рис. 5.2. SPACE-матриця

Вона є засобом, що допомагає підприємству оцінити в цілому привабливість сфери виробництва, в якій воно діє, а також свою здатність конкурувати на ринках.

Під час проведення аналізу за методом SPACE стратегічний стан підприємства визначається на основі двох груп факторів: внутрішніх і зовнішніх.

Автори SPACE-аналізу пропонують застосовувати багатокритеріальний підхід, що дозволить здійснювати ідентифікацію та пошук репрезентативної вибірки характеристик, їх об'єднання в групи, присвоєння їм конкретних оцінок (вагових коефіцієнтів) у встановлених межах.

У SPACE-аналізі виділяють чотири групи системних критеріїв оцінки підприємства: економічний потенціал; конкурентні переваги; привабливість галузі; стабільність зовнішнього середовища. Кожен із критеріїв складається з певного переліку факторів, які знаходять відображення у відповідних показниках.

Кожна група показників оцінюється експертами за 6-бальною шкалою, де 1 – незадовільно, 6 – ідеально. Отримані результати експертної оцінки наносяться на прямокутну систему координат, у якій кожна вісь відповідає кожному критерію, і наноситься вектор, який характеризує стратегію, що існує в цей момент на досліджуваному підприємстві.

Кінцевим результатом є одержання стратегічних висновків, необхідних для формування стратегічного плану дій. Для цього необхідно сформулювати узагальнені висновки за результатами всіх попередніх етапів аналізу, визначити загальний стан підприємства на перспективу та встановити, на чому необхідно сфокусувати свою увагу – розвитку стратегії чи її розробці.

У деяких методах вибору комплексу стратегій розвитку підприємства одне з провідних місць займає *метод PIMS*. Його підґрунтям є оцінка спрямованості впливу факторів стратегічного характеру на ефективність діяльності підприємства. Застосування моделей PIMS припускає одержання відповідей на питання визначення набору стратегічних факторів, оптимального рівня ефективності у відповідних умовах, можливих змін за відхилень від наміченої стратегічної лінії, а також рекомендації з підвищення результатів діяльності підприємства.

Для оцінки мікросередовища підприємства на основі моделі М. Портера «п'ять сил конкурентного середовища» доцільно застосовувати метод апіорного ранжування з метою оцінки впливу зовнішнього середовища, а також визначення характеру й спрямованості впливу його факторів на діяльність підприємства для прийняття своєчасних і адекватних змін стратегічних рішень.

Для визначення коефіцієнтів вагомості факторів зовнішнього середовища застосовується метод експертних оцінок.

Погодженість думок експертів оцінюється за допомогою коефіцієнта конкордації на основі методу рангової кореляції.

Приклад матриці рангів наведено в табл. 5.4.

Таблиця 5.4

Матриця рангів факторів зовнішнього середовища

Фактори	Експерти										$\sum_{j=1}^n X_{in}$	$\sum_{j=1}^n X_{jn-a}$	$\left(\sum_{j=1}^n X_{jn-a}\right)^2$
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
1. Загроза появи товарів-субститутів (замінників)	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	33	3	9
2. Загроза появи нових конкурентів	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46	16	4256
3. Здатність покупців диктувати свої умови	4	3	3	4	4	4	5	4	3	4	38	8	64
4. Здатність постачальників диктувати свої умови	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	47	17	289
5. Суперництво між конкурентами всередині галузі	3	3	1	1	1	2	2	2	1	1	17	-13	169

У результаті обчислень сили ранжуються в зворотному порядку, тобто найбільший вплив створює чинник із найменшими значенням сумарного рангу:

- 1) суперництво між конкурентами всередині галузі – 17;
- 2) загроза появи товарів-субститутів (замінників) – 33;
- 3) здатність покупців диктувати свої умови – 38;
- 4) загроза появи нових конкурентів – 46;
- 5) здатність постачальників диктувати свої умови – 47.

Метод апріорного моделювання на основі експертних оцінок показав, що найбільшу вагу має фактор мікрооточення – конкуренти галузі функціонування підприємства. Для цього підприємству необхідно проводити політику диференціації продукції або політику низьких витрат; знижувати постійні витрати виробництва, застосовувати додаткові заходи, які мають забезпечити збереженість комерційної таємниці.

Звичайно ж всі розглянуті методи стратегічного аналізу підприємства доцільно застосовувати в комплексі для одержання більш об'єктивних результатів аналізу, що дозволить прийняти обґрунтовані, адекватні й відповідні стану середовища функціонування підприємства стратегічні рішення.

Готуючи бізнес-план, необхідно пам'ятати, що можливості й загрози можуть перетворюватися на свою протилежність. Так, невикористана можливість може стати загрозою, якщо її використає конкурент. Або, навпаки, вдало ліквідована загроза може відкрити для підприємства додаткові можливості, якщо конкуренти не спроможні її усунути.

5.3 Формування та реалізація стратегії маркетингу в процесі підприємницької діяльності

Центральне місце в стратегії будь-якої фірми займає стратегія маркетингу. Фірма для того й існує, щоб поставляти свою продукцію на ринок. Розвиток фірми та величина отриманого прибутку залежать від того, наскільки повно й ефективно вона задовольнятиме потреби своїх клієнтів. Інші компоненти загальної стратегії фірми (фінанси, виробництво, дослідження й розробки) мають сприяти досягненню загальної мети маркетингу.

Одночасно й сама стратегія маркетингу має враховувати наявні ресурси фірми та поєднуватися з іншими напрямками її діяльності.

Маркетингова стратегія – це програма маркетингової діяльності фірми на цільових ринках, яка визначає принципові рішення для досягнення маркетингових цілей.

У широкому розумінні *стратегія маркетингу* – це система конкретних стратегій щодо вибору і формування:

- цільового ринку фірми;
- номенклатури та асортименту продукції;
- системи збуту та реалізації продукції;
- політики ціноутворення;
- способів організації рекламної кампанії;
- політики підтримки продукції фірми.

Перелік зазначених конкретних стратегій може змінюватися залежно від специфічних характеристик ринку діяльності фірми, від особливостей самої фірми, її товарів і послуг.

Розділ плану «Стратегія маркетингу», як правило, починається з визначення загальної маркетингової стратегії фірми. З неї тому, хто читає бізнес-план, має стати зрозумілим:

- по-перше, на який із типів маркетингового підходу орієнтується фірма;
- по-друге, на які специфічні властивості й переваги продукції фірми (якість, ціна, обслуговування, сервіс тощо) буде звернуто увагу.

В основу розробки стратегії маркетингу покладено вибір цільового ринку.

При цьому можуть бути застосовані різні типи *маркетингових підходів до розробки стратегії* залежно від:

- структурних характеристик даного цільового ринку (ринок у цілому; один сегмент ринку; кілька сегментів ринку);
- стадії життєвого циклу товару;
- ресурсних можливостей фірми;
- ступеня однорідності продукту фірми;
- маркетингової стратегії конкурентів

У самому бізнес-плані достатньо пояснити, чому був вибраний той чи той тип маркетингового підходу і на яких перевагах фірми будуватиметься стратегія завоювання цільового ринку.

Реалізація загальної стратегії маркетингу здійснюється:

- вибором відповідних каналів збуту продукції (послуг) фірми;
- формуванням цінової політики;
- вибором способів реалізації рекламної кампанії;
- формуванням політики підтримки продукту (послуг) фірми.

Усі ці елементи маркетингової стратегії тісно взаємопов'язані і можуть бути поєднані різними способами. Це означає, що кожна фірма формує свій власний так званий маркетинговий мікс, тобто так розподіляє зусилля й комбінує інструменти маркетингу, щоб з урахуванням конкретних ринкових умов досягати своїх цілей найліпшим способом.

5.4 Сегментація ринку та формування стратегії охоплення ринку

Вивчення попиту на товар та аналіз ринкових можливостей виробника цього товару тісно пов'язані з дослідженням ринкової сегментації.

Сегментація ринку – це розподіл споживачів на групи на основі різниці в потребах, характеристиках чи поведінці і розроблення для кожної з груп окремого комплексу маркетингу.

Сегментацію ринку можна здійснювати за різними змінними параметрами. Найпоширенішими *принципами сегментації ринку* є наступні:

- *сегментація за географічним принципом* передбачає розподіл ринку на різні географічні одиниці. Це дає змогу врахувати особливості окремих країн світового ринку, а на внутрішньому – оцінювати чисельність населення, особливості транспортної мережі району, структуру промисловості району, ступінь насиченості ринку в даному регіоні та динаміку його розвитку, а також кліматичні особливості окремих регіонів світу;

- *сегментація за демографічним принципом* передбачає розподіл ринку на сегменти на основі таких демографічних змінних, як стать, вік, розмір сім'ї, етап життєвого циклу сім'ї, раса, національність, релігія. Демографічні характеристики – найпопулярніші фактори сегментації споживчого ринку. Їх легше, ніж більшість інших змінних, виміряти. Сегментація ринку може здійснюватись за одною демографічною характеристикою або за їх комбінацією. Сегментація за соціально-економічними характеристиками враховує рівень доходів споживачів, приналежність до певного класу, професію, освіту тощо;

- *сегментація за психологічним принципом* передбачає урахування типу особистості та стилю життя. Наприклад, споживачі-інтроверти більш консервативні й систематичні у своїй поведінці при здійсненні покупок, ніж екстраверти;

- *сегментація за споживчими мотивами* передбачає класифікацію споживачів залежно від ступеня їх прихильності до товарних марок, інтенсивності споживання, а також за пріоритетністю мотивів придбання (ціна, якість, доброта, зручність, після продажне обслуговування тощо).

Приймаючи рішення щодо виходу на ринок, можливостей його сегментації, фірма може застосувати три *стратегії охоплення ринку*: масовий маркетинг, цільовий (концентрований) маркетинг та диференційований маркетинг.

Масовий маркетинг орієнтується на широкий споживчий ринок з використанням одного базового плану маркетингу, сегментацію ринку не проводять. Цю стратегію доцільно застосовувати на однорідному ринку, де всі споживачі виявляють інтерес до одного товару й однаково реагують на запропоновані маркетингові заходи.

Цільовий (концентрований) маркетинг орієнтований на вузьку специфічну групу споживачів (сегмент ринку) через спеціалізований комплекс маркетингу, спрямований на задоволення потреб саме цього сегмента.

Диференційований маркетинг передбачає охоплення декількох сегментів ринку. Розроблення для кожного з них окремого комплексу маркетингу.

Це зменшує для фірми рівень ризику і негативні економічні наслідки в разі невдачі на якомусь сегменті.

Обравши стратегію диференційованого чи цільового маркетингу і здійснивши сегментацію ринку, фірма повинна визначити, які сегменти є найпривабливіші. При тому доцільно врахувати сильні сторони підприємства, рівень конкуренції, розмір ринків, стосунки з посередниками, «імідж» фірми.

Найвигідніші сегменти повинні мати високий рівень поточного збуту, високі темпи зростання, високу норму прибутку, слабку конкуренцію. Як звичайно, жоден із сегментів не відповідає бажаною мірою усім цим характеристикам, тому доводиться йти на компроміси.

Після виявлення об'єктивно привабливих сегментів фірма повинна поставити перед собою запитання, який з них найповніше відповідає її сильним діловим сторонам. Тобто слід відібрати ті сегменти, для успішної роботи на яких підприємство має усі необхідні ділові передумови.

Обравши конкретний сегмент, фірма повинна визначити для себе, як проникнути на нього і здобути конкурентні переваги. Для того належить дослідити позиції усіх наявних на ринку конкурентів і визначити своє місце.

5.5 Цінова політика та цінова стратегія підприємства

Цінова політика підприємства – це обґрунтований вибір з кількох варіантів ціни, спрямований на досягнення максимального прибутку для фірми на ринку в рамках планованого періоду.

На першому етапі слід визначити *ціль ціноутворення*, які є похідними від загальнофірмових цілей:

1) максимізація поточного прибутку. Оцінюють попит на товар і витрати стосовно різних рівнів цін і відповідних обсягів збуту та обирають ціну, яка забезпечує максимальний поточний прибуток;

2) збільшення частки ринку. Фірма знижує ціну і сподівається, що зростання обсягу збуту поліпшить її позиції на ринку і приведе до збільшення прибутків у майбутньому;

3) *завоювання лідерства за якістю продукції*. Фірма прагне запропонувати ринку найкращий товар за високою ціною, яка повинна покрити витрати на науково-дослідні розробки і виробництво високоякісної продукції;

4) *забезпечення виживання фірми в складній ринковій ситуації*. Труднощі можуть виникнути внаслідок надлишкових потужностей, інтенсивної конкуренції чи змін в уподобаннях споживачів, щоб забезпечити роботу підприємства і збут продукції, ціни знижують.

На практиці використовуються такі *цінові стратегії*:

1. *Стратегія високих цін* («зняття вершків», «*price-skimming*») передбачає продаж товару спочатку за ціною, що значно вище витрат виробництва, а потім її поступове зниження.

Така цінова стратегія має ряд переваг:

- висока ціна дозволяє легко зменшити ціну в разі потреби;
- висока ціна забезпечує досить великий розмір прибутку при відносно високих витратах у перший період випуску товару;
- завищена ціна дозволяє стримувати купівельний попит, що має певний сенс, тому що при більш низькій ціні підприємство не змогло б повністю задовольнити потреби ринку в зв'язку з обмеженістю своїх виробничих можливостей;
- висока початкова ціна сприяє створенню іміджу якісного товару у покупців, що може полегшити його реалізацію в подальшому при зниженні ціни;
- завищена ціна сприяє збільшенню попиту в разі престижності товару.

Основним недоліком такої стратегії ціноутворення є те, що висока ціна приваблює конкурентів – потенційних виробників аналогічних товарів. Стратегія «зняття вершків» найбільш ефективна при деякому обмеженні конкуренції. Умовою успіху є також наявність достатнього попиту.

2. *Стратегія низьких цін, або стратегія «проникнення» на ринок*. Для залучення максимальної кількості покупців підприємство встановлює значно нижчу ціну, ніж ціни на ринку на аналогічні товари конкурентів. Це дає йому можливість залучити максимальну кількість покупців і сприяє завоюванню ринку. Однак така стратегія використовується тільки в тому

випадку, коли великі обсяги виробництва дозволяють відшкодовувати загальною масою прибутку її втрати на окремому виробі. Реалізація стратегії вимагає великих матеріальних витрат, чого не можуть дозволити собі малі та середні фірми, оскільки вони не мають у своєму розпорядженні можливостей швидко розширити виробництво. Стратегія дає ефект при еластичному попиті, а також у тому випадку, якщо зростання обсягів виробництва забезпечує зниження витрат.

3. *Стратегія «психологічних» або неокруглених цін.* Заснована на встановленні такої ціни, яка враховує психологію покупців, особливості їх ціносприйняття. Зазвичай ціна визначається в розмірі трохи нижче круглої суми. У покупця при цьому створюється враження дуже точного визначення витрат на виробництво і неможливості обману, нижчої ціни, поступки покупцеві і виграшу для нього. Враховується також і той психологічний момент, що покупці люблять отримувати решту.

Насправді ж у виграші виявляється продавець за рахунок збільшення кількості проданої продукції та, відповідно, суми отриманого прибутку.

4. *Стратегія слідування за лідером в галузі або на ринку* передбачає, що ціна на товар встановлюється, виходячи з ціни, запропонованої головним конкурентом, провідною фірмою галузі або підприємством, домінуючим на ринку.

5. *Нейтральна стратегія ціноутворення* виходить з того, що визначення ціни на нову продукцію здійснюється на основі врахування фактичних витрат її виробництва, включаючи середню норму прибутку на ринку або в галузі.

6. *Стратегія диференційованих цін* проявляється у встановленні цін в поєднанні зі всілякими знижками та надбавками до середнього рівня цін для різних ринків, їх сегментів і покупців.

7. *Стратегія єдиних цін.* При використанні стратегії єдиних цін фірма встановлює однакову ціну для всіх споживачів, які хотіли б придбати товар чи послугу за аналогічних умов. Ціна може змінюватись залежно від рівня сервісу, кількості придбаного товару чи надання кредиту, однак вона єдина для всіх споживачів при однаковому поєднанні товарів та послуг.

Єдину ціну чітко позначають на упаковці чи самому товарі (за умови фінансової стабільності). Такий підхід зміцнює довіру споживачів, зручний у практичному використанні.

Перш ніж застосовувати на практиці ту чи іншу цінову політику, треба повсякденно стежити за рівнем цін на ринку. Вибираючи відповідну стратегію, ураховують цілі цінової політики фірми, а також технологію ціносприйняття.

Якщо товар є частиною товарного асортименту фірми, то розробляючи цінову стратегію, треба врахувати його зв'язок з іншими складовими цього асортименту. Коли фірма виробляє асортиментну групу товарів різного рівня якості (високого, середнього і допустимого), вона використовує ступеневе диференціювання цін.

На кожному рівні якості коливання цін на аналогічні товари незначне, а при переході від одного рівня якості до іншого ціна змінюється суттєво. Внаслідок цього формуються так звані «цінові лінії».

При тому найбільший ціновий відрив має бути при переході на вищий рівень якості, оскільки тут попит стає менш еластичним. Багато фірм поряд із своїм основним продуктом пропонує до нього доповнювальні товари.

Деякі фірми виробляють так зване «обов'язкове приладдя», що використовується разом з основним товаром (леза для гоління, фотоплівка, дискети). Виробники основних товарів часто призначають на ці товари доволі низькі ціни, а на обов'язкове приладдя до них – досить високі.

Після того, як цінова стратегія починає втілюватися у життя, вона потребує постійного коригування для урахування у витратах, конкуренції, попиту, умовах придбання товарів тощо. Ціну можна пристосовувати, використовуючи поправки (знижки, надбавки), а також зарахування.

Знижки використовують фірми-виробники товарів і роздрібна торгівля як відповідні дії на зниження цін конкурентами, зменшуючи первинну ціну, щоб залучити нових покупців, скоротити великі запаси.

Усім підприємцям, що «уболівають» за всемірне розширення своєї справи, слід звернути особливу увагу на *систему знижок*:

- знижка створює в покупця уявлення про те, що фірма-продавець йде саме йому на поступку, що, звичайно, підкреслює значущість покупця у власних очах;

- у покупця створюється уявлення про фірму-продавця, як про солідну і стійку організацію, яка може дозволити собі деяке зниження цін. Істинну вигоду від використання знижок одержує фірма-продавець, оскільки вона прискорює рух товару і збільшує обсяг продаж.

Розрізняють такі види знижок:

- за оплату товару готівкою. Така форма платежу поліпшує фінансове положення виробника з погляду готівки, оскільки звичайно в практиці ринкових відносин терміни оплати рахунків за відвантажені товари коливаються в межах 30-90 днів. Залежно від суми угоди такі знижки можуть становити від 3-6%;

- кількісна – зниження ціни за купівлю великих партій товару. Продаж і транспортування товару такими партіями знижують збутові витрати виробника. Виробнику такі знижки вигідні, оскільки знижується собівартість продукції в міру збільшення обсягу партії, що виготовляється;

- дилерська – надається виробником дилеру або посереднику за послуги, пов'язані з просуванням товарів до кінцевого споживача, які в протилежному випадку повинні бути виконані самим виробником;

- спеціальна (персоніфікована) – надається обраним покупцям, в яких зацікавлені продавці. Ці знижки поширюються і на пробні партії товарів, що мають на меті зацікавити покупця;

- сезонна – надається покупцю за придбання несезонного товару або в період сезонного розпродажу товарів. Величина такої знижки іноді сягає до 50-80%;

- бонусна – надається постійним покупцям, якщо вони за певний період придбають наперед обумовлену кількість товару. Може становити 7-8% вартості обороту;

- закрита – дається на продукцію, що утворюється в замкнутих економічних формуваннях, наприклад, у внутрішньофірмових поставках, внутрішній торгівлі економічних угруповань, а також на товари, що поставляються за спеціальними міжурядовими угодами;

– прихована – форма додаткових безкоштовних послуг продавця покупцеві. Наприклад, надання пільгових кредитів, які стимулюють купівлю оптових партій товарів.

В умовах ринку комерційна організація, яка самоорганізовується в соціально орієнтовану систему, функціонує в жорстких умовах конкурентного середовища і має повну господарську самостійність. За такої ситуації її діяльність спрямована на отримання переваг над конкурентами.

Це зумовлює необхідність переходу від традиційного до якісно нового підходу до процесу управління продажем у торговельних підприємствах, який ґрунтується на використанні концепції комунікаційного маркетингу.

5.6 Комунікаційна політика підприємства

Просування товару на ринку здійснюється за допомогою *системи маркетингових комунікацій* (СМК), яка охоплює будь-яку діяльність підприємства, спрямовану на інформування, переконання та нагадування споживачам про свої товари, стимулювання їх збуту і створення позитивного іміджу підприємства в очах громадськості.

Основними елементами СМК є такі:

- *реклама* – це будь-яка платна неособистісна форма розповсюдження інформації про фірму та її товар;
- *«паблік рілейнз»* («взаємини з громадськістю») – це діяльність, спрямована на формування позитивного іміджу фірми, доброзичливого ставлення до неї та її товару;
- *персональний продаж* – це усне представлення товару в ході бесіди з одним чи декількома потенційними покупцями задля продажу;
- *стимулювання збуту* – це короточасні спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі (знижки, розпродажі, лотереї тощо).

Головні цілі маркетингових комунікацій:

- формування попиту;
- стимулювання збуту.

Теоретичні питання:

1. Що таке «конкуренція»?
2. Що таке «конкурентне середовище»?
3. Перелічіть основні типові етапи аналізу конкурентного середовища.
4. Дайте характеристику SWOT-аналізу.
5. Дайте характеристику SNW-аналізу.
6. Дайте характеристику PEST-аналізу.
7. Дайте характеристику SPACE-аналізу.
8. Дайте характеристику PIMS-аналізу.
9. Що таке «маркетингова стратегія»?
10. Охарактеризуйте підходи до розробки маркетингової стратегії?
11. Як Ви розумієте категорію «сегментація ринку»?
12. Дайте загальну характеристику сегментації ринку за географічним принципом.
13. Дайте загальну характеристику сегментації ринку за демографічним принципом.
14. Дайте загальну характеристику сегментації ринку за психологічним принципом.
15. Дайте загальну характеристику сегментації ринку за споживчими мотивами.
16. Масовий маркетинг. Що це таке та на кого орієнтований?
17. Цільовий чи концентрований маркетинг. Що це таке та на кого орієнтований?
18. Диференційований маркетинг. Що це таке та на кого орієнтований?
19. Що передбачає стратегія високих цін?
20. Що передбачає стратегія низьких цін?
21. Що передбачає стратегія «психологічних» або неокруглених цін?
22. Що передбачає стратегія ціноутворення «слідування за лідером в галузі або на ринку»?
23. Що передбачає стратегія нейтрального ціноутворення?
24. Що передбачає стратегія диференційованих цін?
25. Що передбачає стратегія єдиних цін?

26. Що таке «знижка»?
27. Назвіть основні види знижок.
28. Що таке «система маркетингових комунікацій»?
29. У чому полягає стратегічна мета системи маркетингових комунікацій?
30. Назвіть основні елементи системи маркетингових комунікацій.

Тестові завдання:

1. Конкуренція – це ...

- а) співіснування і боротьба товаровиробників та інших суб'єктів ринкового середовища за досягнення максимальних прибутків та інших цілей шляхом задоволення різноманітних потреб споживачів з повним використанням при цьому власних сильних сторін і можливостей зовнішнього середовища, усуненням слабких власних сторін і загроз ззовні;
- б) здатність проводити діяльність в ринкових умовах і одержувати прибуток, достатній для науково-технічного удосконалення виробництва, стимулювання працівників і випуску високоякісної продукції;
- в) сукупність споживчих властивостей виробу, що характеризують його відмінність від виробу-конкурента за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам і з урахуванням витрат на його виготовлення;
- г) сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі.

2. Конкурентоспроможність підприємства – це ...

- а) співіснування і боротьба товаровиробників та інших суб'єктів ринкового середовища за досягнення максимальних прибутків та інших цілей шляхом задоволення різноманітних потреб споживачів з повним використанням при цьому власних сильних сторін і можливостей зовнішнього середовища, усуненням слабких власних сторін і загроз ззовні;
- б) здатність проводити діяльність в ринкових умовах і одержувати прибуток, достатній для науково-технічного

удосконалення виробництва, стимулювання працівників і випуску високоякісної продукції;

в) сукупність споживчих властивостей виробу, що характеризують його відмінність від виробу-конкурента за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам і з урахуванням витрат на його виготовлення;

г) сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі.

3. Конкурентоспроможність продукції – це ...

а) співіснування і боротьба товаровиробників та інших суб'єктів ринкового середовища за досягнення максимальних прибутків та інших цілей шляхом задоволення різноманітних потреб споживачів з повним використанням при цьому власних сильних сторін і можливостей зовнішнього середовища, усуненням слабких власних сторін і загроз ззовні;

б) здатність проводити діяльність в ринкових умовах і одержувати прибуток, достатній для науково-технічного удосконалення виробництва, стимулювання працівників і випуску високоякісної продукції;

в) сукупність споживчих властивостей виробу, що характеризують його відмінність від виробу-конкурента за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам і з урахуванням витрат на його виготовлення;

г) сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі.

4. Конкурентне середовище – це ...

а) співіснування і боротьба товаровиробників та інших суб'єктів ринкового середовища за досягнення максимальних прибутків та інших цілей шляхом задоволення різноманітних потреб споживачів з повним використанням при цьому власних сильних сторін і можливостей зовнішнього середовища, усуненням слабких власних сторін і загроз ззовні;

б) здатність проводити діяльність в ринкових умовах і одержувати прибуток, достатній для науково-технічного

удосконалення виробництва, стимулювання працівників і випуску високоякісної продукції;

в) сукупність споживчих властивостей виробу, що характеризують його відмінність від виробу-конкурента за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам і з урахуванням витрат на його виготовлення;

г) сукупності зовнішніх стосовно конкретного підприємства факторів, які впливають на конкурентну взаємодію підприємств відповідної галузі.

5. Конкурентний статус підприємства – це ...

а) міра визначення положення підприємства в конкурентній боротьбі;

б) показник, що відображає конкурентні позиції підприємства;

в) передумова досягнення підприємством того або іншого рівня конкурентних переваг;

г) усі відповіді вірні.

6. Групування факторів середовища функціонування підприємства на зовнішні та внутрішні та їх аналіз з позиції визначення позитивного чи негативного впливу на діяльність підприємства – це ...

а) сегментація ринку;

б) маркетингова стратегія;

в) SWOT-аналіз;

г) немає вірної відповіді.

7. Згідно проекту PIMS показниками, що характеризують конкурентний статус підприємства, є:

а) капіталомісткість;

б) відносна якість продукції;

в) вертикальна інтеграція;

г) інновації.

8. Згідно проекту PIMS показниками, що характеризують конкурентний статус підприємства, є:

а) продуктивність праці персоналу;

б) відносна якість продукції;

- в) витрати на одиницю продукції;
- г) інновації.

9. Матриця М. Портера включає такі фактори:

- а) джерело конкурентних переваг;
- б) привабливість ринку збуту підприємства;
- в) стратегічна орієнтація підприємства;
- г) темпи росту ринків збуту підприємства.

10. Якщо інтегральний показник конкурентного статусу підприємства дорівнює 0,3, то за шкалою І. Ансоффа конкурентна позиція підприємства визнається ...

- а) дуже слабкою;
- б) слабкою;
- в) середньою;
- г) сильною.

11. Розподіл споживачів на групи на основі різниці в потребах, характеристиках чи поведінці і розроблення для кожної з груп окремого комплексу маркетингу – це ...

- а) сегментація ринку;
- б) маркетингова стратегія;
- в) SWOT-аналіз;
- г) немає вірної відповіді.

12. Програма маркетингової діяльності фірми на цільових ринках, яка визначає принципові рішення для досягнення маркетингових цілей – це ...

- а) сегментація ринку;
- б) маркетингова стратегія;
- в) SWOT-аналіз;
- г) немає вірної відповіді.

13. Що не являється стратегічним рішенням щодо рівня цін?

- а) стратегія «зняття вершків»;
- б) стратегія єдиних цін;
- в) стратегія низьких цін;
- г) немає вірної відповіді.

14. Що являється стратегічним рішенням щодо рівня цін?

- а) стратегія «проникнення на ринок»;
- б) стратегія високих цін;
- в) стратегія гнучких цін;
- г) стратегія нейтральних цін.

15. Визначте, що не являється стратегією охоплення ринку:

- а) цільовий маркетинг;
- б) перспективний маркетинг;
- в) масовий маркетинг;
- г) індивідуальний маркетинг.

16. Визначте, що являється стратегією охоплення ринку:

- а) цільовий маркетинг;
- б) перспективний маркетинг;
- в) диференційований маркетинг;
- г) індивідуальний маркетинг.

17. Реклама – це ...

- а) будь-яка платна неособистісна форма розповсюдження інформації про фірму та її товар;
- б) діяльність, спрямована на формування позитивного іміджу фірми, доброзичливого ставлення до неї та її товару;
- в) усне представлення товару в ході бесіди з одним чи декількома потенційними покупцями задля продажу;
- г) короточасні спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі (знижки, розпродажі, лотереї тощо).

18. «Паблік рілейшнз» – це ...

- а) будь-яка платна неособистісна форма розповсюдження інформації про фірму та її товар;
- б) діяльність, спрямована на формування позитивного іміджу фірми, доброзичливого ставлення до неї та її товару;
- в) усне представлення товару в ході бесіди з одним чи декількома потенційними покупцями задля продажу;
- г) короточасні спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі (знижки, розпродажі, лотереї тощо).

19. Персональний продаж – це ...

- а) будь-яка платна неособистісна форма розповсюдження інформації про фірму та її товар;
- б) діяльність, спрямована на формування позитивного іміджу фірми, доброзичливого ставлення до неї та її товару;
- в) усне представлення товару в ході бесіди з одним чи декількома потенційними покупцями задля продажу;
- г) короткочасні спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі (знижки, розпродажі, лотереї тощо).

20. Стимулювання збуту – це ...

- а) будь-яка платна неособистісна форма розповсюдження інформації про фірму та її товар;
- б) діяльність, спрямована на формування позитивного іміджу фірми, доброзичливого ставлення до неї та її товару;
- в) усне представлення товару в ході бесіди з одним чи декількома потенційними покупцями задля продажу;
- г) короткочасні спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі (знижки, розпродажі, лотереї тощо).

Практичні завдання:

Завдання 1. В даному завданні проводиться розрахунок поточних витрат на виробництво продукції (надання послуг): витрати на сировину і матеріали, комплектуючі вироби, електроенергію, паливо та ін. (табл. 5.5-5.8).

Таблиця 5.5

Розрахунок потреби в сировині та матеріалах

<i>Сировина та матеріали</i>	<i>Норма витрати на одиницю продукції, нат. од.</i>	<i>Загальна потреба в сировині і матеріалах, нат. од.</i>	<i>Ціна придбання, грн.</i>	<i>Витрати на сировину та матеріали, грн.</i>
1	2	3	4	5
Розрахунок		гр. 2 · Q		гр. 3 · гр. 4
...				
...				
...				
Усього	х	х	х	

Таблиця 5.6

Розрахунок потреби в електроенергії

<i>Вид устаткування</i>	<i>Кількість, шт.</i>	<i>Споживана потужність, кВт/г</i>	<i>Кількість робочих годин у сутках</i>	<i>Кількість робочих днів на місяць</i>	<i>Загальна потреба в електроенергії, кВт/міс.</i>	<i>Тариф, грн./кВт</i>	<i>Витрати на електроенергію, грн./міс.</i>
1	2	3	4	5	6	7	8
Розрахунок					(гр. 2 · гр. 3) · (гр. 4 · гр. 5)		гр. 6 · гр. 7
...							
...							
...							
Усього	х	х	х	х			

Таблиця 5.7

**Розрахунок потреби в паливно-мастильних матеріалах
(в разі потреби)**

<i>№ пор.</i>	<i>Показник</i>	<i>Розрахунок</i>	<i>Транспортний засіб</i>	
			<i>1</i>	<i>n</i>
1	Середньодобовий пробіг, км			
2	Кількість робочих днів на місяць			
3	Загальний пробіг, км/міс.	ряд. 1 · ряд. 2		
4	Вид палива			
5	Норма витрати, л/100 км			
6	Загальні витрати, л	ряд. 3 · ряд. 5 / 100		
7	Ціна палива, грн./л			
8	Витрати на паливо, грн./міс.	ряд. 6 · ряд. 7		

Таблиця 5.8

Розрахунок норми виробничого запасу (в разі потреби)

<i>Показник</i>	<i>Розрахунок</i>	<i>Сировина та матеріали</i>	
Норма витрати на одиницю продукції, кг	H		
Середньодобова потреба, кг	$ДП_{\text{м}} = \frac{H \cdot Q}{365}$		
Інтервал між двома поставаннями, дні	$T_{\text{пост}}$		
Поточний запас, кг	$З_{\text{п}} = ДП_{\text{м}} \cdot T_{\text{пост}}$		
Норма страхового запасу, %	$H_{\text{стр}}$		
Страховий запас, кг	$З_{\text{стр}} = З_{\text{п}} \cdot \frac{H_{\text{стр}}}{100}$		
Норма виробничого запасу, кг	$H_{\text{вз}} = З_{\text{п}} + З_{\text{стр}}$		
Ціна придбання, грн./кг			
Виробничий запас, грн.			

Слід максимально врахувати всі можливі види витрат, пов'язані зі здійсненням діяльності.

ТЕМА 6

ПЛАН ВИРОБНИЦТВА ТА ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН В СТРУКТУРІ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА

6.1 Виробнича програма підприємства

Розділ виробничого плану в бізнес-плануванні є одним із найважливіших і формується на основі маркетинг-плану. Цей розділ готується тільки тими підприємцями, які збираються займатися виробництвом товарів. Головне завдання – довести потенційним партнерам, що підприємство дійсно зможе виробляти потрібну кількість товарів у потрібний термін і з необхідною якістю.

Виробнича програма – це завдання з кількості й асортименту продукції або послуг певної якості, що встановлюється об'єкту планування, виходячи з потреб споживачів і можливостей підприємства.

Особлива роль виробничої програми пов'язана з тим, що на основі її показників розробляють наступні розділи плану.

Так, для визначення витрат на придбання сировини, яку треба закупити, необхідно знати обсяг виробництва продукції, її асортимент, питомі витрати сировини на одиницю продукції і її ціну.

Фонд оплати праці також залежить від трудомісткості планового обсягу робіт, що визначається у виробничій програмі; загальні витрати і результати господарської діяльності планують, ґрунтуючись на обсягах виробництва і т.п.

Формування показників виробничої програми може бути засноване на двох підходах:

- перший полягає в тому, що в основу розрахунків закладається так зване соціальне замовлення, показники економічної доцільності при цьому відходять на другий план;
- другий підхід полягає в тому, що в основу розрахунків показників діяльності закладаються економічно доцільні обсяги виробництва, тобто відбувається оптимізація обсягів послуг, що надаються, виходячи з очікуваної ціни, витрат і попиту.

Виробнича програма підприємства розраховується на основі наявних його виробничих потужностей в розрізі номенклатури виробів і послуг, для яких визначені режим найбільшого сприяння на ринку даного виду продукції і послуг, а також обсяг продукції, який спроможний «поглинути» відповідний сегмент ринку.

Виробнича програма, що розрахована згідно з наявними потужностями, порівнюється з обсягом потреби ринку відповідного виду продукції, визначається необхідний і достатній приріст обсягів продукції.

В структурі виробничого плану звичайно виокремлюють такі блоки (підрозділи):

- основні виробничі операції;
- машини та устаткування;
- сировина, матеріали й комплектувальні вироби;
- виробничі й невиробничі приміщення;
- вплив зовнішніх факторів.

У підрозділі «Основні виробничі операції» варто навести схему виробничих потоків, яка дає можливість зрозуміти:

- 1) звідки фірма отримує сировину, матеріали й комплектувальні вироби;
- 2) в якій технологічній послідовності виготовляється продукція;
- 3) куди й кому готову продукцію фірма буде поставляти (продавати).

Крім того, у цьому розділі (за потреби) визначають види операцій, що їх виконуватимуть субпідрядники, і дають характеристику кожному з них з додатком копій укладених з ними контрактів або підписаних протоколів про наміри.

Підрозділ «Машини та устаткування» складається:

- 1) з повного списку машин та устаткування, потрібного для здійснення технологічного процесу;
- 2) розрахунків витрат, пов'язаних з придбанням або орендою (лізингом) технологічного обладнання;
- 3) інформації щодо строків служби та амортизаційних відрахувань. У разі потреби надають характеристику основних техніко-експлуатаційних показників устаткування.

У підрозділі «Сировина, матеріали й комплектувальні вироби» наводять відомості щодо:

- а) усіх видів матеріальних ресурсів, котрі будуть використані у виробничому процесі;
- б) конкретних постачальників сировини й матеріалів;
- в) закупівельних цін на всі види матеріальних ресурсів;
- г) фінансових та інших умов постачання цих ресурсів фірмі;
- д) обсягів потрібних запасів сировини, матеріалів і комплектувальних виробів, а також відомості щодо особливих умов їх зберігання.

Підрозділ «Виробничі й невиробничі приміщення», як правило, включає інформацію про потреби фірми в конкретних виробничих і невиробничих приміщеннях (включаючи адміністративні, складські, підсобні). Причому приміщення характеризуються щодо їх розмірів, територіального розміщення, забезпечення майданчиками для навантажувально-розвантажувальних робіт, транспортними засобами тощо.

Насамкінець у виробничому плані обов'язково визначається можливий вплив зовнішніх факторів на виробничо-господарську діяльність фірми. До таких факторів належать:

- 1) зміна цін на окремі види матеріальних ресурсів з ініціативи постачальників або під впливом економічної ситуації в країні;

- 2) імовірність появи нових технологій виготовлення окремих видів продукції;

- 3) юридичні обмеження стосовно виробничих процесів (санітарно-екологічні норми, вимоги до утилізації відходів виробництва, безпеки праці тощо).

6.2 Розрахунок потреби підприємства в основних виробничих фондах та обігових коштах

У цьому пункті дається коротка характеристика наявних основних та оборотних виробничих фондів і нематеріальних активів: склад, структура, вартість окремих видів майна, технічні характеристики, ступінь зносу, необхідність ремонту або реконструкції.

Розкриваються питання, пов'язані з розширенням, модернізацією чи реконструкцією наявного виробництва або організацією нового. Розрахунок потреби в основних виробничих фондах здійснюють по кожному виду основних фондів, виходячи з нормативів продуктивності.

Збільшення виробничих потужностей підприємства може здійснюватися як за рахунок використання внутрішніх резервів, так і створення додаткових основних виробничих фондів, зокрема за рахунок введення потужностей від виконання заходів з технічного переоснащення, реконструкції та розширення діючих і будівництва нових потужностей.

Вибирається один або декілька найбільш ефективних для підприємства з точки зору забезпечення потреб ринку варіантів, які складають основу плану технічного розвитку та організації виробництва підприємства.

Велике значення для відтворення основного капіталу і фінансових результатів діяльності підприємства має правильна амортизаційна політика.

Під терміном «амортизація» основних фондів і нематеріальних активів слід розуміти поступове віднесення витрат на їх придбання, виготовлення або поліпшення, на зменшення скоригованого прибутку платника податку у межах норм амортизаційних відрахувань.

Амортизаційні відрахування разом із прибутком, кредитами слугують джерелом доходів підприємства.

При плануванні собівартості, прибутку і інших показників слід враховувати різницю в передбачуваних результатах у разі планування амортизації майна за різними методами.

Розрахунок потреби в оборотних виробничих активах варто здійснювати *методом прямого рахунку*. Цей метод передбачає науково обґрунтований розрахунок величини кожного елемента обігових коштів в умовах досягнутого організаційно-технічного рівня підприємства з урахуванням всіх змін, передбачених у розвитку техніки, технології і організації виробництва.

Детальний розрахунок потреби в обігових коштах проводиться для новостворюваних підприємств, а також у разі потреби докорінного перегляду існуючих нормативів обігових коштів.

Для діючих підприємств коректування величини обігових коштів проводиться у фінансовому розділі бізнес-плану на основі використання *коефіцієнтного методу* нормування обігових коштів (виходячи з темпів зростання обсягу виробництва і поліпшення використання обігових коштів).

Одноденна витрата за номенклатурою споживаної сировини, основних матеріалів і придбаних напівфабрикатів обчислюється шляхом ділення суми витрат за відповідний квартал на кількість днів в кварталі. Норма запасу встановлюється за кожним видом або групою матеріалів.

Незавершене виробництво – це один з найважливіших елементів обігових коштів, питома вага якого в промисловості перевищує 20% загальної їх вартості. Незавершеним виробництвом вважається незавершене виготовлення продукції на всіх стадіях виробничого процесу з моменту першої операції і до здавання готової продукції на склад.

Нормування обігових коштів у незавершеному виробництві здійснюється за групами або видами виробів для кожного підрозділу окремо. Якщо асортимент продукції різноманітний, то норматив обчислюється за основною продукцією, яка становить 70-80% її загальної маси.

До *готової продукції* належать вироби, завершені виробництвом, прийняті технічним контролем підприємства і здані на склад або прийняті замовником відповідно до затвердженого для певних видів продукції порядку її приймання.

Величина готової продукції на складі має бути оптимальною, залежно від тривалості виробничого циклу, умов реалізації продукції і порядку її оплати. Готова продукція, виготовлена на підприємстві, характеризує перехід обігових коштів із сфери виробництва в сферу обігу.

Норматив обігових коштів за готовою продукцією визначається як добуток одноденного випуску товарної продукції в майбутньому році за виробничою собівартістю і норми обігових коштів. При великій номенклатурі продукції, яка випускається, норма обігових коштів для готової продукції на складі може бути визначена як середньозважена з норм за групами продукції, які включають не менш (70-80%) планованого випуску готової продукції.

Розрахована за цими даними середня норма обігових коштів поширюється на всю готову продукцію на складі.

Сукупний норматив розраховується шляхом складання окремих нормативів.

Нормативом обігових коштів є грошове вираження планованого запасу товарно-матеріальних цінностей, мінімально необхідних для нормальної господарської діяльності підприємства.

Сукупний норматив обігових коштів є вагомою складовою планової собівартості продукції і є основою для розрахунку планованої ефективності обігових коштів – коефіцієнта обороту обігових коштів. Цей показник прямо пропорційний планованому обсягу виробництва і зворотно пропорційний планованій сумі обігових коштів, необхідних для виробництва і реалізації продукції. Цей коефіцієнт показує, скільки гривень обігових коштів підприємства буде витрачено на одну гривню реалізованої продукції. Таким чином, цей показник залежить від планового сукупного нормативу обігових коштів, а отже, і від всіх розрахункових показників, які входять у розрахунок конкретних нормативів: виробничих запасів, запасів готової продукції, тривалості виробничого циклу, собівартості продукції, коефіцієнта збільшення витрат, часу формування готової партії, для реалізації, швидкості розрахунків за реалізовану продукцію.

Найбільшу питому вагу у складі обігових коштів підприємства мають запаси сировини, основних і допоміжних матеріалів.

Норма виробничого запасу в днях складається з таких видів: транспортний, підготовчий, поточний складський, страховий і сезонний запас. Норматив обігових коштів на паливо і енергію обчислюється так само, як на сировину і матеріали, за умови, що це не газоподібне паливо і не електроенергія. Норматив обігових коштів за тарою визначається так само, як за сировиною і матеріалами, за умови, що тара купується окремо. Норматив за малоцінними швидкозношуваними предметами, запасними частинами встановлюється, виходячи з їх вартості і терміну служби.

Сукупний норматив обігових коштів визначається підсумовуванням конкретних нормативів за їх елементами.

6.3 Організаційний план в системі бізнес-планування

Після відповіді на питання «як буде вироблятися продукція (послуги)», важливо вирішити проблему набору персоналу і планування його роботи.

Через це наступний розділ бізнес-плану має назву «Організаційний план».

Команда управління є ключем до впровадження ідей в успішний бізнес. Інвестори віддають перевагу сформованій команді керівників, які суміщають технічні, управлінські, комерційні і ділові навички.

Основна мета розділу «Організаційний план» – надати інформацію про форму власності, забезпеченість підприємства персоналом, визначити організаційну структуру виробництва і штатний розклад, які повинні сприяти досягненню певної мети бізнесу при мінімальних витратах.

Насамперед, в цьому розділі розглядаються питання керівництва і управління підприємством. Обґрунтовується організаційна управлінська група і описується роль кожного її члена. Наводяться короткі біографічні дані про всіх членів, директорів (вік, освіта), аналізуються знання і кваліфікація всієї команди в цілому.

У ідеальному випадку таланти і уміння кожного члена команди доповнюватимуть один одного і охоплюватимуть всі функціональні сфери бізнесу (маркетинг, фінанси, виробничий процес тощо).

Також в цьому розділі мають бути наведені дані про керівників основних підрозділів, їх можливості та досвід, а також, про їх обов'язки; описується механізм підтримки і мотивації провідних керівників, тобто як їх зацікавити в досягненні поставлених у бізнес-плані цілей, як оплачуватиметься праця кожного керівника.

Не менш важливою є розробка системи підбору кадрів.

Підприємством обумовлюються принципи відбору співробітників, принципи найму, створення системи планування професійної підготовки, підвищення кваліфікації і перепідготовки кадрів, вибір методу і періодичність оцінки якості праці співробітників, система просування працівників по службі.

Ознайомившись з організаційним планом, потенційний інвестор має отримати уяву про того, хто здійснюватиме керівництво підприємством, яким чином складатимуться стосунки між персоналом на практиці, якою буде система розстановки кадрів і кадрова політика підприємства.

Організаційний план узагальнює таку інформацію:

- організаційна форма бізнесу;
- власники підприємства, менеджери, консультанти;
- потреба в персоналі;
- організаційна схема управління;
- кадрова політика і стратегія;
- календарне планування організації бізнесу.

Важлива роль на підприємстві повинна належати кадровій політиці.

Кадрова політика – це система роботи з персоналом, що об'єднує різні форми діяльності й має на меті створення згуртованого й відповідального високопродуктивного колективу для реалізації можливостей підприємства адекватно реагувати на зміни в зовнішньому і внутрішньому середовищах.

На рівні підприємства (організації) ця система перерахованих заходів повинна створити сприятливі умови для нормального функціонування, розвитку і ефективного використання персоналу.

Кожне підприємство розробляє свої власні принципи кадрової політики. До загальних принципів, характерних для більшості підприємств, можна віднести: справедливість, послідовність, дотримання трудового законодавства, рівність і відсутність дискримінації.

Організаційна структура підприємства тісно пов'язана з прийнятою організаційно-правовою його формою, наявністю філій, дочірніх компаній, характером спільної діяльності з партнерами. Основні характеристики організаційної структури: чисельність управлінського персоналу за функціями управління, чисельність лінійного управлінського персоналу, кількість рівнів ієрархії системи управління підприємством, кількість структурних ланок на кожному рівні, ступінь централізації управління.

В організаційному плані передбачено побудову організаційної структури управління підприємства, на якій мають бути показані всі організаційні одиниці фірми, їх ієрархія і зв'язки. До схеми необхідно додати коротке пояснення особливостей організаційної структури управління підприємством і розкрити окремі її деталі (1-2 сторінки).

Крім того, подаються відомості про: діючу систему заробітної плати, механізм її нарахування різним категоріям працівників підприємства, систему преміювання, розмір середньої заробітної плати і надбавок за категоріями працівників, пропозиції щодо зміни системи оплати праці.

Фонд заробітної плати визначається як добуток доходів по всіх видах діяльності підприємства на прийнятий норматив витрат заробітної плати на 1 гривню доходів з урахуванням нормативів, установлених державою, по фонду заробітної плати.

Заробітна плата розподіляється по тих же групах працівників, по яких установлюється розрахунок чисельності персоналу.

6.4 Кадрове забезпечення підприємства

Визначення потреби в персоналі з розподілом за категоріями працівників, кваліфікацією (досвідом), необхідною чисельністю, вартістю та джерелами покриття потреб в персоналі рекомендується виконувати в табличній формі.

Переважна більшість потенційних інвесторів упевнені в тому, що ключовим чинником успіху компанії є кваліфікація керуючої команди.

Якщо розглядається можливість вкладення капіталу в бізнес, що росте, успіх якого залежить від якості й ефективності здійснюваних операцій, це особливо важливо.

Інвестори не просто купують бізнес із високим потенціалом росту, вони інвестують у команду, що буде управляти цим бізнесом.

Потенційні інвестори повинні бути впевнені в спроможностях керуючих реалізовувати можливості компанії з максимальною ефективністю.

У розділі бізнес-плану, що присвячений кадровому забезпеченню підприємства повинна бути подана така інформація:

- стислий опис досвіду роботи, спроможностей і рівня кваліфікації ключових менеджерів Вашої керуючої компанії (у тому числі стислі автобіографії, повні резюме повинні бути включені в додаток);

- опис слабких сторін керуючої команди, з пропозиціями того, як ці недоліки будуть усунуті;

- організаційно-структурна схема компанії, що ілюструє основні функції і зони відповідальності ключових менеджерів і співробітників.

Інвестиційна пропозиція повинна також включати інформацію про ключових працівників підприємства, від рівня кваліфікації яких залежить успіх компанії на ринку, в тому числі про наукові й інженерно-конструкторські кадри, дизайнерів, висококваліфікованих (унікальних) робітників і т.п.

Надаються детальні відомості щодо прогнозованої потреби в кадрах. Окремо вказується потреба в іноземних спеціалістах.

Крім того, інформація повинна включати: умови оплати праці, додаткові винагороди, розподіл робітників по функціональних областях, наявність профспілки, історію взаємовідносин адміністрації з робітниками (детальна інформація повинна бути подана в додатку).

Викладаються основні напрями кадрової політики, спрямованої на підвищення кваліфікації робітників основних спеціальностей та продуктивності їх праці.

Чисельність працюючих розраховується як загальна кількість персоналу основної діяльності (працюючі основного виробництва), так і неосновної діяльності (працюючі, які обслуговують основне виробництво).

Чисельність працюючих основного виробництва розраховується, виходячи з рівня продуктивності праці та виробничої програми. Окремо розраховується чисельність допоміжних і підсобних робітників та інших категорій працюючих. Чисельність інженерно-технічних працівників, службовців та інших визначається за штатним розкладом.

Теоретичні питання:

1. Дайте характеристику плану виробництва як структурному елементу бізнес-плану підприємства.
2. Дайте характеристику організаційному плану як структурному елементу бізнес-плану підприємства.
3. Що таке «виробнича потужність підприємства»?
4. Опишіть порядок обґрунтування виробничої потужності підприємства.
5. Яким чином оцінюється ефективність використання виробничої потужності підприємства?
6. Що таке «виробнича програма підприємства»?
7. Назвіть і охарактеризуйте основні показники виробничої програми підприємства.
8. Опишіть порядок планування виробничої програми підприємства.
9. Що таке «основні засоби підприємства»?
10. Охарактеризуйте склад і мінімальні строки корисного використання основних засобів підприємства (згідно чинного Податкового кодексу України).
11. Що таке «основні засоби виробничого призначення»?
12. Що таке «основні засоби невиробничого призначення»?
13. Перерахуйте та охарактеризуйте види вартості основних засобів підприємства, за якими здійснюється їх облік і оцінка.
14. У чому полягає сутність зносу основних засобів підприємства?
15. Назвіть та охарактеризуйте види зносу основних засобів підприємства.
16. Що таке «амортизація основних засобів підприємства»?
17. Перерахуйте та охарактеризуйте методи нарахування амортизації основних засобів підприємства.
18. Які встановлені чинним Податковим кодексом України обмеження щодо застосування методів нарахування амортизації різних груп основних засобів підприємства?
19. Що таке «амортизаційний фонд підприємства»?
20. Перерахуйте та охарактеризуйте показники технічного стану (придатності) основних засобів підприємства.

21. Перерахуйте та охарактеризуйте показники руху основних засобів підприємства.

22. Перерахуйте та охарактеризуйте показники інтенсивності використання основних засобів підприємства.

23. Перерахуйте та охарактеризуйте показники ефективності використання основних засобів підприємства.

24. Яким чином у сучасних умовах можливо підвищити ефективність використання основних засобів підприємства?

25. Що таке «оборотні засоби підприємства»?

26. Що таке «оборотні фонди підприємства»?

27. Що таке «фонди обігу підприємства»?

28. Що таке «виробничі запаси підприємства»?

29. Назвіть основні види виробничих запасів підприємства.

30. У чому полягає призначення поточного запасу?

31. У чому полягає призначення страхового запасу?

32. У чому полягає призначення транспортного запасу?

33. У чому полягає призначення підготовчого запасу?

34. Що таке «середній запас»?

35. Що таке «складський запас»?

36. Що таке «максимальний запас»?

37. Що таке «незавершене виробництво»?

38. У чому полягає різниця між незавершеним виробництвом і готовою продукцією?

39. Що таке «витрати майбутніх періодів»?

40. Охарактеризуйте стадії кругообігу оборотних засобів підприємства.

41. Що таке «нормування оборотних фондів підприємства»?

42. У чому полягає різниця між «нормами» і «нормативами»?

43. Охарактеризуйте процес нормування виробничих запасів підприємства.

44. Охарактеризуйте процес нормування незавершеного виробництва на підприємстві.

45. Охарактеризуйте процес нормування витрат майбутніх періодів на підприємстві.

46. Що таке «матеріально-технічне забезпечення виробництва»?

47. Дайте характеристику службі матеріально-технічного забезпечення виробництва на підприємстві.

48. Перерахуйте та охарактеризуйте показники ефективності використання оборотних засобів підприємства.

49. Яким чином у сучасних умовах можливо підвищити ефективність використання оборотних засобів підприємства?

50. Що таке «персонал підприємства»?

51. Яким чином класифікується персонал підприємства за характером виконуваних функцій?

52. Яким чином класифікується персонал підприємства за рівнем кваліфікації?

53. Дайте характеристику типовій системі управління персоналом підприємства.

54. Назвіть і охарактеризуйте функції управління персоналом підприємства.

55. Назвіть і охарактеризуйте завдання управління персоналом підприємства.

56. Охарактеризуйте методи управління персоналом підприємства.

57. У чому полягає сутність кількісної характеристики персоналу підприємства?

58. У чому полягає сутність якісної характеристики персоналу підприємства?

59. У чому полягає сутність структурної характеристики персоналу підприємства?

60. Перерахуйте та охарактеризуйте показники руху кадрів на підприємстві.

61. У чому полягає небезпека підвищеної плинності кадрів на підприємствах?

62. Охарактеризуйте процес визначення необхідної чисельності різних категорій працівників підприємства.

63. Що таке «кадрова політика»?

64. Що таке «штатний розклад»?

65. Що таке «посада»?

66. Що таке «вакансія»?

67. Охарактеризуйте порядок набору кадрів на підприємство.

68. Дайте характеристику джерелам набору кадрів на підприємство.

69. Дайте характеристику методам набору кадрів на підприємство.

70. Дайте характеристику умовам і критеріям ефективної ротації кадрів на підприємстві.

71. Яким чином здійснюється оцінка відповідності працівника займаній посаді?

72. Що таке «продуктивність праці»?

73. Якими показниками традиційно характеризується продуктивність праці персоналу підприємства?

74. Перерахуйте та охарактеризуйте види трудомісткості виготовлення продукції, надання послуг, виконання робіт.

75. Перерахуйте та охарактеризуйте методи планування продуктивності праці персоналу підприємства.

76. Перерахуйте та охарактеризуйте фактори зростання продуктивності праці персоналу підприємства.

77. Перерахуйте та охарактеризуйте резерви зростання продуктивності праці персоналу підприємства.

78. У чому полягає різниця між поняттями «мотивація праці» та «стимулювання праці»?

79. Дайте порівняльну характеристику видам стимулювання праці персоналу підприємства.

80. Охарактеризуйте умови та критерії ефективності системи стимулювання праці персоналу підприємства.

Тестові завдання:

1. Виробнича потужність підприємства – це ...

а) система адресних завдань з виробництва і доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості і у встановлені терміни згідно з договорами поставок;

б) сукупність технологічних систем і систем забезпечення їх функціонування, призначена для виготовлення продукції певного найменування (виду);

в) максимально можливий випуск продукції підприємством за певний час (зміну, добу, місяць, рік) у встановленій номенклатурі

і асортименті при повному завантаженні обладнання і виробничих площ;

г) інтервал часу від початку до закінчення процесу виготовлення продукції, тобто час, протягом якого запуснені у виробництво предмети праці перетворюються у готову продукцію.

2. Виробнича потужність підприємства залежить від:

а) номенклатури продукції;

б) асортименту продукції;

в) прогресивності техніки і технології виробництва;

г) організації виробництва.

3. Виробнича потужність підприємства буває ...

а) проектна;

б) вхідна;

в) вихідна;

г) середньорічна.

4. Виробнича програма підприємства – це ...

а) система адресних завдань з виробництва і доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості і у встановлені терміни згідно з договорами поставок;

б) сукупність технологічних систем і систем забезпечення їх функціонування, призначена для виготовлення продукції певного найменування (виду);

в) максимально можливий випуск продукції підприємством за певний час (зміну, добу, місяць, рік) у встановленій номенклатурі і асортименті при повному завантаженні обладнання і виробничих площ;

г) інтервал часу від початку до закінчення процесу виготовлення продукції, тобто час, протягом якого запуснені у виробництво предмети праці перетворюються у готову продукцію.

5. Вартість продукції підприємства, незалежно від ступеня її готовності, – це ...

а) валова продукція;

б) товарна продукція;

- в) реалізована продукція;
- г) чиста продукція.

6. Вартість продукції підприємства, яка готова для реалізації покупцям, – це ...

- а) валова продукція;
- б) товарна продукція;
- в) реалізована продукція;
- г) чиста продукція.

7. Продукція, яка відвантажена споживачам і за яку надійшли кошти на розрахунковий рахунок підприємства або мають надійти у встановлений термін, – це ...

- а) валова продукція;
- б) товарна продукція;
- в) реалізована продукція;
- г) чиста продукція.

8. Продукція, новостворена працею у тій чи іншій сфері матеріального виробництва, – це ...

- а) валова продукція;
- б) товарна продукція;
- в) реалізована продукція;
- г) чиста продукція.

9. Продукції підприємства, яка використовується ним для подальшої переробки, – це ...

- а) валовий оборот;
- б) внутрішньозаводський оборот;
- в) незавершене виробництво;
- г) немає правильної відповіді.

10. Основні засоби підприємства – це ...

- а) засоби праці, частина виробничих засобів підприємства;
- б) матеріальні активи, що багаторазово беруть участь у виробничому процесі, не змінюючи своєї матеріальної форми та поступово переносячи свою вартість на вартість кінцевого продукту у вигляді амортизаційних відрахувань;

- в) транспортні засоби, будівлі та споруди, силове та виробниче обладнання, інструменти, виробничий і господарський інвентар, строк служби яких перевищує 1 рік;
- г) усі відповіді вірні.

11. До основних засобів виробничого призначення не належать:

- а) будівлі та споруди ЖКГ;
- б) адміністративні будівлі;
- в) транспортні засоби;
- г) споруди та передавальні пристрої.

12. До основних засобів невиробничого призначення не належать:

- а) будівлі та споруди ЖКГ;
- б) адміністративні будівлі;
- в) транспортні засоби;
- г) будівлі та споруди культурно-побутового призначення.

13. Чинним Податковим кодексом України передбачено таку кількість груп основних засобів – ...

- а) 4;
- б) 8;
- в) 12;
- г) 16.

14. Витрати на виробництво, транспортування, монтаж та інші роботи, пов'язані з введенням основного засобу в експлуатацію, відображаються в його ...

- а) відновлювальній вартості;
- б) залишковій вартості;
- в) початковій балансовій вартості;
- г) середньорічній вартості.

15. Для усунення впливу ціннісного чинника застосовують оцінку основних засобів підприємства за їх ...

- а) відновлювальною вартістю;
- б) залишковою вартістю;
- в) початковою балансовою вартістю;

г) середньорічною вартістю.

16. Усереднена вартість основних засобів підприємства протягом року з урахуванням їх введення та виведення – це ...

- а) відновлювальна вартість;
- б) залишкова вартість;
- в) початкова балансова вартість;
- г) середньорічна вартість.

17. Вартість основних засобів підприємства, яка підлягає поступовому перенесенню на вартість кінцевого продукту, – це ...

- а) відновлювальна вартість;
- б) залишкова вартість;
- в) початкова балансова вартість;
- г) амортизаційна вартість.

18. Вартість можливої ліквідації основного засобу по закінченню строку його корисного використання – це ...

- а) відновлювальна вартість;
- б) залишкова вартість;
- в) початкова балансова вартість;
- г) немає правильної відповіді.

19. Різниця початкової балансової вартості та накопиченої амортизації основних засобів підприємства становить їх ...

- а) відновлювальну вартість;
- б) залишкову вартість;
- в) початкову балансову вартість;
- г) середньорічну вартість.

20. Показниками технічного стану основних засобів підприємства є:

- а) фондвіддача, фондомісткість, фондоозброєність праці;
- б) коефіцієнти вибуття та оновлення;
- в) коефіцієнти зносу та придатності;

г) коефіцієнти екстенсивного та інтенсивного використання, коефіцієнт інтегрального завантаження.

21. Показниками руху основних засобів підприємства є:

- а) фондоддача, фондомісткість, фондоозброєність праці;
- б) коефіцієнти вибуття та оновлення;
- в) коефіцієнти зносу та придатності;
- г) коефіцієнти екстенсивного та інтенсивного використання, коефіцієнт інтегрального завантаження.

22. Показниками інтенсивності використання основних засобів підприємства є:

- а) фондоддача, фондомісткість, фондоозброєність праці;
- б) коефіцієнти вибуття та оновлення;
- в) коефіцієнти зносу та придатності;
- г) коефіцієнти екстенсивного та інтенсивного використання, коефіцієнт інтегрального завантаження.

23. Показниками ефективності використання основних засобів підприємства є:

- а) фондоддача, фондомісткість, фондоозброєність праці;
- б) коефіцієнти вибуття та оновлення;
- в) коефіцієнти зносу та придатності;
- г) коефіцієнти екстенсивного та інтенсивного використання, коефіцієнт інтегрального завантаження.

24. Метод нарахування амортизації основних засобів підприємства, згідно якого річна сума амортизаційних відрахувань визначається як відношення вартості, що амортизується, та строку корисного використання основних засобів, – це ...

- а) прямолінійний;
- б) прискореного зменшення залишкової вартості;
- в) кумулятивний;
- г) зменшення залишкової вартості.

25. Метод нарахування амортизації основних засобів підприємства, згідно якого місячна сума амортизації визначається як добуток вартості, що амортизується, та виробничої ставки амортизації, – це ...

- а) прямолінійний;
- б) прискореного зменшення залишкової вартості;
- в) кумулятивний;
- г) виробничий.

26. Метод нарахування амортизації основних засобів підприємства, згідно якого річна сума амортизації визначається як добуток залишкової вартості об'єкта на початок звітного року та річної норми амортизації, – це ...

- а) прямолінійний;
- б) зменшення залишкової вартості;
- в) кумулятивний;
- г) виробничий.

27. Передбачає подвоєння річної норми амортизаційних відрахувань такий метод нарахування амортизації основних засобів підприємства – ...

- а) прямолінійний;
- б) прискореного зменшення залишкової вартості;
- в) кумулятивний;
- г) зменшення залишкової вартості.

28. Метод нарахування амортизації основних засобів підприємства, згідно якого річна сума амортизації визначається як добуток амортизаційної вартості основних засобів і кумулятивного коефіцієнта, – це ...

- а) прямолінійний;
- б) зменшення залишкової вартості;
- в) прискореного зменшення залишкової вартості;
- г) кумулятивний.

29. В Україні не підлягають амортизації такі групи основних засобів підприємства:

- а) № 1, 10, 11, 13;
- б) № 2, 9, 12, 16;
- в) № 3, 5, 7, 15;
- г) № 4, 6, 8, 14.

30. Оборотні засоби підприємства – це ...

- а) предмети праці, частина виробничих засобів підприємства;
- б) матеріальні активи, що одноразово беруть участь у виробничому процесі, повністю змінюючи свою матеріальну форму та переносячи свою вартість на вартість кінцевого продукту відразу та в повній мірі;
- в) виробничі запаси, незавершене виробництво, витрати майбутніх періодів, кошти в розрахункових документах, кошти на розрахунковому рахунку підприємства, кошти в касі підприємства;
- г) усі відповіді вірні.

31. Нормуванню підлягають такі елементи оборотних засобів підприємства:

- а) дебіторська заборгованість;
- б) виробничі запаси;
- в) незавершене виробництво;
- г) кошти в касі підприємства.

32. Нормуванню підлягають такі елементи оборотних засобів підприємства:

- а) виробничі бланки;
- б) кошти в розрахункових документах;
- в) канцелярське приладдя;
- г) дебіторська заборгованість.

33. Вкладення грошових коштів у виробничі запаси відбувається на ...

- а) інвестиційній стадії кругообігу оборотних засобів;
- б) виробничій стадії кругообігу оборотних засобів;
- в) реалізаційній стадії кругообігу оборотних засобів;
- г) немає вірної відповіді.

34. Споживання виробничих запасів у процесі виробництва та їх трансформація у готову продукцію має місце на ...

- а) інвестиційній стадії кругообігу оборотних засобів;
- б) виробничій стадії кругообігу оборотних засобів;
- в) реалізаційній стадії кругообігу оборотних засобів;
- г) немає вірної відповіді.

35. Продаж товарів підприємства та отримання доходу від збутової діяльності відбувається на ...

- а) інвестиційній стадії кругообігу оборотних засобів;
- б) виробничій стадії кругообігу оборотних засобів;
- в) реалізаційній стадії кругообігу оборотних засобів;
- г) немає вірної відповіді.

36. Виробничі запаси включають:

- а) сировину;
- б) матеріали;
- в) напівфабрикати;
- г) тару.

37. Виробничі запаси включають:

- а) паливо;
- б) допоміжні матеріали;
- в) запасні частини;
- г) малоцінні та швидкозношувані предмети.

38. Власні оборотні засоби – це ...

- а) засоби, закріплені засновниками підприємства при його створенні для забезпечення мінімально необхідних для нормального виробництва запасів сировини, матеріалів, палива, інструментів, напівфабрикатів, незавершеного виробництва, готової продукції і витрат майбутніх періодів;
- б) нормальна заборгованість по заробітній платі, заборгованість постачальникам, відрахування на соціальні потреби, амортизаційні відрахування;
- в) кредиторська заборгованість усіх видів;
- г) кошти цільового фінансування.

39. Стійкі пасиви підприємства – це ...

- а) засоби, закріплені засновниками підприємства при його створенні для забезпечення мінімально необхідних для нормального виробництва запасів сировини, матеріалів, палива, інструментів, напівфабрикатів, незавершеного виробництва, готової продукції і витрат майбутніх періодів;
- б) нормальна заборгованість по заробітній платі, заборгованість постачальникам, відрахування на соціальні потреби, амортизаційні відрахування;
- в) кредиторська заборгованість усіх видів;
- г) кошти цільового фінансування.

40. Норма запасу включає час перебування матеріалів у ...

- а) поточному, страховому, складському та середньому запасах;
- б) поточному, підготовчому, складському та середньому запасах;
- в) поточному та максимальному запасах;
- г) поточному, страховому, транспортному та підготовчому запасах.

41. Для забезпечення безперебійності виробництва в період між двома поставками матеріалів призначений ...

- а) транспортний запас;
- б) поточний запас;
- в) складський запас;
- г) середній запас.

42. Для забезпечення безперебійності виробництва в період зриву поставки матеріалів призначений ...

- а) страховий запас;
- б) транспортний запас;
- в) поточний запас;
- г) максимальний запас.

43. Для забезпечення безперебійності виробництва у разі виникнення на ринку непередбаченого підвищеного попиту на продукцію підприємства призначений ...

- а) поточний запас;
- б) страховий запас;

- в) підготовчий запас;
- г) немає правильної відповіді.

44. Для забезпечення безперебійності виробництва в період між зарахуванням коштів на розрахунковий рахунок постачальника та прибуттям вантажу на склад призначений ...

- а) максимальний запас;
- б) підготовчий запас;
- в) страховий запас;
- г) транспортний запас.

45. Для забезпечення безперебійності виробництва в період витримки матеріалів перед їх введенням у виробничий процес призначений ...

- а) поточний запас;
- б) середній запас;
- в) підготовчий запас;
- г) страховий запас.

46. Максимальний запас матеріалів на підприємстві є ...

- а) сумою поточного та страхового запасів;
- б) еквівалентом розміру півтора поточних запасів;
- в) сумою поточного та підготовчого запасів;
- г) сумою поточного та транспортного запасів.

47. Предмети праці, які перебувають у процесі виробництва на різних стадіях оброблення безпосередньо на робочих місцях у цехах, на дільницях або ж у процесі транспортування від одного робочого місця до іншого, – це ...

- а) готова продукція;
- б) напівфабрикати власного виготовлення;
- в) витрати майбутніх періодів;
- г) незавершене виробництво.

48. Предмети праці, які повністю були оброблені в одному виробничому підрозділі (цеху), але подальше оброблення повинні пройти в інших підрозділах (цехах), – це ...

- а) готова продукція;

- б) напівфабрикати власного виготовлення;
- в) витрати майбутніх періодів;
- г) незавершене виробництво.

49. Грошові витрати, що були здійснені в даному періоді, але на собівартість продукції будуть віднесені частинами в наступних періодах, – це ...

- а) готова продукція;
- б) напівфабрикати власного виготовлення;
- в) витрати майбутніх періодів;
- г) незавершене виробництво.

50. *Продукція, яка пройшла всі стадії, передбачені виробничим циклом, укомплектована, відповідає вимогам стандартів і технічних умов, має документ, що засвідчує її якість, та призначена для збуту за межі підприємства, – це ...*

- а) готова продукція;
- б) напівфабрикати власного виготовлення;
- в) витрати майбутніх періодів;
- г) незавершене виробництво.

51. Показник, який характеризує кількість оборотів, здійснюваних оборотними засобами підприємства за певний період (як правило, за рік), – це ...

- а) період обороту;
- б) коефіцієнт оборотності;
- в) рентабельність оборотних засобів;
- г) немає правильної відповіді.

52. Підвищення ефективності використання оборотних засобів підприємства досягається у разі ...

- а) збільшення коефіцієнта оборотності;
- б) збільшення періоду обороту;
- в) збільшення рентабельності оборотних засобів;
- г) усі відповіді вірні.

53. Зниження ефективності використання оборотних засобів підприємства має місце у випадку ...

- а) збільшення коефіцієнта оборотності;
- б) збільшення періоду обороту;
- в) збільшення рентабельності оборотних засобів;
- г) немає правильної відповіді.

54. Вивільнення (економія) оборотних коштів підприємства досягається у разі ...

- а) збільшення коефіцієнта оборотності та періоду обороту;
- б) зменшення коефіцієнта оборотності та періоду обороту;
- в) зменшення коефіцієнта оборотності та збільшення періоду обороту;
- г) немає правильної відповіді.

55. Персонал підприємства – це ...

- а) сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та/або мають досвід практичної діяльності;
- б) частина населення країни, що за своїм фізичним розвитком, розумовими здібностями і знаннями здатна працювати в народному господарстві;
- в) сукупність характеристик людини, які формуються в результаті матеріальних і духовних вкладень (здоров'я, інтелект, творчі здібності, освіта, професіоналізм, моральність, активність, організованість тощо);
- г) сформований або розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми (людиною) певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, який цілеспрямовано використовується в тій чи іншій сфері суспільного виробництва.

56. Управління персоналом підприємства включає:

- а) залучення працівників;
- б) ротацію працівників;
- в) мотивацію працівників;
- г) навчання працівників.

57. Управління персоналом підприємства передбачає виконання ряду функцій, серед яких:

- а) регулювання соціально-трудових відносин;*
- б) організація і нормування праці персоналу;*
- в) оцінка і розвиток персоналу;*
- г) усі відповіді вірні.*

58. Працівники, які організовують виробництво і здійснюють управління діяльністю підприємства та його структурних підрозділів, а також їх заступники, – це ...

- а) керівники;*
- б) спеціалісти;*
- в) службовці;*
- г) робітники.*

59. Працівники, зайняті спеціальними інженерно-технічними, економічними та іншими роботами, які здійснюють економічну, організаційну підготовку виробництва, облік та аналіз його результатів, – це ...

- а) керівники;*
- б) спеціалісти;*
- в) службовці;*
- г) робітники.*

60. Працівники, які здійснюють підготовку та оформлення документації, канцелярські, деякі адміністративно-господарські роботи, – це ...

- а) керівники;*
- б) спеціалісти;*
- в) службовці;*
- г) робітники.*

61. Працівники, які безпосередньо зайняті виробництвом продукції, наданням послуг, виконанням робіт, – це ...

- а) керівники;*
- б) спеціалісти;*
- в) службовці;*
- г) робітники.*

62. До керівників належать:

- а) працівники служб постачання та збуту;
- б) начальники підрозділів;
- в) працівники, зайняті обліком робочого часу;
- г) робітники, зайняті ремонтними роботами.

63. До спеціалістів належать:

- а) секретарі-друкарки;
- б) касири;
- в) інженери;
- г) прибиральниці.

64. До службовців належать:

- а) начальники цехів;
- б) працівники юридичного відділу;
- в) економісти, зайняті нормуванням праці персоналу;
- г) діловоди.

65. До робітників належать:

- а) економісти, зайняті виробничим плануванням;
- б) працівники фінансового відділу;
- в) працівники пожежної служби;
- г) немає правильної відповіді.

66. Якісна характеристика персоналу підприємства передбачає його розподілення за ...

- а) професіями;
- б) спеціальностями;
- в) кваліфікацією;
- г) усі відповіді вірні.

67. Кількісна характеристика персоналу підприємства передбачає розрахунок таких показників:

- а) облікова чисельність працівників;
- б) явочна чисельність працівників;
- в) середньооблікова чисельність працівників;
- г) усі відповіді вірні.

68. Кількісна характеристика персоналу підприємства передбачає розрахунок таких показників:

- а) коефіцієнт обороту кадрів по прийому;
- б) коефіцієнт обороту кадрів по звільненню;
- в) коефіцієнт плинності кадрів;
- г) усі відповіді вірні.

69. Структурна характеристика персоналу підприємства передбачає розрахунок таких показників:

- а) коефіцієнт насиченості виробництва робітниками допоміжних і обслуговуючих цехів;
- б) коефіцієнт стабільності кадрів;
- в) коефіцієнт змінюваності кадрів;
- г) коефіцієнт допоміжної робочої сили.

70. Планову чисельність основних робітників визначають ...

- а) за трудомісткістю виробничої програми;
- б) за нормами виробітку;
- в) за нормами обслуговування;
- г) усі відповіді вірні.

71. Активними методами набору кадрів на підприємство є:

- а) вербування персоналу;
- б) ярмарок вакансій;
- в) презентації;
- г) усі відповіді вірні.

72. Пасивними методами набору кадрів на підприємство є:

- а) розміщення оголошень у ЗМІ;
- б) ярмарок вакансій;
- в) презентації;
- г) усі відповіді вірні.

73. Продуктивність праці персоналу підприємства – це ...

- а) показник, що характеризує ефективність праці та показує здатність працівників випускати певну кількість продукції за одиницю часу;

- б) кількість продукції (робіт, послуг), вироблена одним працівником за одиницю робочого часу;
- в) кількість робочого часу, витраченого на виробництво одиниці продукції (робіт, послуг);
- г) усі відповіді вірні.

74. Виробіток – це ...

- а) показник, що характеризує ефективність праці та показує здатність працівників випускати певну кількість продукції за одиницю часу;
- б) кількість продукції (робіт, послуг), вироблена одним працівником за одиницю робочого часу;
- в) кількість робочого часу, витраченого на виробництво одиниці продукції (робіт, послуг);
- г) усі відповіді вірні.

75. На практиці використовуються такі методи виміру виробітку:

- а) натуральний або умовно-натуральний;
- б) вартісний;
- в) трудовий;
- г) усі відповіді вірні.

76. Трудомісткість – це ...

- а) показник, що характеризує ефективність праці та показує здатність працівників випускати певну кількість продукції за одиницю часу;
- б) кількість продукції (робіт, послуг), вироблена одним працівником за одиницю робочого часу;
- в) кількість робочого часу, витраченого на виробництво одиниці продукції (робіт, послуг);
- г) усі відповіді вірні.

77. Виділяють такі види трудомісткості продукції, послуг, робіт ...

- а) виробнича трудомісткість;
- б) технологічна трудомісткість;
- в) трудомісткість обслуговування;

г) трудомісткість управління.

78. Підвищення продуктивності праці персоналу підприємства має місце у випадку ...

- а) збільшення виробітку та зменшення трудомісткості;
- б) зменшення виробітку та збільшення трудомісткості;
- в) одночасного збільшення виробітку та трудомісткості;
- г) немає правильної відповіді.

79. Фактори зростання продуктивності праці персоналу підприємства прийнято об'єднувати у такі групи:

- а) матеріально-технічні;
- б) організаційні;
- в) соціально-економічні;
- г) усі відповіді вірні.

80. Традиційно виділяють такі резерви зростання продуктивності праці персоналу підприємства:

- а) народногосподарські;
- б) галузеві;
- в) міжгалузеві;
- г) внутрішньовиробничі.

Практичні завдання:

Завдання 1. У даному завданні необхідно розкрити питання: з ким Ви збираєтеся організовувати свою справу, як Ви плануєте налагодити роботу свого персоналу, зокрема:

1. На працівників надається коротка характеристика: кваліфікація, досвід роботи, їх корисність для підприємства.

2. Якщо необхідно набрати працівників, то в даному розділі треба зазначити вимоги до них, посадові обов'язки та способи залучення (на постійну роботу чи за сумісництвом).

3. Надається організаційна схема підприємства, у якій має бути чітко визначено:

- хто і чим займатиметься;
- як взаємодіятимуть всі учасники виробничого процесу;

- хто кому підпорядковуватиметься;
- хто кого контролюватиме.

Завдання 2. На основі визначеного кадрового складу підприємства необхідно розкрити питання оплати праці та її стимулювання (табл. 6.1).

Таблиця 6.1

Розрахунок фонду оплати праці

Посада	Кількість осіб	Основна заробітна плата, грн.	Додаткова заробітна плата, грн.	Фонд оплати праці, грн.
1	2	3	4	5
...				гр. 2 · (гр. 3 + + гр. 4)
...				
...				
Усього		X	X	

За окремою статтею витрат розраховується єдиний внесок на соціальне страхування.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІКИ І БІЗНЕСУ

ТЕМА 7 КОШТОРИС. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН І СТРАТЕГІЯ ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ

7.1 Поняття кошторису

Кошторис представляє собою розрахунок витрат на виконання того чи іншого виду робіт або, в цілому, плану роботи підприємства. Він визначає величину необхідних грошових, трудових і матеріальних витрат.

Розрахунок витрат на виконання одиниці того чи іншого виду робіт називається *одиничною розцінкою*, яка визначається на основі калькуляції витрат.

Розрахунок витрат на виконання всього обсягу того чи іншого виду робіт називається *приватним кошторисом*.

Розрахунок витрат на виконання всіх видів робіт на підприємстві або об'єкті називається *зведеним кошторисом* або *зведеним кошторисно-фінансовим розрахунком*.

Кошторис визначає максимальний розмір витрат по об'єкту або окремому виду робіт. Він дозволяє контролювати правильність витрачання коштів в процесі виробництва і виступає базою для техніко-економічного аналізу діяльності підприємства.

Розробляють кошторисну документацію на стадії планування робіт на майбутній період або на стадії проектування будівництва, реконструкції або капітального ремонту будівель, споруд та інших об'єктів виробничого, житлового і культурно-побутового призначення.

Кошторис є основним документом для планування капітальних вкладень, фінансування робіт і для розрахунків з будівельно-монтажними підрядними організаціями.

Він також є основним документом, що регулює розмір накладних витрат за статтями витрат управлінської діяльності підприємства.

7.2 Методика складання кошторису на виробництво

При складанні кошторису всі витрати групуються за економічними елементами.

Розподіл кошторисної суми витрат за елементами із вказівкою їх питомої ваги в загальній кошторисній вартості робіт називається *структурою кошторису* вартості робіт або об'єкту.

До зведеного кошторису витрат на виробництво входять витрати всіх структурних підрозділів підприємства, що беруть участь у виробництві продукції.

Зведений кошторис витрат на виробництво (з розбивкою за кварталами) складається на основі таких розрахунків:

- витрати на сировину, матеріали, купівельні напівфабрикати і комплектуючі вироби, технологічне паливо й енергію в основному виробництві. Складається на підставі даних про обсяг виготовлення окремих виробів і технічно обґрунтованих норм витрат матеріальних ресурсів на одиницю продукції або робіт, встановлених для планового року з урахуванням передбачених змін у використанні техніки, технології та організації виробництва. На основі натуральних норм витрат і цін на матеріальні ресурси, що споживаються, визначаються норми витрат у вартісному виразі;

- основної та додаткової заробітної плати робітників, зайнятих виробництвом продукції (виконанням робіт, наданням послуг), з відрахуваннями на соціальні заходи. Здійснюється окремо для робітників, які знаходяться на відрядній оплаті праці, і робітників, які знаходяться на погодинній оплаті праці. Додаткова заробітна плата планується у розмірах, передбачених законодавством, генеральною та галузевими угодами. Відрахування на соціальні заходи здійснюються відповідно до законів України;

- кошторисів витрат (калькуляцій виробничої собівартості продукції) цехів допоміжного виробництва. Складаються на основі даних про планові обсяги їх продукції, норм матеріальних та трудових витрат, які знаходять відображення у кошторисах витрат. Для цього загальна сума витрат допоміжних цехів розподіляється на основі окремого розрахунку використання їх продукції за відповідними напрямками;

- *кошторису витрат на утримання та експлуатацію устаткування*. Складається цехами основного виробництва. Кожна стаття кошторису обґрунтовується плановими розрахунками, вихідними даними для яких є: плановий склад устаткування і транспортних засобів, норми витрат купівельних матеріалів для експлуатації устаткування, норми амортизаційних відрахувань, нормативи обслуговування устаткування і транспортних засобів допоміжними робітниками, розрахунки потреби в малоцінних швидкозношуваним предметам;

- *кошторису загальновиробничих витрат*. Вихідними даними для розрахунків є структура організації управління, норми витрат палива для опалення, освітлення та інших загальновиробничих потреб, норми амортизаційних відрахувань, розрахунок витрат на охорону праці, витрати на утримання пожежної і сторожової охорони, на професійну підготовку та перепідготовку кадрів, норми податків, зборів, інших обов'язкових платежів, передбачених законодавством;

- *кошторису інших виробничих витрат*.

До загальної суми витрат у зведеному кошторисі входять не тільки витрати на виробництво товарної продукції, а й витрат, пов'язані з приростом залишків незавершеного виробництва, витрат майбутніх періодів.

Затверджена в установленому порядку кошторисна вартість робіт або об'єкта представляє собою базу для визначення їх ціни.

7.3 Роль і значення фінансового плану у провадженні підприємницької діяльності

Фінансовий план є центральним розділом бізнес-плану.

Фінансовий план – це розділ, який узагальнює основні положення всіх попередніх розділів бізнес-плану у вартісному вираженні. Цей розділ бізнес-плану дає можливість оцінити здатність забезпечувати надходження коштів в обсязі, необхідному для реалізації бізнес-плану та достатньому для обслуговування боргу (або виплати дивідендів, коли мова йде про інвестиції).

У фінансовому плані дається відповідь на ряд важливих запитань, зокрема в ньому:

- узагальнюються у вартісній формі результати розробки решти розділів бізнес-плану;

- кількісно визначається потреба даного бізнесу в інвестиціях;

- обґрунтовується висновок щодо економічної доцільності реалізації підприємницького проекту.

Розрахунки, які містить фінансовий план, мають дати чіткі та ясні відповіді на такі запитання самого підприємця, потенційних інвесторів і кредиторів:

1. Звідки фірма отримуватиме кошти і на що конкретно останні будуть витрачені?

2. Як співвідносяться поточні потреби фірми у грошах з рухом готівки?

3. Яким буде фінансовий стан фірми на кінець прогнозованого періоду?

4. Чи зможе підприємець виконати взяті на себе зобов'язання?

5. Чи здатний підприємець належно розпорядитися отриманими коштами, щоб своєчасно повернути борги та забезпечити достатній прибуток на вкладений капітал?

У процесі розробки цього розділу бізнес-плану слід ураховувати такі його *особливості*:

1. У багатьох відношеннях фінансовий план є найменш гнучкою за формою частиною бізнес-плану. На відміну від інших розділів він має містити відповідний перелік фінансових документів (у тому числі таблиць і графіків). Кожен з цих документів повинен мати стандартну форму. Жорсткі вимоги до опрацювання цих документів спричиняються необхідністю забезпечення єдиної методики розрахунків фінансових показників. Це означає, що потенційний інвестор або кредитор може самостійно за стандартною методикою провести аналіз фінансової інформації, яку містить бізнес-план, оцінити фінансовий стан даної фірми та прийняти рішення щодо вкладання своїх коштів у даний проект.

2. Інвестори та кредитори, як правило, вимагають, щоб фінансовий план складався з перспективою на три роки (до того ж із щомісячними показниками за перший рік та щоквартальними – за другий і третій).

3. Фінансовий план не може мати розбіжностей з іншими розділами бізнес-плану. Якщо, наприклад, в маркетинг-плані йдеться про наміри розгорнути широкомасштабну рекламну кампанію, то це обов'язково має знайти відображення в плані доходів і видатків. Якщо на бізнес фірми впливає фактор сезонності продажу, то його слід урахувати, проектуючи рух готівки, тощо.

4. У зв'язку з тим, що будь-який фінансовий аналіз майбутнього неминуче характеризується певним рівнем невизначеності, у фінансовому плані доцільно опрацювати кілька сценаріїв розвитку подій. Рекомендується розробляти як мінімум два варіанти фінансових показників. Один з них має ґрунтуватися на консервативних припущеннях, а другий – урахувати повний потенціал бізнесу.

5. У фінансовому плані треба (за можливості) підкреслювати достовірність інформації, яку він містить. Якість первинної інформації безпосередньо позначається на точності фінансових розрахунків. Інвестори часто проводять власні дослідження з метою оцінки достовірності розрахунків у бізнес-плані. Тому в разі відхилення відповідних фінансових показників бізнес-плану від середніх по галузі, до якої належить даний бізнес, обов'язково треба дати вичерпне пояснення цього.

Мета та особливості розробки фінансового плану визначають його зміст, послідовність і рівень деталізації опрацювання.

Фінансовий план містить такі основні підрозділи:

1. План доходів і видатків (план прибутків і збитків).
2. План грошових надходжень і виплат (план руху готівки).
3. Плановий баланс.

До складання балансового плану на кінець першого року приступають, коли складені план доходів і витрат та план грошових надходжень і виплат.

Балансовий план являє собою розрахунок активів (грошових коштів, обладнання, будівель, споруд, земель та ін.) і пасивів (зобов'язань перед кредиторами), рівність яких являє собою власний капітал підприємства, до якого належать кошти, вкладені партнерами, і прибуток, який залишиться після сплати податків.

Відповідно обґрунтований фінансовий план може бути використаний не тільки для залучення інвесторів і кредиторів, а й для оцінки результатів діяльності фірми після фактичного започаткування бізнесу. Крім того, фінансовий план часто є основою для опрацювання детального робочого бюджету фірми.

Таким чином, фінансовий план має стати керівним документом, що в ньому треба чітко визначити, звідки, коли та як залучатиметься та витрачатиметься необхідний капітал.

7.4 Планування доходів і видатків підприємства

План доходів і видатків є першим фінансовим документом фінансового плану. Він характеризує загальні суми очікуваних доходів фірми та її витрат за певний період.

Логіка опрацювання плану доходів і видатків передбачає визначення загальної суми продажів фірми, від якої поступово відраховуються різні види витрат фірми і в результаті обчислюються: валовий прибуток, операційний прибуток, прибуток до сплати податків, чистий прибуток

План доходів і видатків складається в наступній послідовності:

1) визначаються відповідні середні показники в галузі, до якої належить даний бізнес;

2) складаються прогнози обсягів продажу продукції (послуг) фірми;

3) розраховуються прямі й операційні витрати фірми на виробництво та реалізацію продуктів (послуг).

Прямі витрати фірми на виробництво та реалізацію продукції (вартість проданих товарів) включають: прямі матеріальні затрати, тобто вартість сировини, матеріалів, комплектувальних виробів та інші змінні витрати, пов'язані з виготовленням продукції; прямі затрати праці, тобто заробітну плату та інші виплати основному виробничому персоналу фірми.

Операційні витрати – це всі інші витрати, які необхідні для забезпечення нормальної діяльності фірми. Вони включають:

– заробітну плату адміністративно-управлінського, допоміжного та обслуговуючого персоналу фірми;

- нарахування й податки на заробітну плату цих категорій персоналу;
- додаткові виплати, які передбачені колективним договором;
- рентні платежі;
- платежі за комунальні послуги;
- витрати на офіс;
- витрати на відрядження;
- витрати на рекламу;
- страхові платежі;
- амортизаційні відрахування;
- інші операційні витрати;

4) визначається валовий прибуток фірми.

Валовий прибуток обчислюється як різниця між загальним обсягом продажу фірми і вартістю проданих товарів (сумою прямих витрат фірми на виробництво та реалізацію продукції);

5) обчислюється *операційний прибуток* фірми відніманням від валового прибутку суми операційних витрат;

6) розраховуються суми сплати процентів за отримані кредити;

7) обраховується прибуток після сплати процентів як різниця між операційним прибутком і сумою сплати процентів за кредит;

8) обчислюються згідно з чинним законодавством суми податків з прибутку фірми;

9) визначається чистий прибуток фірми як різниця між прибутком до сплати податків і сумою податків з прибутку фірми.

Важливе значення в плануванні прибутку має визначення *точки беззбитковості* («порогу рентабельності»), тобто такої виручки від реалізації, при якій підприємство не має збитків, але ще не має і прибутків. При цьому витрати підприємства дорівнюють його доходам. Для розрахунку точки беззбитковості можна користуватися як алгебраїчним, так і графічним методами.

Таким чином, точка беззбитковості в натуральному виразі показує, за якого обсягу виробництва маржинальний дохід є достатнім для того, щоб відшкодувати сукупні постійні витрати.

7.5 Розробка фінансової стратегії підприємства

Перспективне фінансове планування визначає найважливіші показники, пропорції та темпи розширеного відтворення, реалізації головних цілей підприємства. Перспективне планування включає розробку фінансової стратегії підприємства і прогнозування його фінансової діяльності.

Фінансова стратегія справляє суттєвий вплив на загальну економічну стратегію підприємства та включає методи й практику формування фінансових ресурсів, їх планування і забезпечення фінансової стійкості підприємства за ринкових умов господарювання.

Стратегія фінансування охоплює всі форми фінансової діяльності підприємства: оптимізацію основних і оборотних засобів, формування і розподіл прибутку, грошові розрахунки, інвестиційну політику.

Всебічно враховуючи фінансові можливості підприємств, об'єктивно оцінюючи характер внутрішніх і зовнішніх факторів, фінансова стратегія забезпечує відповідність фінансово-економічних можливостей підприємства умовам, які склалися на ринку товарів, робіт і послуг.

Стратегія фінансування підприємства згідно зі стратегічною ціллю забезпечує:

- формування і ефективного використання фінансових ресурсів;
- виявлення найефективніших напрямків інвестування та зосередження фінансових ресурсів на цих напрямках;
- відповідність фінансових дій економічному стану та матеріальним можливостям підприємства;
- визначення головної загрози з боку конкурентів, правильний вибір напрямків фінансових дій і маневрування для досягнення вирішальної переваги над конкурентами.

Завданнями фінансової стратегії є:

- визначення способів проведення успішної фінансової стратегії та використання фінансових можливостей;

- визначення перспективних фінансових взаємовідносин із суб'єктами господарювання, бюджетом, банками та іншими фінансовими інститутами;
- фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності;
- вивчення економічних та фінансових можливостей імовірних конкурентів, розробка та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості;
- розробка способів виходу із кризового стану та методів управління за умов кризового стану підприємств.

На підставі фінансової стратегії визначається фінансова політика підприємства за основними напрямками фінансової діяльності: податкова, цінова, амортизаційна, дивідендна, інвестиційна.

7.6 Джерела фінансування бізнесу. Форми та шляхи залучення інвестицій

Стратегія фінансування бізнес-проекту передбачає визначення переліку залучених джерел інвестиційних ресурсів, які поділяються на *внутрішні* та *зовнішні*.

До першої групи належить:

- статутний капітал підприємства;
- нагромаджені резерви (резервний капітал; додатковий капітал, що утворюється внаслідок переоцінки активів; фонди спеціального призначення, що формуються в процесі розподілу прибутку; нерозподілений прибуток);
- амортизаційні відрахування;
- пайові внески власників;
- страхове відшкодування.

Перевагами внутрішніх джерел інвестицій є простота та швидкість залучення, вища норма прибутку на вкладений капітал (оскільки немає витрат фінансування, пов'язаних зі сплатою процентів і т.п.), збереження контролю над підприємством у руках власників. Але їм також притаманні такі недоліки, як обмежений обсяг залучення капіталу, брак незалежного контролю за ефективністю його використання.

Зовнішніми джерелами є:

- кредити;
- надходження від продажу емітованих цінних паперів (акцій, облігацій);
- державні субсидії;
- безповоротна фінансова допомога.

До *переваг зовнішніх джерел* належать: значний обсяг залучення, незалежний контроль за ефективністю використання капіталу. Паралельно вони мають такі *недоліки*, як складність та триваліший період залучення, наявність витрат фінансування, можливість втрати контролю над підприємством (у разі емісії акцій).

Кінцевою *метою формування структури джерел інвестицій* є її оптимізація за критерієм максимального прибутку від інвестиційної діяльності та забезпечення фінансової стійкості підприємства.

На практиці, як правило, використовується *змішане* (як власне, так і позичкове) фінансування, оскільки воно є гнучкішим.

Звернення до зовнішніх джерел фінансування зумовлює наявність певної небезпеки для ініціатора проекту. Залучення кредитних ресурсів пов'язане з виплатою процентів, які згодом підвищують собівартість продукції і знижують її конкурентоспроможність.

Однак орієнтація виключно на внутрішні джерела фінансування інвестицій знижує ефективність господарської діяльності. Це пояснюється наявністю так званого ефекту фінансового важеля.

Ефект фінансового важеля можна трактувати як збільшення рентабельності власного капіталу, зумовлене використанням позичкового капіталу.

Сучасне законодавство в галузі особливостей інвестування (Закони України «Про інвестиційну діяльність», «Про цінні папери та фондовий ринок», «Про інститути спільного інвестування» тощо) передбачає різні форми та методи залучення коштів юридичних осіб і громадян до фінансування підприємницької діяльності.

Теоретичні питання:

1. Що таке «кошторис»?
2. Які види кошторисів Ви знаєте?
3. Розкрити поняття зведеного кошторису витрат на виробництво.
4. Що включає розрахунок витрат на сировину, матеріали, купівельні напівфабрикати і комплектуючі вироби, технологічне паливо й енергію в основному виробництві?
5. Що включає розрахунок основної та додаткової заробітної плати робітників, зайнятих виробництвом продукції (виконанням робіт, наданням послуг), з відрахуваннями на соціальні заходи?
6. Що включає розрахунок калькуляцій виробничої собівартості продукції?
7. Що включає розрахунок витрат на утримання та експлуатацію устаткування?
8. Що включає розрахунок загальновиробничих витрат?
9. Що включає розрахунок інших виробничих витрат?
10. Що являється базою для визначення вартості робіт чи послуг?
11. Звідки фірма отримуватиме кошти і на що конкретно останні будуть витрачені?
12. Як співвідносяться поточні потреби фірми у грошах з рухом готівки?
13. Яким буде фінансовий стан фірми на кінець прогнозованого періоду?
14. Чи зможе підприємець виконати взяті на себе зобов'язання?
15. Чи здатний підприємець належно розпорядитися отриманими коштами, щоб своєчасно повернути борги та забезпечити достатній прибуток на вкладений капітал?

Тестові завдання:

1. Кошторис виробництва – це ...

- а) сукупність витрат підприємства, пов'язаних з його діяльністю за певний період;

- б) склад витрат на придбання основних та допоміжних матеріалів;
- в) склад витрат на утримання адміністративних приміщень;
- г) всі відповіді вірні.

2. До витрат виробництва підприємства включають:

- а) витрати на сировину, матеріали, оплату праці робітників, податок на додану вартість;
- б) витрат на сировину, матеріали, оплату праці робітників, податок на додану вартість, податок з прибутку;
- в) витрати на сировину, матеріали, оплату праці робітників, витрати на охорону праці, техніку безпеки, охорону навколишнього середовища;
- г) всі відповіді вірні.

3. За економічними елементами виокремлюють такі групи витрат:

- а) витрати на сировину, заробітна плата виробничих робітників, амортизаційні відрахування, інші витрати;
- б) матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація основних фондів і нематеріальних активів, інші витрати;
- в) прямі матеріальні витрати, прямі витрати на заробітну плату, інші прямі витрати, загальновиробничі витрати;
- г) немає вірної відповіді.

4. Змінні витрати – це:

- а) витрати, які можуть бути безпосередньо віднесені на конкретний вид продукції;
- б) витрати, загальна сума яких за певний час залежить від обсягу виробленої продукції;
- в) витрати, розмір яких на одиницю продукції змінюється;
- г) немає вірної відповіді.

5. При зростанні обсягу виробництва змінні витрати ...

- а) на весь обсяг виробництва – зменшуються, на одиницю продукції – залишаються незмінними;

- б) на весь обсяг виробництва – збільшуються, на одиницю продукції – залишаються незмінними;
- в) на весь обсяг виробництва – залишаються незмінними, на одиницю продукції – зменшуються;
- г) на весь обсяг виробництва – залишаються незмінними, на одиницю продукції – збільшуються.

6. При зростанні обсягу виробництва постійні витрати ...

- а) на весь обсяг виробництва – зменшуються, на одиницю продукції – залишаються незмінними;
- б) на весь обсяг виробництва – збільшуються, на одиницю продукції – залишаються незмінними;
- в) на весь обсяг виробництва – залишаються незмінними, на одиницю продукції – зменшуються;
- г) на весь обсяг виробництва – залишаються незмінними, на одиницю продукції – збільшуються.

7. Залежно від часу формування витрат виділяють такі види собівартості:

- а) планова;
- б) цехова;
- в) фактична;
- г) виробнича.

8. Залежно від місця формування витрат виділяють такі види собівартості:

- а) індивідуальна;
- б) повна;
- в) галузева;
- г) нормативна.

9. За складом продукції виділяють такі види собівартості:

- а) валова;
- б) кошторисна;
- в) індивідуальна;
- г) товарна.

10. *Виробнича собівартість продукції містить:*

- а) усі витрати підприємства на виробництво продукції;
- б) усі витрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції;
- в) усі витрати, пов'язані з виробництвом продукції і загальновиробничі витрати;
- г) немає вірної відповіді.

11. *Матеріальні витрати є статтею ...*

- а) цехової собівартості;
- б) виробничої собівартості;
- в) повної собівартості;
- г) усі відповіді вірні.

12. *Витрати на оплату праці персоналу і сплату єдиного соціального внеску є статтею ...*

- а) цехової собівартості;
- б) виробничої собівартості;
- в) повної собівартості;
- г) усі відповіді вірні.

13. *Амортизація цехового обладнання є статтею ...*

- а) цехової собівартості;
- б) виробничої собівартості;
- в) повної собівартості;
- г) немає правильної відповіді.

14. *Заробітна плата адміністративного персоналу є статтею ...*

- а) цехової собівартості;
- б) виробничої собівартості;
- в) повної собівартості;
- г) немає правильної відповіді.

15. *Витрати на збут продукції є статтею ...*

- а) цехової собівартості;
- б) виробничої собівартості;
- в) повної собівартості;

г) немає правильної відповіді.

16. Калькулювання являє собою:

- а) обчислення питомої ваги продукції, що йде на експорт;
- б) обчислення собівартості окремих виробів;
- в) обчислення вартості робіт та послуг, наданих підприємству сторонніми організаціями;
- г) немає вірної відповіді.

17. Калькуляційна одиниця об'єкта калькулювання – це:

- а) одиниця визначення торговельної площі;
- б) одиниця визначення маржинального доходу підприємства;
- в) одиниця його кількісного виміру;
- г) всі відповіді вірні.

18. Калькулювання собівартості «по заказам» – це ...

- а) метод калькулювання собівартості продукції на основі обліку витрат по кожному індивідуальному виробу або за окремою партією виробів;
- б) метод калькулювання собівартості продукції на основі групування витрат в межах окремих процесів або стадій виробництва;
- в) метод калькулювання собівартості продукції, який передбачає включення в собівартість усіх (змінних і постійних) виробничих витрат;
- г) метод калькулювання собівартості продукції, який передбачає включення в собівартість продукції лише змінних виробничих витрат.

19. Калькулювання собівартості «по процесам» – це ...

- а) метод калькулювання собівартості продукції на основі обліку витрат по кожному індивідуальному виробу або за окремою партією виробів;
- б) метод калькулювання собівартості продукції на основі групування витрат в межах окремих процесів або стадій виробництва;

- в) метод калькулювання собівартості продукції, який передбачає включення в собівартість усіх (змінних і постійних) виробничих витрат;
- г) метод калькулювання собівартості продукції, який передбачає включення в собівартість продукції лише змінних виробничих витрат.

20. Виплата дивідендів акціонерам є витратами ...

- а) операційної діяльності;
- б) фінансової діяльності;
- в) інвестиційної діяльності;
- г) усі відповіді вірні.

21. Виплата кредиторам відсотків за користування позиковими коштами є витратами ...

- а) операційної діяльності;
- б) фінансової діяльності;
- в) інвестиційної діяльності;
- г) усі відповіді вірні.

22. Основними завданнями фінансової діяльності підприємства є:

- а) збалансування надходжень і видатків платіжних засобів підприємства у часі;
- б) забезпечення своєчасності розрахунків з контрагентами;
- в) оптимізація структури капіталу підприємства;
- г) забезпечення ліквідності підприємства.

23. Фінансова діяльність підприємства може бути організована такими методами:

- а) комерційний розрахунок;
- б) неприбуткова діяльність;
- в) кошторисне фінансування;
- г) усі відповіді вірні.

24. Фінансовий план підприємства включає:

- а) баланс активів і пасивів підприємства;
- б) баланс грошових надходжень і видатків;

- в) прогнозні дані щодо обсягів реалізації продукції;
- г) визначення точки беззбитковості.

25. Точка беззбитковості – це ...

- а) обсяг виробництва або реалізації продукції, послуг, робіт, при якому підприємство не отримує прибутку, але й не потерпає від збитку (доходи підприємства дорівнюють його витратам);
- б) граничний дохід, який отримує підприємство від продажу кожної наступної одиниці продукції, послуг, робіт;
- в) величина, на яку фактичний обсяг виробництва або реалізації продукції, послуг, робіт перевищує беззбитковий обсяг;
- г) немає вірної відповіді.

26. Маржинальний дохід – це ...

- а) обсяг виробництва або реалізації продукції, послуг, робіт, при якому підприємство не отримує прибутку, але й не потерпає від збитку (доходи підприємства дорівнюють його витратам);
- б) граничний дохід, який отримує підприємство від продажу кожної наступної одиниці продукції, послуг, робіт;
- в) величина, на яку фактичний обсяг виробництва або реалізації продукції, послуг, робіт перевищує беззбитковий обсяг;
- г) немає вірної відповіді.

27. Запас фінансової міцності – це ...

- а) обсяг виробництва або реалізації продукції, послуг, робіт, при якому підприємство не отримує прибутку, але й не потерпає від збитку (доходи підприємства дорівнюють його витратам);
- б) граничний дохід, який отримує підприємство від продажу кожної наступної одиниці продукції, послуг, робіт;
- в) величина, на яку фактичний обсяг виробництва або реалізації продукції, послуг, робіт перевищує беззбитковий обсяг;
- г) немає вірної відповіді.

28. Включає суму доходів підприємства від усіх видів діяльності ...

- а) валовий дохід;
- б) валовий прибуток;
- в) чистий дохід;

г) чистий прибуток.

29. Різниця доходу від реалізації продукції та податку на додану вартість – це ...

- а) валовий дохід;
- б) валовий прибуток;
- в) чистий дохід;
- г) чистий прибуток.

30. Різниця чистого доходу від реалізації продукції та собівартості реалізованої продукції – це ...

- а) валовий дохід;
- б) валовий прибуток;
- в) чистий дохід;
- г) чистий прибуток.

31. Різниця прибутку до оподаткування та суми податку на прибуток – це ...

- а) валовий дохід;
- б) валовий прибуток;
- в) чистий дохід;
- г) чистий прибуток.

32. Виділяють такі види ефективності діяльності підприємства за критерієм збільшення ефекту:

- а) локальна;
- б) первісна;
- в) порівняльна;
- г) мультиплікаційна.

33. За наслідками виділяють такі види ефективності діяльності підприємства:

- а) соціальна;
- б) абсолютна;
- в) госпрозрахункова;
- г) економічна.

34. За місцем одержання виділяють такі види ефективності діяльності підприємства:

- а) локальна;
- б) мультиплікаційна;
- в) соціальна;
- г) народногосподарська.

35. За метою визначення виділяють такі види ефективності діяльності підприємства:

- а) абсолютна;
- б) економічна;
- в) порівняльна;
- г) мультиплікаційна.

Практичні завдання:

Завдання 1. До стартового капіталу підприємства належать такі види витрат (табл. 7.1).

Таблиця 7.1

Стартовий капітал підприємства

<i>Види витрат</i>	<i>Сума, грн.</i>
Одноразові витрати на створення підприємства	
Капітальні витрати (придбання основних фондів)	
Створення виробничого запасу (в разі потреби)	
Інші одноразові витрати, пов'язані із запуском виробництва (ремонт приміщення та ін.)	
...	
...	
...	
Усього	

Одноразові витрати на створення підприємства виділяються на: процес реєстрації фірми, одержання печатки і штампів, відкриття рахунків у банках, становлення на облік в органах статистики, податковій інспекції, держадміністрації та ін.

Якщо вибраний вид діяльності вимагає проходження дозвільної системи, розмір одноразових витрат значно зростає.

Придбання основних фондів необхідно планувати із врахуванням витрат на їх транспортування і пусконаладжувальні роботи.

При виділенні коштів на формування виробничого запасу необхідно враховувати тривалість виробничого циклу і терміни реалізації продукції.

Якщо кошти від реалізації продукції починають надходити через тиждень після запуску виробництва, то і виробничий запас необхідно розраховувати не більше ніж на десять днів роботи підприємства, а не на квартал, півріччя або рік роботи. У такому разі витрати підприємства на оренду приміщень, електроенергію, заробітну плату та ін. у розмірі стартового капіталу можна не враховувати.

Якщо ж виробничий цикл займає півроку і більше, то в стартовому капіталі необхідно враховувати всі види витрат, які підприємство матиме до моменту надходження коштів від реалізації продукції.

Завдання 2. Після розрахунку розміру стартового капіталу необхідно визначитися з джерелами фінансування підприємства та скласти баланс грошових витрат і надходжень.

Це документ, що дозволяє оцінити, скільки грошей необхідно вкласти в проект залежно від часу, тобто скільки грошей необхідно до початку реалізації проекту і вже в процесі виробництва. Що стосується джерел фінансування, то вони можуть бути різні: власні кошти, кредити, акції та ін.

Залучаючи кредитні ресурси до купівлі основних фондів, погашення тіла кредиту зазвичай проводиться за іншою схемою.

Відсотки за користування кредитом включаються в собівартість продукції, а кредит повертається з прибутку, тому складання графіка погашення кредиту і заповнення рядка «повернення тіла кредиту» табл. 7.2 здійснюється після розрахунку чистого прибутку в зведеній таблиці доходів і витрат підприємства.

Приклад графіка погашення кредиту (сума кредиту 500 тис. грн. під 24 % річних):

Завантаження кредиту – 500000.00 (грн.)

Погашення:

31.05.2013 – 50000.00 (грн.)
31.12.2013 – 50000.00 (грн.)
31.05.2014 – 100000.00 (грн.)
31.12.2014 – 100000.00 (грн.)
31.05.2015 – 100000.00 (грн.)
31.12.2015 – 100000.00 (грн.)

Таблиця 7.2

**Повернення кредиту згідно з графіком погашення,
з виплатою банківського відсотка***

Період	1-ше півріччя 20__	2-ге півріччя 20__	1-ше півріччя 20__	2-ге півріччя 20__	1-ше півріччя 20__	2-ге півріччя 20__	За весь період
Сума кредиту	500000	450000	400000	300000	200000	100000	–
% за кредит	60000	54000	48000	36000	24000	12000	234000
Повернення тіла кредиту	50000	50000	100000	100000	100000	100000	500000

Примітка*: приклад повернення кредиту за 3 роки.

Завдання 3. Класифікація витрат на змінні і постійні (табл. 7.3) необхідна для розрахунку точки беззбитковості, яка показує, який обсяг продукції або послуг повинне реалізовувати підприємство для того, щоб не мати збитків від своєї діяльності.

Умовно-змінні витрати – це витрати, що змінюються в прямій залежності від рівня виробництва (пов'язані безпосередньо з виробництвом продукції).

Умовно-постійні витрати (накладні витрати) – це витрати, які залишаються незмінними при зміні рівня виробництва (орендна плата, плата за теплопостачання та ін.).

Якщо оплата праці всього персоналу підприємства здійснюється погодинно, відповідно до посадових окладів, то витрати за даною статтею і соціальні відрахування будуть належати до постійних витрат.

Таблиця 7.3

Розрахунок змінних і постійних витрат

<i>Стаття калькуляції</i>	<i>Змінні витрати</i>	<i>Постійні витрати</i>
Сировина і матеріали		
Паливо		
Електроенергія		
Оплата праці: • управлінського персоналу; • основних працівників		
Соціальні відрахування: • управлінського персоналу; • основних працівників		
Орендна плата		
Реклама		
Відсоток за кредитом		
...		
...		
...		
Усього		

Завдання 4. Калькуляція собівартості продукції на підприємстві складається для визначення відпускної ціни одиниці товару (табл. 7.4).

Таблиця 7.4

Калькуляція собівартості і розрахунок відпускної ціни продукції, грн.

<i>№ пор.</i>	<i>Стаття калькуляції</i>	<i>Продукт (послуга) 1</i>	<i>Продукт (послуга) n</i>	<i>Усього</i>
1	Сировина і матеріали			
2	Оплата праці			
3	Орендна плата			
	...			
	...			
	...			
	Повна собівартість продукції			
	Прибуток			
	Відпускна ціна без ПДВ			
	Відпускна ціна з ПДВ			

Якщо підприємство працює на фіксованому 10% податку, відпускна ціна розраховується без податку на додану вартість (ПДВ).

Якщо підприємство працює на загальній системі оподаткування, то витрати, які підприємство має з врахуванням ПДВ, повинні в калькуляції враховуватися без ПДВ. Для цього статтю «Витрати з ПДВ» зменшують на 16,67% (одну шосту).

Прибуток розраховується за прийнятою нормою прибутку від повної собівартості продукції. Якщо ціна встановлюється на рівні ринкових цін, то прибуток розраховується як різниця між ціною і повною собівартістю.

ТЕМА 8

ОПОДАТКУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

8.1 Поняття і функції податків

Податки виступають однією з обов'язкових ознак існування держави.

Податки у суспільстві виступають основним джерелом формування коштів для функціонування різних інститутів влади і фінансування соціальних програм.

Податки виступають в якості інструменту для стягнення плати за ті послуги, що держава надає суб'єктам господарювання і громадянам.

Під *податком і збором (обов'язковим платежем)* в *бюджету та в державні цільові фонди* розуміють обов'язковий внесок до бюджету відповідного рівня або державний цільовий фонд, що здійснюється платниками в порядку і на умовах, що визначаються законодавством.

Державні цільові фонди – це фонди, що створені у відповідності з Законами України і формуються за рахунок податків і зборів юридичних осіб незалежно від форм власності і фізичних осіб.

Економічна сутність податків проявляється у їх сутності. Податки виконують такі основні *функції*:

1) *фіскальна* – полягає в тому, що саме вони виступають інструментом формування дохідної частини бюджету. Ця функція вважається головною;

2) *розподільча* – полягає в тому, що за допомогою оподаткування фінансові кошти перерозподіляють між різними групами платників податків, різними галузями народногосподарського комплексу. За допомогою цієї функції здійснюються соціальні програми, фінансуються збиткові галузі, існування яких важливо для національної економіки;

3) *стимулююча* – передбачає введення гнучкої системи податкових пільг і особливого порядку оподаткування окремих галузей і окремих господарських операцій.

8.2 Система оподаткування. Прямі та непрямі податки

В основі побудови механізму стягнення податків лежать *елементи системи оподаткування*: суб'єкт оподаткування, об'єкт оподаткування, джерела сплати податку і квота.

Суб'єкт оподаткування – це платники податків і зборів.

Всі платники податків можуть бути розділені на *дві групи*:

1) юридичні особи, підприємства, що мають рахунок в банку, ведуть самотійний баланс і самотійно розпоряджаються своїм майном і продукцією, а також відокремлені підрозділи підприємств, що не є юридичними особами, але у відповідності з діючим законодавством зобов'язані мати окремий баланс і особистий банківський рахунок;

2) фізичні особи, що в свою чергу розподіляються на громадян-підприємців (з використанням найманої праці і без) і власне фізичні особи, тобто громадяни, що не здійснюють підприємницьку діяльність.

Об'єкт оподаткування – це деякий економічний показник, що обкладається податком.

В якості об'єктів оподаткування можуть виступати прибуток, дохід, майно, фонд оплати праці, обсяг реалізації, площа земельної ділянки, кількість спожитих природних ресурсів. В залежності від конкретного податку об'єкти оподаткування можуть вимірюватися як у вартісному, так і в натуральному виразі.

Одиниця оподаткування – це одиниця виміру (фізичного або грошового) об'єкту оподаткування.

Джерела виплати податків – це дохід платника, з якого він сплачує податок.

Квота – це частина податку в доходах платника.

Ставка – це розмір податку на одиницю оподаткування.

В залежності від обсягу оподаткованих операцій ставки можуть бути *універсальними і диференцьованими*.

За побудовою ставки діляться на *тверді й відсоткові*.

Тверді ставки встановлюються в грошовому виразі на одиницю об'єкту оподаткування або в натуральному виразі, представляють собою абсолютну суму на одиницю оподаткування незалежно від рівня доходу.

Відсоткові ставки встановлюються у частинах до встановленої державою величини в грошовому виразі. Діють в однаковому відсотковому співвідношенні до об'єкту оподаткування без врахування диференціації його величини.

Ставки податків можуть бути однаковими для всієї величини об'єкта оподаткування або можуть бути *прогресивними*, тобто зростати в залежності від збільшення об'єкту оподаткування.

Прогресії можуть бути простими і складними.

Проста прогресія передбачає, що ставка податку зростає пропорційно зростанню всього об'єкту оподаткування.

За *складної прогресії* об'єкт оподаткування поділяється на частини, кожна з яких оподатковується за своєю ставкою.

Норма прогресії – це кількість пунктів, на які зростає податкова ставка при переході до кожного наступного інтервалу оподаткування.

В теорії і практиці оподаткування гостро стоїть питання визначення оптимальної ставки податку. При підвищенні податкової ставки до максимуму виникає зростання суми надходжень податків. При подальшому зростанні ставки спостерігається стрімке зниження суми податків, що надходять до бюджету. *Граничне значення оптимальної податкової ставки відповідає 30-35%.*

Принципами побудови податкової системи є:

- стимулювання підприємницької діяльності й інвестиційної активності введенням пільг з оподаткування прибутку, що спрямовується на розвиток виробництва;
- обов'язковість – впровадження норм з виплати податків та зборів, визначених на основі достовірних даних про об'єкти оподаткування за звітний період і встановлення відповідальності платників податків за порушення податкового законодавства;
- рівнозначність і пропорційність – стягнення податків з юридичних осіб здійснюється в певному відсотку від отриманого прибутку і забезпечення сплати рівних податків та зборів на рівні прибутку, і пропорційно більших податків та зборів – на більші доходи;

- рівність, недопущення проявів податкової дискримінації – забезпечення однакового підходу до суб'єктів господарювання юридичних і фізичних осіб при визначення зобов'язань з виплати податків;

- соціальна справедливість – забезпечення соціальної підтримки малозабезпечених верств населення шляхом ведення економічно обгрунтованого неоподаткованого мінімуму доходів громадян, застосування диференційованого і прогресивного оподаткування громадян;

- стабільність – забезпечення незмінності податків і зборів та їх ставок, а також податкових пільг в межах бюджетного року;

- економічна обгрунтованість – встановлення податків і зборів на підставі показників розвитку національної економіки з урахування необхідності досягнення збалансованості витрат бюджету з його доходами;

- рівномірність виплати – встановлення строків виплати податків і зборів виходячи з необхідності забезпечення своєчасного надходження коштів до бюджету для фінансування витрат;

- компетенція – встановлення і відміна податків і зборів, а також пільг здійснюється у відповідності з податковим законодавством.

Прямий податок – це податок, що стягується державою безпосередньо з доходу або майна платника податку.

Прямі особисті податки встановлюються персонально для конкретного платника податку.

Видами особистих податків є прибутковий податок, податок на майно, податок на спадщину.

Прямий реальний податок передбачає оподаткування майна за зовнішніми принципами.

До реального податку відноситься земельний податок, податок на промисел, податок на грошовий капітал, податок на прибуток.

Непрямі податки встановлюються в цінах товарів і послуг.

В світовій практиці існує три види непрямих податків: акцизи, фіскальна монополія і ввізне мито.

Універсальний акциз – це непрямий податок, що встановлюється як надбавка до загального обігу реалізації товарів (робіт, послуг) за однією або декількома ставками.

Він може виступати в формі податку з продажу, податку з обігу або податку на додану вартість.

Специфічний акциз – це непрямий податок, що встановлюється за окремими ставками для певних видів товарів.

Фіскальна монополія – це прибуток держави від реалізації монополізованих державою товарів.

За *часткової монополії* держава монополізує або тільки процес ціноутворення, або ціноутворення і виробництво окремих видів товарів, або ціноутворення і реалізацію.

За *повної монополії* держава залишає за собою виключне право на виробництво і реалізацію окремих товарів за встановленими цінами.

Ввізне мито встановлюється при переміщенні товарів через митний кордон держави.

На відміну від інших непрямих податків метою стягнення ввізного мита є не стільки фіскальні потреби держави, скільки формування раціональної структури експорту і імпорту.

Непрямі податки по відношенню до прямих мають свої переваги і недоліки. Вони найбільш ефективні в фіскальному аспекті, оскільки обкладають податком споживання, що є більш стабільною величиною ніж доходи. Тому складніше вклонитися від сплати цих податків. Непрямі податки здійснюють значний вплив на загальні процеси ціноутворення.

8.3 Податки та збори, передбачені законодавством України

Податковий кодекс України містить розділи про: загальні положення; адміністрування податків, зборів (обов'язкових платежів); податок на прибуток підприємств; податок на доходи фізичних осіб; податок на додану вартість; акцизний податок; збір за першу реєстрацію транспортного засобу; екологічний податок; рентну плату за транспортування нафти і нафтопродуктів магістральними нафтопроводами, транзитне транспортування трубопроводами природного газу та аміаку

територією України; рентну плату за нафту, природний газ і газовий конденсат, що видобуваються в Україні; плату за користування надрами; місцеві податки і збори; плату за землю; спеціальні податкові режими; збір за користування радіочастотним ресурсом України; збір за спеціальне використання води; збір за спеціальне використання лісових ресурсів; особливості оподаткування платників податків в умовах дії угоди про розподіл продукції; прикінцеві та перехідні положення.

Податковий кодекс України регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема, визначає перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства.

Документом, зокрема, визначено, що установлення і скасування податків та зборів, а також пільг їх платникам здійснюється Верховною Радою України, а також Верховною Радою Автономної Республіки Крим і сільськими, селищними, міськими радами відповідно до Податкового кодексу України, і у межах їхніх повноважень стосовно цього, визначених Конституцією та цим Кодексом.

В Україні установлюються *загальнодержавні та місцеві податки та збори*.

Згідно із Податковим кодексом України, *до загальнодержавних податків та зборів належать*: податок на прибуток підприємств; податок на доходи фізичних осіб; податок на додану вартість; акцизний податок; збір за першу реєстрацію транспортного засобу; екологічний податок; рентна плата за транспортування нафти і нафтопродуктів магістральними нафтопроводами та нафтопродуктопроводами, транзитне транспортування трубопроводами природного газу та аміаку територією України; рентна плата за нафту, природний газ і газовий конденсат, що видобуваються в Україні; плата за користування надрами; плата за землю; збір за користування радіочастотним ресурсом України; збір за спеціальне

використання води; збір за спеціальне використання лісових ресурсів; фіксований сільськогосподарський податок; мито; збір у вигляді цільової надбавки до діючого тарифу на електричну та теплову енергію, крім електроенергії, виробленої кваліфікованими когенераційними установками; збір у вигляді цільової надбавки до діючого тарифу на природний газ для споживачів усіх форм власності.

До *місцевих податків* належить податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки та єдиний податок; до *місцевих зборів* – збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності, збір за місця для паркування транспортних засобів, туристичний збір.

Податковим кодексом України передбачено, що місцеві ради обов'язково установлюють податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, єдиний податок та збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності.

Місцеві ради в межах повноважень, визначених Податковим кодексом України, вирішують й питання відповідно до вимог цього кодексу щодо установлення збору за місця для паркування транспортних засобів, туристичного збору.

Податковий кодекс України містить також положення про спеціальні податкові режими (система заходів, що визначає особливий порядок оподаткування окремих категорій господарюючих суб'єктів).

Документ містить положення про *податковий контроль* – систему заходів, що вживаються контролюючими органами з метою контролю правильності нарахування, повноти і своєчасності сплати податків і зборів, а також дотримання законодавства з питань проведення розрахункових та касових операцій, патентування, ліцензування та іншого законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи.

Податковий контроль в частині здійснення заходів, що вживаються митними органами з метою перевірки правильності нарахування, повноти і своєчасності сплати податків і зборів, є складовою частиною *митного контролю*.

Податковий контроль здійснюється шляхом: ведення обліку платників податків; інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності органів державної податкової служби; перевірок та звірок відповідно до вимог Податкового кодексу України, а також перевірок щодо дотримання законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи, у порядку, встановленому іншими спеціальними законами, що регулюють відповідну сферу правовідносин.

Органи прокуратури, Служби безпеки України, внутрішніх справ, податкової міліції, прокуратури та їх службові (посадові) особи не можуть брати безпосередньої участі у проведенні перевірок, що здійснюються контролюючими органами та проводити перевірки суб'єктів підприємницької діяльності з питань оподаткування.

Податковим кодексом України передбачено створення системи обліку в розрізі платників податків, їх відокремлених підрозділів та об'єктів оподаткування.

Зокрема, центральний орган державної податкової служби визначає порядок обліку платників податків в органах державної податкової служби та порядок формування Реєстру великих платників податків на відповідний рік.

Облік осіб, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та повідомили про це відповідний орган державної податкової служби ведеться за прізвищем, ім'ям, по батькові і серією та номером діючого паспорта. У паспортах зазначених осіб органами державної податкової служби робиться відмітка про наявність у них права здійснювати будь-які платежі за серією та номером паспорта. Порядок внесення відмітки визначається центральним органом державної податкової служби.

Податковим кодексом України передбачено створення цілісної системи інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної податкової служби.

Згідно із Податковим кодексом України, органи державної податкової служби мають право проводити камеральні, документальні (планові або позапланові; виїзні або невиїзні) та фактичні перевірки.

Камеральна перевірка проводиться посадовими особами контролюючого органу без будь-якого спеціального рішення керівника такого органу або направлення на її проведення.

Камеральній перевірці підлягає вся податкова звітність суцільним порядком.

Камеральною перевіркою вважається перевірка, яка проводиться у приміщенні органу державної податкової служби виключно на підставі даних, зазначених у податкових деклараціях (розрахунках) платника податків.

Камеральна перевірка проводиться без будь-якого спеціального рішення керівника податкової та направлення на її проведення, без присутності платника.

Їй підлягає вся податкова звітність суцільним порядком.

Документальною перевіркою вважається перевірка, предметом якої є своєчасність, достовірність, повнота нарахування та сплати усіх передбачених Податковим кодексом України податків та зборів, а також дотримання валютного та іншого законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи, дотримання роботодавцем законодавства щодо укладення трудового договору, оформлення трудових відносин з працівниками (найманими особами) та яка проводиться на підставі податкових декларацій (розрахунків), фінансової, статистичної та іншої звітності, реєстрів податкового та бухгалтерського обліку, ведення яких передбачено законом, первинних документів, які використовуються в бухгалтерському та податковому обліку, які пов'язані з нарахуванням і сплатою податків та зборів, виконанням вимог іншого законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на органи державної податкової служби, а також отриманих в установленому законодавством порядку органом державної податкової служби документів та податкової інформації, у тому числі за результатами перевірок інших платників податків.

Фактичною перевіркою вважається перевірка, що здійснюється за місцем фактичного провадження платником податків діяльності, розташування господарських або інших об'єктів права власності такого платника.

Така перевірка здійснюється органом державної податкової служби щодо дотримання порядку здійснення платниками податків розрахункових операцій, ведення касових операцій, наявності ліцензій, патентів, свідоцтв, у тому числі свідоцтв про державну реєстрацію, виробництва та обігу підакцизних товарів, дотримання роботодавцем законодавства щодо укладення трудового договору, оформлення трудових відносин з працівниками (найманими особами).

Документальна планова перевірка повинна бути передбачена у *плані-графіку проведення планових документальних перевірок*.

Платники податків з незначним ступенем ризику щодо несплати податків та зборів включаються до плану-графіка проведення документальних планових перевірок не частіше, ніж раз на три календарних роки, середнім – не частіше ніж раз на два календарних роки, високим – не частіше одного разу на календарний рік.

Юридичні особи, що звільнені від сплати податку на прибуток до 2016 р., та у яких сума сплаченого до бюджету податку на додану вартість становить не менше п'яти відсотків від задекларованого доходу за звітний податковий період, а також самозайняті особи, сума сплачених податків яких становить не менше п'яти відсотків від задекларованого доходу за звітний податковий період, включаються до плану-графіка не частіше, ніж раз на три календарних роки.

Податковим кодексом України заборонено проведення документальної планової перевірки за окремими видами зобов'язань перед бюджетами, перевірки своєчасності сплати податку з доходів фізичних осіб та зобов'язань за бюджетними позиками і кредитами, що гарантовані бюджетними коштами.

Про проведення документальної планової перевірки оформлюється наказ керівником органу державної податкової служби.

Право на проведення документальної планової перевірки платника податків надається лише у випадку, коли йому не пізніше ніж за 10 календарних днів до дня проведення зазначеної перевірки вручено під розписку або надіслано рекомендованим листом з повідомленням про вручення копію наказу про

проведення документальної планової перевірки та письмове повідомлення із зазначенням дати початку проведення такої перевірки.

Документальна позапланова виїзна перевірка здійснюється за наявності хоча б однієї з таких обставин:

- за наслідками перевірок інших платників податків або отримання податкової інформації виявлено факти, що свідчать про можливі порушення платником податків законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на податкові органи, якщо платник податків не надасть пояснення та їх документальні підтвердження на обов'язковий письмовий запит органу державної податкової служби протягом 10 робочих днів з дня отримання запиту;
- платником не подано в строк податкову декларацію або розрахунки;
- платником подано податковому органу уточнюючий розрахунок з відповідного податку за період, який перевірявся органом державної податкової служби;
- у податкових деклараціях виявлено недостовірність даних, якщо платник не надасть пояснення та їх документальні підтвердження на письмовий запит податкового органу протягом десяти робочих днів з дня отримання запиту;
- платником подано заперечення до акта перевірки або скаргу на прийняте за її результатами податкове повідомлення-рішення, в яких вимагається повний або частковий перегляд результатів відповідної перевірки або скасування прийнятого за її результатами податкового повідомлення-рішення у разі, коли платник податків посилається на обставини, що не були досліджені під час перевірки, та об'єктивний їх розгляд неможливий без проведення перевірки. Така перевірка проводиться виключно з питань, що стали предметом оскарження;
- розпочато процедуру реорганізації юридичної особи (крім перетворення), припинення юридичної особи або підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця, порушено провадження у справі про визнання банкрутом

платника податків або подано заяву про зняття з обліку платника податків;

- платником подано декларацію, в якій заявлено до відшкодування з бюджету податок на додану вартість з від'ємним значенням з податку на додану вартість, яке становить більше 100 тис. гривень. Така перевірка проводиться виключно щодо законності декларування заявленого до відшкодування з бюджету податку на додану вартість;

- щодо платника податку подано скаргу про ненадання таким платником податків податкової накладної покупцю або про порушення правил заповнення податкової накладної у разі ненадання таким платником податків пояснень та документального підтвердження на письмовий запит податкового органу протягом десяти робочих днів;

- отримано постанову суду про призначення перевірки або постанову органу дізнання, слідчого, прокурора, винесену ними відповідно до закону у кримінальних справах;

- податковим органом вищого рівня здійснено перевірку документів обов'язкової звітності платника або матеріалів документальної перевірки, проведеної контролюючим органом нижчого рівня, і виявлено невідповідність висновків акта перевірки вимогам законодавства або неповне з'ясування під час перевірки питань, що повинні бути з'ясовані під час перевірки для винесення об'єктивного висновку щодо дотримання платником податків вимог законодавства;

- у разі отримання інформації про ухилення податковим агентом від оподаткування виплаченої (нарахованої) найманим особам (у тому числі без документального оформлення) заробітної плати, пасивних доходів, додаткових благ, інших виплат та відшкодувань, що підлягають оподаткуванню, у тому числі внаслідок неукладення платником податків трудових договорів з найманими особами згідно із законом, а також здійснення особою господарської діяльності без державної реєстрації.

Така перевірка проводиться виключно з питань, що стали підставою для проведення такої перевірки.

Право на проведення документальної позапланової перевірки платника надається лише у випадку, коли йому до початку проведення зазначеної перевірки вручено під розписку копію наказу про проведення документальної позапланової перевірки.

Документальна невиїзна перевірка здійснюється у разі прийняття керівником податкового органу рішення про її проведення та за наявності вищенаведених обставин для проведення документальної перевірки.

Документальна невиїзна перевірка здійснюється на підставі документів та даних, наданих платником податків або отриманих в інший спосіб, передбачений законом.

Така перевірка проводиться посадовими особами органу державної податкової служби виключно на підставі рішення керівника Державної податкової інспекції, оформленого наказом, та за умови надіслання платнику податків рекомендованим листом із повідомленням про вручення або вручення йому під розписку копії наказу про проведення такої перевірки та письмового повідомлення про дату початку та місце проведення такої перевірки. При цьому присутність платників не обов'язкова.

Фактична перевірка може проводитися на підставі рішення керівника органу податкової служби, оформленого наказом, копія якого вручається платнику податків під розписку до початку проведення такої перевірки, та за наявності хоча б однієї з таких обставин:

- у разі коли за результатами перевірок інших платників податків виявлено факти, які свідчать про можливі порушення платником податків законодавства щодо виробництва та обігу підакцизних товарів, здійснення платником податків розрахункових операцій, ведення касових операцій, наявності патентів, ліцензій, свідоцтв про державну реєстрацію та інших документів, контроль за наявністю яких покладено на органи державної податкової служби, та виникає необхідність перевірки таких фактів;
- у разі отримання в установленому законодавством порядку інформації від державних органів, яка свідчить про можливі порушення платником податків законодавства зокрема,

щодо здійснення платниками податків розрахункових операцій, ведення касових операцій, наявності патентів, ліцензій, свідоцтв про державну реєстрацію та інших документів, контроль за наявністю яких покладено на органи державної податкової служби, виробництва та обігу підакцизних товарів;

- письмового звернення покупця (споживача) про порушення платником податків порядку проведення розрахункових операцій, касових операцій, патентування або ліцензування;

- неподання суб'єктом господарювання в установлений законом строк обов'язкової звітності про використання реєстраторів розрахункових операцій, розрахункових книжок та книг обліку розрахункових операцій, подання їх із нульовими показниками;

- отримання інформації про порушення законодавства в частині виробництва, обліку, зберігання та транспортування спирту, алкогольних напоїв та тютюнових виробів та цільового використання спирту платниками податків;

- у разі виявлення за результатами попередньої перевірки порушення законодавства з питань, що підлягають фактичній перевірці згідно її визначення;

- у разі отримання в інформації про використання праці найманих осіб без належного оформлення трудових відносин та виплати роботодавцями доходів у вигляді заробітної плати без сплати податків до бюджету, а також здійснення фізичною особою підприємницької діяльності без державної реєстрації.

Фактична перевірка, що здійснюється за результатами попередньої перевірки, може бути проведена одноразово протягом 12 місяців з дати складання акта попередньої перевірки.

Перед початком фактичної перевірки, з питань дотримання порядку здійснення розрахункових операцій та ведення касових операцій, посадовими особами податкових органів може бути проведена контрольна розрахункова операція.

Під час проведення фактичної перевірки в частині дотримання роботодавцем законодавства щодо укладення трудового договору, оформлення трудових відносин з працівниками (найманими особами), в тому числі тим, яким

установлено випробування, перевіряється наявність належного оформлення трудових відносин, з'ясовуються питання щодо ведення обліку роботи, виконаної працівником, обліку витрат на оплату праці, відомості про оплату праці працівника. Для з'ясування факту належного оформлення трудових відносин з працівником, який здійснює трудову діяльність, можуть використовуватися документи, що посвідчують особу, або інші документи, які дають змогу її ідентифікувати (посадове посвідчення, посвідчення водія, санітарна книжка тощо).

Фактична перевірка проводиться двома і більше посадовими особами органу державної податкової служби у присутності посадових осіб платника та/або особи, що фактично здійснює розрахункові операції.

Під час проведення перевірки посадовими особами, які здійснюють таку перевірку, може проводитися хронометраж господарських операцій. За результатами хронометражу складається довідка, яка підписується посадовими особами органу державної податкової служби та посадовими особами платника податків та/або особами, що фактично здійснюють господарські операції.

Забороняється вилучення оригіналів первинних фінансово-господарських, бухгалтерських та інших документів за виключенням випадків, передбачених кримінально-процесуальним законом.

Податковим кодексом України вводиться вичерпний перелік фінансових санкцій, що можуть бути застосовані до платників податків у зв'язку із порушенням податкового законодавства.

За порушення законів з питань оподаткування та іншого законодавства, контроль за яким покладено на контролюючі органи, застосовуються такі види юридичної відповідальності: фінансова, адміністративна та кримінальна.

8.4. Первинний облік податку на додану вартість

Виплата податку на додану вартість (ПДВ) до бюджету здійснюється у відповідності із Податковим кодексом України.

Первинний облік ПДВ ведеться в податкових накладних.

Основними реквізитами цього документу є:

- порядковий номер податкової накладної;
- дата виписування податкової накладної;
- повна або скорочена назва, яка зазначена у статутних документах юридичної особи або прізвище, ім'я по батькові фізичної особи, зареєстрованої як платник податку на додану вартість;
- податковий номер платника податку (продавця та покупця);
- місце розташування юридичної особи або місце податкової адреси фізичної особи, зареєстрованої як платник податку на додану вартість;
- опис (номенклатура) товарів (робіт, послуг) та їх кількість (обсяг, об'єм);
- повна або скорочена назва, зазначена у статутних документах;
- ціна продажу без врахування податку;
- ставка податку та відповідна сума у цифровому значенні;
- загальна сума коштів, що підлягають сплаті з урахуванням податку.

Податкову накладну складає особа, яка зареєстрована як платник податку в податковому органі і якій присвоєно індивідуальний податковий номер платника податку на додану вартість.

Порядковий номер податкової накладної відповідає порядковому номеру книги обліку продажу товарів (робіт, послуг).

Сплачена (нарахована) сума податку на додану вартість у податковій накладній повинна відповідати сумі податкових зобов'язань з продажу товарів (робіт, послуг) продавця у книзі обліку продажу товарів (робіт, послуг).

Якщо особа, яка зобов'язана зареєструватися як платник податку, не здійснила такої реєстрації протягом термінів, визначених законодавством, здійснює оподатковувані операції з продажу товарів (робіт, послуг) з нарахуванням податку на додану вартість і видачею податкової накладної без внесення суми податку до бюджету, то така податкова накладна вважається *фіктивною*.

За видачу фіктивної накладної орган державної податкової служби застосовує до такої особи штраф у розмірі подвійної суми отриманого податку на додану вартість, але не менше 1000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Податкова накладна складається у двох примірниках (оригінал і копія) у момент виникнення податкових зобов'язань продавця, тобто на дату здійснення будь-якої з подій, що сталася раніше. При цьому у верхній лівій частині податкової накладної робляться відповідні відмітки (непотрібне виділяється поміткою – X). Оригінал податкової накладної надається покупцю товарів (робіт, послуг) на його вимогу.

Зазначений документ зберігається покупцем разом із розрахунковими, платіжними документами з придбання товарів (робіт, послуг) у порядку і протягом терміну, визначеного для зберігання облікових податкових документів та зобов'язань із сплати податків.

Податкова накладна дає право покупцю, зареєстрованому як платник податку, на включення до податкового кредиту витрат по сплаті податку на додану вартість.

Копія податкової накладної залишається у продавця товарів (робіт, послуг) як звітний розрахунковий податковий документ і зберігається в порядку та протягом строку, передбаченого законодавством для зобов'язань із сплати податку.

Податкова накладна видається платником податку, який поставляє товари (послуги), на вимогу їх отримувача, та є підставою для нарахування податкового кредиту.

Як виняток з цього правила, підставою для нарахування податкового кредиту при поставці товарів (послуг) за готівку чи з розрахунками картками платіжних систем, банківськими або персональними чеками у межах граничної суми, встановленої Національним банком України для готівкових розрахунків, є належним чином оформлений товарний чек, інший платіжний чи розрахунковий документ, що підтверджує прийняття платежу постачальником від отримувача таких товарів (послуг), з визначенням загальної суми такого платежу, суми податку та податкового номера постачальника.

У разі відмови з боку постачальника товарів (послуг) надати податкову накладну або при порушенні ним порядку її заповнення отримувач таких товарів (послуг) має право додати до податкової декларації за звітний податковий період заяву зі скаргою на такого постачальника, яка є підставою для включення сум цього податку до складу податкового кредиту. До заяви додаються копії товарних чеків або інших розрахункових документів, що засвідчують факт сплати податку внаслідок придбання таких товарів (послуг). Отримання такої скарги є підставою для проведення позапланової виїзної перевірки такого постачальника для з'ясування достовірності та повноти нарахування ним зобов'язань з цього податку за такою цивільно-правовою операцією.

Накладна не виписується, якщо обсяг разового продажу товарів (робіт, послуг) не перевищує двадцяти гривень, у разі продажу транспортних квитків та при виписуванні готельних рахунків. При цьому підставою для збільшення суми податкового кредиту є товарний чек, інший розрахунковий або платіжний документ.

У разі імпорту товарів на митну територію України документом, що посвідчує право на отримання податкового кредиту, вважається *вантажна митна декларація*, оформлена відповідно до вимог законодавства, яка підтверджує сплату податку на додану вартість, або *погашений податковий вексель*.

Всі складені примірники податкової накладної підписуються особою, уповноваженою платником податку здійснювати продаж товарів (робіт, послуг), та скріплюються печаткою такого платника податку – продавця. Податкова накладна не підписується покупцем товарів (робіт, послуг) і не скріплюється його печаткою.

8.5 Види операцій суб'єктів підприємництва, які підлягають оподаткуванню ПДВ

Податок на додану вартість є непрямим податком. Має широку базу оподаткування, що включає в себе не тільки товари, але й роботи та послуги.

Універсальні ставки полегшують як нарахування податку, так і контроль за правильністю і своєчасністю сплати.

Недоліком ПДВ є його значний вплив на загальний рівень цін по відношенню до малозабезпечених верств населення, а також відволікання з обігу грошових коштів.

Платниками ПДВ є юридичні і фізичні особи, що зобов'язані здійснювати утримання і внесення в бюджет податку, що сплачується покупцем, або особи що ввозять товари на митну територію України або отримують від нерезидента роботи (послуги) для їх використання або споживання на митній території України.

Платником податку є будь-яка особа, яка:

а) здійснює або планує здійснювати господарську діяльність та реєструється за своїм добровільним рішенням як платник цього податку;

б) підлягає обов'язковій реєстрації як платник цього податку (якщо загальна сума від здійснення операцій з поставки товарів (послуг), протягом останніх дванадцяти календарних місяців сукупно перевищує 300000; особа, яка поставляє товари (послуги) а митній території України з використанням глобальної або локальних комп'ютерних мереж, при цьому особа-нерезидент може здійснювати таку діяльність тільки через своє постійне представництво, зареєстроване на території України; особа, що здійснює операції з реалізації конфіскованого майна);

в) імпортує товари (супутні послуги) в обсягах, що підлягають оподаткуванню цим податком згідно з нормами цієї статті.

Об'єктом оподаткування є операції платників податку з:

- поставки товарів та послуг, місце поставки яких знаходиться на митній території України;

- ввезення товарів (супутніх послуг) у митному режимі імпорту або реімпорту;

- поставка (вивезення, пересилання) товарів (супутніх послуг) у митному режимі експорту або реекспорту.

Не є об'єктом оподаткування операції з:

- випуску (емісії), розміщення у будь-які форми управління та продажу (погашення, викупу) за кошти цінних паперів, що випущені в обіг (емітовані) суб'єктами підприємницької

діяльності, Національним банком України, Міністерством фінансів України, органами місцевого самоврядування; обміну зазначених цінних паперів та корпоративних прав, виражених в інших, ніж цінні папери, формах, на інші цінні папери;

- розрахунково-клірингової, реєстраторської та депозитарної діяльності на ринку цінних паперів, а також діяльності з управління активами (у тому числі пенсійними активами, фондами банківського управління);

- передачі майна у схов (відповідальне зберігання), а також у лізинг (оренду), крім передачі у фінансовий лізинг;

- надання послуг із страхування, співстрахування або перестрахування особами, які мають ліцензію на здійснення страхової діяльності;

- обігу валютних цінностей (у тому числі національної та іноземної валюти), банківських металів, банкнот та монет Національного банку України, за винятком тих, що використовуються для нумізматичних цілей, базою оподаткування яких є продажна вартість; випуску, обігу та погашення білетів державних лотерей, запроваджених за ліцензією Міністерства фінансів України; виплати грошових виграшів, грошових призів і грошових винагород; прийняття ставок, у тому числі шляхом обміну коштів на жетони чи інші замінники гривні, призначені для використання в гральних автоматах та іншому гральному устаткуванні, поставки негашених поштових марок України, конвертів або листівок з негашеними поштовими марками України, крім колекційних марок, конвертів чи листівок для філателістичних потреб, базою оподаткування яких є продажна вартість;

- надання послуг з інкасації, розрахунково-касового обслуговування, залучення, розміщення та повернення коштів за договорами позики, депозиту, вкладу, управління коштами та цінними паперами (корпоративними правами та деривативами), доручення, надання, управління і переуступки фінансових кредитів, кредитних гарантій і банківських поручительств особою, що надала такі кредити, гарантії або поручительства;

- оплати вартості державних платних послуг, які надаються фізичним або юридичним особам органами виконавчої влади і місцевого самоврядування та обов'язковість отримання

(поставки) яких встановлюється законодавством, включаючи плату за реєстрацію, отримання ліцензії (дозволу), сертифікатів у вигляді зборів, державного мита тощо;

- виплат у грошовій формі заробітної плати, а також пенсій, стипендій, субсидій, дотацій за рахунок бюджетів або Пенсійного фонду України чи фондів загальнообов'язкового соціального страхування; виплат дивідендів, роялті; надання комісійних послуг із торгівлі та/або управління цінними паперами.

База оподаткування операції з поставки товарів (послуг) визначається виходячи з їх договірної (контрактної) вартості, визначеної за вільними цінами, але не нижче за звичайні ціни, з урахуванням акцизного збору, ввізного мита, інших загальнодержавних податків та зборів (обов'язкових платежів).

У разі якщо звичайна ціна на товари (послуги) перевищує договірну ціну на такі товари (послуги) більше ніж на 20 відсотків, база оподаткування операції з поставки таких товарів (послуг) визначається за звичайними цінами.

Вартість тари, що згідно з умовами договору (контракту) визначена як зворотна (заставна), до бази оподаткування не включається. У разі коли у строки не більше дванадцяти календарних місяців, з моменту отримання зворотної тари вона не повертається відправнику, вартість такої зворотної тари включається до бази оподаткування отримувача.

У випадках коли платник податку здійснює підприємницьку діяльність з поставки вживаних товарів (комісійну торгівлю), що придбані в осіб, не зареєстрованих платниками податку, базою оподаткування є комісійна винагорода такого платника податку.

При наданні послуг із транзитного перевезення (переміщення) товарів (вантажів, пасажирів) митною територією України база оподаткування розраховується виходячи з вартості послуг із такого транзитного перевезення (переміщення), наданих на митній території України (з урахуванням відстані від пункту першого перетину державного кордону України до пункту останнього перетину державного кордону України).

Звільняються від оподаткування ПДВ операції з:

- поставки вітчизняних продуктів дитячого харчування молочними кухнями та спеціалізованими магазинами і куточками, які виконують функції роздаточних пунктів;

- поставки (передплати) періодичних видань друкованих засобів масової інформації та книжок, крім видань еротичного характеру, учнівських зошитів, підручників та навчальних посібників українського виробництва, словників українсько-іноземної або іноземно-української мови;

- поставки послуг з виховання та освіти дітей дитячими музичними та художніми школами, школами мистецтв, будинками культури; послуг з дошкільного виховання, початкової, середньої, професійно-технічної та вищої освіти;

- поставки товарів спеціального призначення для інвалідів, у тому числі легкових автомобілів для інвалідів, з їх оплатою за рахунок коштів державного чи місцевих бюджетів;

- поставки послуг з виплати і доставки пенсій;

- поставки послуг з реєстрації актів громадянського стану державними органами;

- поставки зареєстрованих та допущених до застосування в Україні лікарських засобів та виробів медичного призначення;

- поставки послуг з охорони здоров'я;

- поставки путівок на санаторно-курортне лікування, оздоровлення та відпочинок на території України фізичних осіб віком до 18 років;

- поставки в порядку та в межах норм, встановлених Кабінетом Міністрів України, послуг з:

а) утримання дітей у дошкільних закладах, школах-інтернатах, кімнатах-розподільниках установ Міністерства внутрішніх справ України;

б) утримання осіб у будинках для перестарілих та інвалідів;

в) харчування та облаштування на нічліг осіб, які не мають житла, у спеціально відведених для цього місцях;

г) харчування дітей у школах, професійно-технічних училищах та громадян у закладах охорони здоров'я;

д) харчування, забезпечення речовим майном, комунально-побутовими та іншими послугами, що надаються особам, які тримаються в установах виконання покарань і слідчих ізоляторах;

- надання послуг з перевезення осіб пасажирським транспортом (крім таксомоторів) у межах населеного пункту,

тарифи на які регулюються органом місцевого самоврядування відповідно до його компетенції, визначеної законом;

- поставки культових послуг та поставки предметів культового призначення (крім акцизних товарів) релігійними організаціями;

- поставки послуг з поховання;

- передачі конфіскованого майна, знахідок, скарбів або майна, визнаних безхазяйними, у власність держави;

- поставки (продажу, передачі) земельних ділянок, земельних паїв, крім тих, що знаходяться під об'єктами нерухомого майна та включаються до їх вартості;

- безкоштовної передачі рухомого складу однією залізницею або підприємством залізничного транспорту загального користування іншим залізницям або підприємствам залізничного транспорту загального користування державної форми власності в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України;

- безоплатної приватизації житлового фонду;

- поставки житла (об'єктів житлового фонду), крім їх першої поставки;

- подання благодійної допомоги;

- оплати вартості фундаментальних досліджень, науково-дослідних і дослідницько-конструкторських робіт особою, яка безпосередньо отримує такі кошти з рахунку державного казначейства;

- операції з поставки неплатником податку на додану вартість культурних цінностей.

Об'єкти оподаткування оподатковуються за ставкою 20 відсотків.

Податок становить 20% бази оподаткування та додається до ціни товарів (робіт, послуг).

При експорті товарів та супутніх такому експорту послуг ставка податку становить – 0 відсотків до бази оподаткування.

Об'єктом оподаткування є додана вартість. Додана вартість є частиною повної вартості товару або послуги, це та її частина, що створюється саме на даному етапі виробництва.

Оподаткування доданої вартості створює умови для рівномірного включення податку в ціни товарів та послуг на всіх етапах їх виробництва і реалізації.

Сума ПДВ, що має бути перерахована до бюджету, визначається як різниця між загальною сумою податкових зобов'язань, що виникають у зв'язку з продажем товарів протягом звітного періоду, і сумою податкового кредиту звітного періоду.

8.6 Суть податку на прибуток, його елементи

Платниками податку на прибуток з числа резидентів є:

- суб'єкти господарювання – юридичні особи, які провадять господарську діяльність як на території України, так і за її межами;
- управління залізниці, яке отримує прибуток від основної діяльності залізничного транспорту;
- підприємства залізничного транспорту та їх структурні підрозділи, які отримують прибуток від неосновної діяльності залізничного транспорту;
- неприбуткові установи та організації у разі отримання прибутку від неосновної діяльності та/або доходів, що підлягають оподаткуванню відповідно до цього розділу;
- відокремлені підрозділи платників податку, за винятком представництв.

Для цілей цього розділу представництво платника податку – відокремлений підрозділ юридичної особи, що розташований поза її місцезнаходженням, та який здійснює представництво і захист інтересів юридичної особи, фінансується такою юридичною особою та не отримує інших доходів, окрім пасивних доходів.

Платниками податку на прибуток з числа нерезидентів є:

- юридичні особи, що створені в будь-якій організаційно-правовій формі, та отримують доходи з джерелом походження з України, за винятком установ та організацій, що мають дипломатичні привілеї або імунітет згідно з міжнародними договорами України;
- постійні представництва нерезидентів, які отримують доходи із джерелом походження з України або виконують агентські (представницькі) та інші функції стосовно таких нерезидентів чи їх засновників.

Об'єктом оподаткування є: прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом зменшення суми доходів звітного періоду на собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг та суму інших витрат звітного податкового періоду.

Доходи визначаються на підставі первинних документів, що підтверджують отримання платником податку доходів, обов'язковість ведення і зберігання яких передбачено правилами ведення бухгалтерського обліку. Суми, відображені у складі доходів платника податку, не підлягають повторному включенню до складу його доходів.

Дохід від операційної діяльності визнається в розмірі договірної (контрактної) вартості, але не менше ніж сума компенсації, отримана в будь-якій формі, в тому числі при зменшенні зобов'язань, та включає: дохід від реалізації товарів, виконаних робіт, наданих послуг, у тому числі винагороди комісіонера (повіреного, агента тощо); особливості визначення доходів від реалізації товарів, виконаних робіт, наданих послуг для окремих категорій платників податків або доходів від окремих операцій встановлюються положеннями цього розділу;

Інші доходи включають:

- доходи у вигляді дивідендів, отриманих від нерезидентів, процентів, роялті, від володіння борговими вимогами;

- доходи від операцій оренди/лізингу;

- суми штрафів та/або неустойки чи пені, фактично отримані за рішенням сторін договору або відповідних державних органів, суду;

- вартість товарів, робіт, послуг, безоплатно отриманих платником податку у звітному періоді, визначена на рівні не нижче звичайної ціни, суми безповоротної фінансової допомоги, отриманої платником податку у звітному податковому періоді, безнадійної кредиторської заборгованості, крім випадків, коли операції з надання/отримання безповоротної фінансової допомоги проводяться між платником податку та його відокремленими підрозділами, які не мають статусу юридичної особи;

- суми поворотної фінансової допомоги, отриманої платником податку у звітному податковому періоді, що залишаються неповерненими на кінець такого звітного періоду,

від осіб, які не є платниками цього податку (в тому числі нерезидентів), або осіб, які мають пільги з цього податку, в тому числі право застосовувати ставки податку нижчі, ніж 25%;

- суми дотацій, субсидій, капітальних інвестицій із фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування або бюджетів, отримані платником податку;

- доходи, не враховані при обчисленні доходу періодів, що передують звітному, та виявлені у звітному податковому періоді;

- дохід від реалізації необоротних матеріальних активів, майнових комплексів, оборотних активів;

- інші доходи платника податку за звітний податковий період.

Для визначення об'єкта оподаткування не враховуються доходи:

- сума попередньої оплати та авансів, отримана в рахунок оплати товарів, виконаних робіт, наданих послуг;

- суми податку на додану вартість, отримані/нараховані платником податку на додану вартість, нарахованого на вартість продажу товарів, виконаних робіт, наданих послуг, за винятком випадків, коли підприємство – продавець не є платником податку на додану вартість.

Витрати, що враховуються при обчисленні об'єкта оподаткування, складаються із витрат операційної діяльності та інших витрат, визначених згідно з пунктами.

Витрати операційної діяльності включають:

- собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг;

- витрати банківських установ, до яких відносяться:

- а) процентні витрати за кредитно-депозитними операціями, в тому числі за кореспондентськими рахунками та коштами до запитання, цінними паперами власного обігу;

- б) комісійні витрати, в тому числі за кредитно-депозитними операціями, розрахунково-касове обслуговування, інкасацію та перевезення цінностей, операціями з цінними паперами, операціями на валютному ринку, операціями з довірчого управління;

- в) від'ємний результат (збиток) від операцій з купівлі/продажу іноземної валюти та банківських металів;

г) від'ємне значення курсових різниць від переоцінки активів та зобов'язань у зв'язку зі зміною офіційного курсу національної валюти до іноземної валюти;

д) суми страхових резервів;

е) суми коштів (зборів), внесені до Фонду гарантування вкладів фізичних осіб;

є) витрати з придбання права вимоги на виконання зобов'язань у грошовій формі за поставлені товари чи надані послуги (факторинг);

ж) витрати, пов'язані з реалізацією заставленого майна;

з) інші витрати, прямо пов'язані зі здійсненням банківських операцій та наданням банківських послуг;

к) інші витрати.

Витрати, які враховуються для визначення об'єкта оподаткування, визнаються на підставі первинних документів, що підтверджують здійснення платником податку витрат, обов'язковість ведення і зберігання яких передбачено правилами ведення бухгалтерського обліку, та інших документів, встановлених розділом II Податкового кодексу України.

Платник податку для визначення об'єкта оподаткування має право на врахування витрат, підтверджених документами, що складені нерезидентами відповідно до правил інших країн.

У цілях цього розділу суми, відображені у складі витрат платника податку, у тому числі в частині амортизації необоротних активів, не підлягають повторному включенню до складу його витрат.

8.7 Порядок обчислення податку на прибуток

Податок, що підлягає сплаті до бюджету платниками податку, які провадять страхову діяльність, визначається в порядку, передбаченому Податковим кодексом України.

Відповідальність за повноту утримання та своєчасність перерахування до бюджету податку покладається на платників податку, які здійснюють відповідні виплати.

Податковими (звітними) періодами для податку на прибуток підприємств є календарні: квартал, півріччя, три квартали, рік.

При цьому податкова декларація розраховується нарастаючим підсумком.

Податковий (звітний) період починається з першого календарного дня податкового (звітного) періоду і закінчується останнім календарним днем податкового (звітного) періоду, крім виробників сільськогосподарської продукції, які можуть обрати річний податковий (звітний) період, що починається з 1 липня поточного звітного року і закінчується 30 червня наступного звітного року.

Якщо платник податку ліквідується (у тому числі до закінчення першого податкового (звітного) періоду), останнім податковим (звітним) періодом вважається період, на який припадає дата ліквідації.

Річний податковий (звітний) період встановлюється для таких платників податку:

а) платників податку, які зареєстровані протягом звітного (податкового) року (новостворені), що сплачують податок на прибуток на підставі річної податкової декларації за період діяльності у звітному (податковому) році;

б) виробників сільськогосподарської продукції;

в) платників податку, у яких річний дохід від будь-якої діяльності (за вирахуванням непрямих податків), визначений за показниками Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід), за попередній річний звітний (податковий) період, не перевищує 20 млн. грн.

При цьому до річного доходу від будь-якої діяльності (за вирахуванням непрямих податків), визначеного за показниками Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід), включається дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), інші операційні доходи, фінансові доходи та інші доходи.

Якщо платник податку на прибуток у звітному періоді не отримав прибутку, або сума податку на прибуток менша за суму податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, залишок суми такого податку, не врахований у зменшення податку на прибуток поточного періоду, не переноситься на зменшення податку на прибуток наступних податкових (звітних) періодів.

Теоретичні питання:

1. Що Ви розумієте під податком і збором (обов'язковим платежем) в бюджети та в державні цільові фонди?
2. Що таке «державні цільові фонди»?
3. Розкрийте економічну сутність податків.
4. Хто або що являється суб'єктом оподаткування?
5. Хто або що являється об'єктом оподаткування?
6. Розкрийте сутність джерел виплати податків.
7. Що таке «квота»?
8. Що таке «ставка»?
9. Які межі граничного значення оптимальної податкової ставки?
10. Розкрийте поняття прямого податку.
11. Розкрийте поняття непрямих податків.
12. Що таке «універсальний акциз»?
13. Що таке «специфічний акциз»?
14. Сутність та поняття фіскальної монополії.
15. Які податки і збори належать до загальнодержавних податків та зборів в Україні?
16. Які податки належать до місцевих?
17. Що таке «камеральна перевірка» та де вона застосовується?
18. Що вважається документальною перевіркою?
19. Що таке «фактична перевірка»?
20. За яких обставин може здійснюватися документальна позапланова виїзна перевірка?
21. В яких документах ведеться первинний облік ПДВ?
22. Назвіть види операцій платників податків, які підлягають оподаткуванню.
23. Хто може бути платником податку?
24. Які операції можуть звільнитися та звільняються від оподаткування ПДВ?
25. Розкрийте природу об'єктів оподаткування, які оподатковуються за ставкою 20%.
26. В чому економічна суть податку на прибуток?
27. Перерахуйте елементи податку на прибуток.
28. Який порядок обчислення податку на прибуток?

29. Якою буде процедура оподаткування, якщо платник податку на прибуток у звітному періоді не отримав прибутку?

30. Що таке податковий період? Перерахуйте їх.

Тестові завдання:

1. Податки виконують такі основні функції:

- а) фіскальна;
- б) розподільча;
- в) заборонна;
- г) стимулююча.

2. Фіскальна функція податків полягає в тому, що...

- а) саме вони виступають інструментом формування дохідної частини бюджету. Ця функція вважається головною;
- б) за допомогою оподаткування фінансові кошти перерозподіляють між різними групами платників податків, різними галузями народногосподарського комплексу;
- в) за допомогою цієї функції здійснюються соціальні програми, фінансуються збиткові галузі, існування яких важливо для національної економіки;
- г) передбачає введення гнучкої системи податкових пільг і особливого порядку оподаткування окремих галузей і окремих господарських операцій.

3. Розподільча функція податків полягає в тому, що...

- а) саме вони виступають інструментом формування дохідної частини бюджету. Ця функція вважається головною;
- б) за допомогою оподаткування фінансові кошти перерозподіляють між різними групами платників податків, різними галузями народногосподарського комплексу;
- в) за допомогою цієї функції здійснюються соціальні програми, фінансуються збиткові галузі, існування яких важливо для національної економіки;
- г) передбачає введення гнучкої системи податкових пільг і особливого порядку оподаткування окремих галузей і окремих господарських операцій.

4. Стимулююча функція податків полягає в тому, що...

- а) саме вони виступають інструментом формування дохідної частини бюджету. Ця функція вважається головною;
- б) за допомогою оподаткування фінансові кошти перерозподіляють між різними групами платників податків, різними галузями народногосподарського комплексу;
- в) за допомогою цієї функції здійснюються соціальні програми, фінансуються збиткові галузі, існування яких важливо для національної економіки;
- г) передбачає введення гнучкої системи податкових пільг і особливого порядку оподаткування окремих галузей і окремих господарських операцій.

5. Особи, підприємства, що мають рахунок в банку, ведуть самотійний баланс і самотійно розпоряджаються своїм майном і продукцією, а також відокремлені підрозділи підприємств, що не є юридичними особами, але у відповідності з діючим законодавством зобов'язані мати окремий баланс і особистий банківський рахунок, – це ...

- а) юридичні;
- б) фізичні;
- в) вірні відповіді а і б;
- г) немає вірної відповіді.

6. Особи, що в свою чергу розподіляються на громадян-підприємців (з використанням найманої праці і без) і власне фізичні особи, тобто громадяни, що не здійснюють підприємницьку діяльність, – це ...

- а) юридичні;
- б) фізичні;
- в) вірні відповіді а і б;
- г) немає вірної відповіді.

7. Джерела виплати податків – це ...

- а) дохід платника, з якого він сплачує податок;
- б) частина податку в доходах платника;
- в) розмір податку на одиницю оподаткування;
- г) немає вірної відповіді.

8. *Квота – це ...*

- а) дохід платника, з якого він сплачує податок;
- б) частина податку в доходах платника;
- в) розмір податку на одиницю оподаткування;
- г) немає вірної відповіді.

9. *Ставка – це ...*

- а) дохід платника, з якого він сплачує податок;
- б) частина податку в доходах платника;
- в) розмір податку на одиницю оподаткування;
- г) немає вірної відповіді.

10. *Граничне значення оптимальної податкової ставки відповідає ...*

- а) 50%;
- б) 60%;
- в) 20-25%;
- г) 30-35%.

11. *Непрямий податок, що встановлюється як надбавка до загального обігу реалізації товарів (робіт, послуг) за однією або декількома ставками. Він може виступати в формі податку з продажу, податку з обігу або податку на додану вартість, – це ...*

- а) універсальний акциз;
- б) специфічний акциз;
- в) фіскальна монополія;
- г) ввізне мито.

12. *Непрямий податок, що встановлюється за окремими ставками для певних видів товарів, – це ...*

- а) універсальний акциз;
- б) специфічний акциз;
- в) фіскальна монополія;
- г) ввізне мито.

13. *Податок, який встановлюється при переміщенні товарів через митний кордон держави – це ...*

- а) універсальний акциз;
- б) специфічний акциз;
- в) фіскальна монополія;
- г) ввізне мито.

14. Прибуток держави від реалізації монополізованих державою товарів називають ...

- а) універсальний акциз;
- б) специфічний акциз;
- в) фіскальна монополія;
- г) ввізне мито.

15. Згідно із Податковим кодексом України, до загальнодержавних податків та зборів належать:

- а) податок на прибуток підприємств, податок на доходи фізичних осіб;
- б) рентна плата за нафту, природний газ і газовий конденсат, що видобуваються в Україні, плата за користування надрами, плата за землю;
- в) податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, єдиний податок;
- г) збір за місця для паркування транспортних засобів, туристичний збір.

16. Згідно із Податковим кодексом України, до загальнодержавних податків та зборів належать:

- а) збір за користування радіочастотним ресурсом України, збір за спеціальне використання води, збір за спеціальне використання лісових ресурсів;
- б) збір у вигляді цільової надбавки до діючого тарифу на електричну та теплову енергію, крім електроенергії, виробленої кваліфікованими когенераційними установками;
- в) податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, єдиний податок;
- г) збір за місця для паркування транспортних засобів, туристичний збір.

17. Згідно із Податковим кодексом України, до місцевих податків належить:

- а) податок на прибуток підприємств, податок на доходи фізичних осіб;
- б) збір у вигляді цільової надбавки до діючого тарифу на електричну та теплову енергію, крім електроенергії, виробленої кваліфікованими когенераційними установками;
- в) податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, єдиний податок;
- г) збір за місця для паркування транспортних засобів, туристичний збір.

18. Перевірка, яка проводиться у приміщенні органу державної податкової служби виключно на підставі даних, зазначених у податкових деклараціях (розрахунках) платника податків, називається ...

- а) документальною;
- б) камеральною;
- в) фактичною;
- г) непередбачуваною.

19. Перевірка, предметом якої є своєчасність, достовірність, повнота нарахування та сплати усіх передбачених Податковим кодексом України податків та зборів, називається ...

- а) документальною;
- б) камеральною;
- в) фактичною;
- г) непередбачуваною.

20. Перевірка, що здійснюється за місцем фактичного провадження платником податків діяльності, розташування господарських або інших об'єктів права власності такого платника, називається ...

- а) документальною;
- б) камеральною;
- в) фактичною;
- г) непередбачуваною.

21. Первинний облік ПДВ ведеться в ...

- а) журналі вихідної документації;
- б) журналі вхідної документації;
- в) податковій накладній;
- г) рахунку-фактурі.

22. Документ, який дає право покупцю, зареєстрованому як платник податку, на включення до податкового кредиту витрат по сплаті податку на додану вартість, називається ...

- а) акт виконаних робіт;
- б) товарно-транспортна накладна;
- в) рахунок;
- г) податкова накладна.

23. Платники ПДВ – це ...

- а) юридичні і фізичні особи, що зобов'язані здійснювати утримання і внесення в бюджет податку, що сплачується покупцем;
- б) особи, що ввозять товари на митну територію України;
- в) особи, що отримують від нерезидента роботи (послуги) для їх використання або споживання на митній території України;
- г) всі відповіді вірні.

24. Якщо загальна сума від здійснення операцій з поставки товарів (послуг), протягом останніх дванадцяти календарних місяців сукупно перевищує 300000 грн, то особа підлягає обов'язковій реєстрації як платник ...

- а) єдиного податку;
- б) податку на додану вартість;
- в) фіксованого податку;
- г) немає вірної відповіді.

25. Особа, що здійснює операції з реалізації конфіскованого майна, підлягає обов'язковій реєстрації як платник

- а) єдиного податку;
- б) податку на додану вартість;
- в) фіксованого податку;
- г) немає правильної відповіді.

26. Прибуток із джерелом походження з України та за її межами, який визначається шляхом зменшення суми доходів звітного періоду на собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг та суму інших витрат звітного податкового періоду є об'єктом оподаткування ...

- а) єдиного податку;
- б) податку на додану вартість;
- в) фіксованого податку;
- г) податку на прибуток.

27. Податковими (звітними) періодами для податку на прибуток підприємств, крім випадків, передбачених законодавством, є ...

- а) місяць;
- б) рік;
- в) півріччя;
- г) вірні відповіді б і в.

28. Податковими (звітними) періодами для податку на прибуток підприємств, крім випадків, передбачених законодавством, є ...

- а) квартал;
- б) три квартали;
- в) вірні відповіді а і б;
- г) немає вірної відповіді.

29. Якщо платник податку ліквідується (у тому числі до закінчення першого податкового (звітного) періоду), останнім податковим (звітним) періодом вважається ...

- а) квартал;
- б) рік;
- в) півріччя;
- г) немає вірної відповіді.

30. Суми, відображені у складі доходів платника податку, ...

- а) підлягають повторному включенню до складу його доходів;
- б) не підлягають повторному включенню до складу його доходів;
- в) частково підлягають повторному включенню до складу його доходів;
- г) немає правильної відповіді.

Практичні завдання:

Завдання 1. Для підприємств з фіксованою формою оподаткування баланс доходів і витрат складається згідно з табл. 8.1, якщо на загальній системі оподаткування – згідно з табл. 8.2.

Заголовки табл. 8.1, 8.2 можна змінити відповідно до планового зростання обсягів продажу.

Упродовж першого року роботи обсяг продажу необхідно поступово збільшувати. За другий і наступні роки дані наводяться із врахуванням виходу підприємства на заданий обсяг виробництва.

Таблиця 8.1

Фінансовий план (баланс доходів і витрат), грн.

Показник	II квартал	II півріччя	Усього за 1-й рік
Обсяг продажів (перевезень)			
1. Доходи (виручка від реалізації продукції), усього, у тому числі: — —			
2. Єдиний податок 10%			
3. Витрати, усього, у тому числі: — —			
4. Прибуток ($\Pi = 1 - 2 - 3$)			

Для складання табл. 8.2 необхідно класифікувати витрати підприємства на витрати, які здійснюються з врахуванням ПДВ, і витрати без ПДВ. До витрат з ПДВ належать такі витрати підприємства: на сировину і матеріали, напівфабрикати і комплектуючі, електроенергію, паливо, тару і упаковку, зв'язок, запчастини та інструменти, комунальні послуги, рекламу тощо. Без ПДВ розраховуються: витрати по заробітній платі; соціальні платежі; амортизаційні відрахування; оренда приміщень; страхування; значна частина послуг, наданих зі сторони; відсоток по кредиту; податки; витрати на відрядження.

ПДВ з доходу – це зобов’язання підприємства по виплаті ПДВ перед державою.

ПДВ з витрат – це вже виплачений підприємством ПДВ, який зменшує зобов’язання підприємства з ПДВ.

Різниця між кредитом і дебетом з ПДВ дає платіж підприємства з ПДВ за даний період.

Таблиця 8.2

**Фінансовий план (баланс доходів і витрат)
з урахуванням ПДВ, грн.**

Показник	Місяць				II квар- тал	II півріч- чя	Усього за I-й рік
	1	2	...	12			
1. Доходи (виручка від реалізації продукції) з ПДВ							
2. У тому числі податок на додану вартість (НДС = $1 \cdot 0,1667$)							
3. Дохід без ПДВ (1 – 2)							
4. Всього витрат							
4.1. У тому числі витрати з урахуванням ПДВ:							
...							
Усього витрат з урахуванням ПДВ							
4.2. У тому числі витрати без урахування ПДВ							
...							
Усього витрат без урахуванням ПДВ							
4.3. ПДВ (дебет) ($4.1 \cdot 0,1667$)							
5. ПДВ до оплати (2 – 4.3)							
6. Витрати без ПДВ (4 – 4.3)							
7. Валовий прибуток (3 – 6)							
8. Податок на прибуток ($7 \cdot 0,16$)							
9. Чистий прибуток (7 – 8)							

Ефективність інвестицій (грошових вливань) – це комплекс показників результативності процесу інвестування.

Для розрахунку точки беззбитковості скористаємося формулою:

$$ТБ = \frac{УПВ}{Ц - УЗВ}, \quad (8.1)$$

де ТБ – точка беззбитковості (кількість вироблених товарів, при якій буде досягнута беззбитковість бізнесу), шт.;

УПВ – умовно-постійні витрати, грн.;

Ц – ціна за одиницю товару, грн./шт.;

УЗВ – умовно-змінні витрати, необхідні для виготовлення одиниці товару, грн./шт..

Розрахунок необхідно робити для декількох (не менше трьох) рівнів можливої ціни реалізації, щоб мати можливість оцінити вплив ринкових умов на прибутковість фірми.

Розрахунок терміну окупності проекту здійснюється так:

$$T_{ок} = \frac{СК}{ЧП + А}, \quad (8.2)$$

де СК – розмір стартового капіталу, грн.;

ЧП – чистий прибуток підприємства за рік, грн.;

А – амортизаційні відрахування підприємства за рік, грн.

Загальний рівень рентабельності підприємства розраховується за формулою

$$R_{заг} = \frac{БП}{S_{заг}} \cdot 100\%, \quad (8.3)$$

де БП – балансовий прибуток, грн.;

$S_{заг}$ – загальна виробнича собівартість, грн.

Дані для розрахунку загального рівня рентабельності беруться за 1 рік.

Зробити висновки про проведену роботу.

ГЛОСАРІЙ

SWOT-аналіз – це групування факторів середовища функціонування підприємства на зовнішні та внутрішні та їх аналіз з позиції визначення позитивного чи негативного впливу на діяльність підприємства.

Абсолютна перевага – це можливість конкретної компанії, що виникає внаслідок, наприклад, особливостей її розміщення, виробничого потенціалу, інших об'єктивних умов, виробляти товар з мінімальними витратами виробництва та обігу в порівнянні з іншими фірмами, що випускають той же або аналогічний товар.

Абсолютна ставка податку – це ставка податку, згідно з якою розмір податкових нарахувань встановлюється як фіксована величина стосовно кожної одиниці виміру бази оподаткування.

Авансові платежі – це сплата до бюджету податків та внесення податкових платежів у розмірах, визначених з прогнозованих оцінок об'єкта оподаткування або його фактичних розмірів за попередній період чи за аналогічний період попереднього року.

Адаптивне планування – це складний і багатогранний процес, який суттєво відрізняється від традиційних моделей планування, що вимагає певних навиків відповідних рівнів ієрархії, які формують та відповідають за реалізацію адаптивних планів.

Адаптивність – це здатність аналізувати та відслідковувати зміни зовнішнього та внутрішнього середовища та автоматично змінювати алгоритм функціонування та структуру з метою збереження чи досягнення оптимального стану.

Адміністративні стягнення – це штрафні санкції, що накладаються на керівників і службових осіб підприємств, установ та організацій за порушення податкового законодавства.

Активи – це все, чим володіє підприємство і що йому належить – оборотний і основний капітал, нематеріальні активи.

Акциз – це вид непрямого податку на високорентабельні та монопольні товари (продукцію), який включається до ціни товарів (продукції).

Акціонерне товариство – це компанія, капітал якої складається з внесків пайовиків – акціонерів і засновників.

Акціонерне товариство відкритого типу – це товариство, капітал якого формується за рахунок відкритого продажу акцій.

Акціонерне товариство закритого типу – це товариство, акції якого реалізуються тільки його працівникам і не можуть бути продані стороннім особам без згоди інших акціонерів.

Акція – це цінний папір, що випускається акціонерним товариством, який дає право її власнику брати участь у його управлінні й одержувати дивіденди з прибутку.

Амортизація – це поступове перенесення вартості основних фондів на виготовлений продукт або послугу чи цільове нагромадження коштів і подальше використання їх для оновлення зношених основних фондів.

Антимонopolне законодавство – це закони та інші урядові акти, що сприяють розвитку конкуренції, спрямовані на обмеження і заборону монополій, що перешкоджають створенню монополійної структур та об'єднань, монополістичних дій.

Асортимент – це склад, різновид, набір видів продукції, товарів, послуг, що виготовляються у виробництві або перебувають у продажу.

Асоціація – це найпростіша форма договірної об'єднання підприємств та інших підприємницьких структур з метою постійної координації господарської діяльності без права втручання у виробничу і комерційно-фінансову діяльність будь-яких їхніх учасників (членів).

Аудит – це вид підприємницької діяльності, що являє собою систему послуг підприємствам для перевірки фінансової звітності і правильності відображення в ній результатів фінансово-господарської діяльності.

База оподаткування – це фізичний, вартісний чи інший характерний вираз об'єкта оподаткування, до якого застосовується податкова ставка і який використовується для визначення розміру податкового зобов'язання.

Базова ставка – це ставка податку без урахування особливостей суб'єкта чи видів діяльності.

Балансова вартість – це вартість основних засобів, внесених до балансу, що зафіксована у балансовій відомості.

Балансовий прибуток – це загальна сума прибутку підприємства від усіх видів діяльності за звітний період, яка відображена в його балансі і включає прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг), у тому числі продукції допоміжних та обслуговуючих виробництв, що не мають окремого балансу, основних фондів, нематеріальних активів, цінних паперів, валютних цінностей, інших видів фінансових ресурсів та матеріальних цінностей, а також прибуток від орендних (лізингових) операцій, роялті і від позареалізаційних операцій.

Банк – це фінансове підприємство, яке здійснює функції кредитування і розрахунків, залучення ресурсів на свої рахунки.

Банкрутство – це юридично визначена неможливість підприємства платити за боргами з причини браку засобів.

Беззбитковість – це режим господарської діяльності підприємства, фірми, приватної особи, при якому доходи, одержувані від діяльності, перевершують витрати, пов'язані з нею, чи рівні їм.

Безповоротні витрати – це витрати, що здійснюються фірмою один раз, не потребують повторних витрат, які не залежать від обсягу виробництва, які в той же час не можуть бути повернуті фірмою.

Безспірні вимоги кредиторів – це грошові вимоги кредиторів, підтверджені судовим рішенням, що набрало законної сили, і постановою про відкриття виконавчого провадження, згідно з яким відповідно до законодавства здійснюється списання коштів з рахунків боржника.

Бізнес – це будь-яка економічна діяльність в умовах ринкової системи господарювання, що приносить власнику певний зиск (прибуток).

Бізнес-інкубатор – це організація, яка надає на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб'єктам малого та середнього підприємництва, що розпочинають свою діяльність, з метою сприяння у набутті ними фінансової самостійності.

Бізнесмен – це ділова людина, підприємець, антрепренер, особа, що займається власним бізнесом, має свою справу з метою отримання прибутку або іншої вигоди.

Бізнес-план – це письмовий документ, в якому викладена сутність підприємницької ідеї, шляхи й засоби її реалізації та охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ним.

Бізнес-центр – це організація, яка надає інформаційні, консалтингові, маркетингові та інші послуги суб'єктам малого та середнього підприємництва, особам, що мають намір провадити підприємницьку діяльність.

Благодійна організація – це недержавна організація, головною метою діяльності якої є здійснення благодійної діяльності в інтересах суспільства або окремих категорій осіб.

Боржник – це суб'єкт підприємницької діяльності, неспроможний виконати протягом трьох місяців свої грошові зобов'язання після настання встановленого строку їх виконання, які підтверджені судовим рішенням, що набрало законної сили, та постановою про відкриття виконавчого провадження.

Валова продукція – це показник, що характеризує випуск підприємством всієї продукції за певний період.

Валовий дохід – це загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, на її континентальному шельфі, у виключній (морській) економічній зоні, так і за їхніми межами.

Валовий прибуток – це прибуток, який включає в себе прибуток від діяльності підприємства, від позареалізаційних операцій, а також інші доходи, не пов'язані з діяльністю підприємства (дивіденди, проценти, авторські права й ліцензії, інші кошти), одержані ним незалежно від способу, виду одержання доходу та методу відображення на рахунках бухгалтерського обліку.

Валові витрати – це витрати виробництва та обігу – сума будь-яких витрат платника податку в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах, здійснюваних як компенсація вартості товарів (робіт, послуг), які придбаваються (виготовляються) таким платником податку для подальшого використання їх у власній господарській діяльності.

Венчурний бізнес – це вид бізнесу, орієнтований на практичне використання технічних і технологічних новинок, результатів наукових досягнень, які ще не випробувані на практиці.

Вилучення – це податкові пільги, спрямовані на вилучення з оподатковуваного доходу окремих предметів (об'єктів оподаткування).

Виняткова ліцензія – це ліцензія, що забезпечує монопольне право ліцензіата використовувати винахід чи технологію і відмову ліцензіара від самостійного використання запатентованих винаходів і їх продажу на обумовленій території в обумовлений час.

Виріб – це одиниця промислової продукції, кількість якої може обчислюватися в штуках або екземплярах.

Виробіток – це кількість продукції, що вироблена працівником за одиницю часу.

Виробництво – це: процес створення матеріальних і суспільних благ; господарська діяльність, пов'язана з виробленням об'єктів, включаючи всі стадії технологічного процесу, у тому числі виготовлення, підготовку, змішування та пов'язані з цим процедури, обробку, наповнення, пакування, переробку, відновлення та інші зміни стану об'єкта; діяльність, пов'язана з випуском продукції, яка включає всі стадії технологічного процесу, а також реалізацію продукції власного виробництва.

Виробнича потужність – це максимально можливий випуск продукції підприємством за певний час (зміну, добу, місяць, рік) у встановленій номенклатурі і асортименті при повному завантаженні обладнання і виробничих площ.

Виробнича програма – це завдання з кількості й асортименту продукції або послуг певної якості, що встановлюється об'єкту планування, виходячи з потреб споживачів і можливостей підприємства.

Виробнича собівартість – це поточні витрати підприємства, що пов'язані з виготовленням продукції, а також виконанням послуг, які забезпечують основну діяльність.

Виробниче підприємництво – це вид підприємницької діяльності, спрямований на виробництво продукції, послуг, робіт.

Виробничий кооператив – це добровільне об'єднання громадян для спільної виробничої або господарської діяльності, засноване на особистій трудовій участі членів кооперативу та об'єднання їх майнових пайових внесків.

Виробничий процес – це систематичне та цілеспрямоване змінювання в часі та просторі кількісних та якісних характеристик засобів виробництва і робочої сили для отримання готової продукції з вихідної сировини згідно із заданою програмою.

Виробничі запаси – це предмети праці, які ще не залучені у виробничий процес і знаходяться на складах підприємства.

Виробничі норми – це витрати матеріальних, сировинних або паливно-енергетичних ресурсів на одиницю продукції (роботи).

Витрати – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу.

Витрати виробництва – це витрати, що безпосередньо пов'язані з виробництвом продукції і обумовлені ним.

Витрати на збут – це: витрати пакувальних матеріалів для затарювання готової продукції на складах готової продукції; витрати на ремонт тари; витрати на утримання основних засобів, інших матеріальних необоротних активів, пов'язаних із збутом продукції, товарів, робіт, послуг (операційна оренда, страхування, амортизація, ремонт, опалення, освітлення, охорона); витрати на транспортування, перевалку і страхування готової продукції (товарів), транспортно-експедиційні та інші послуги, пов'язані з транспортуванням продукції (товарів) відповідно до умов договору (базису) поставки; витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування; витрати на страхування призначеної для подальшої реалізації готової продукції (товарів), що зберігається на складі підприємства; витрати на транспортування готової продукції (товарів) між складами підрозділів (філій, представництв) підприємства; оплата праці та комісійні винагороди продавцям, торговим агентам та працівникам підрозділів, що забезпечують збут; витрати на дослідження ринку озброєнь (маркетинг); витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом; витрати обігу; інші витрати, пов'язані із збутом продукції (робіт, послуг).

Витрати на оплату праці – це витрати на виплату основної і додаткової заробітної плати, обчислені згідно із системами оплати праці, прийнятими підприємством, включаючи будь-які види грошових і матеріальних доплат.

Витрати непередбачені – це витрати, не передбачені планами, програмами, бюджетами, кошторисами, що виникли несподіваним чином і включають непередбачене збільшення витрат виробництва та обігу, відшкодування збитків, штрафи, пені, неустойки.

Відновлювальна вартість – це сума витрат у вигляді амортизаційних відрахувань, необхідних для відновлення зношених у процесі виробництва основних засобів, обчислена з урахуванням діючих цін.

Відносна перевага – це перевага одного виробника нового товару перед іншими, що полягає у найнижчих витратах, зумовлених заміною виробництва старого товару новим.

Відрахування – це платежі до бюджету та державних цільових фондів, які мають повне (за використанням) або часткове (за змістом) цільове призначення.

Відрядна оплата праці – це форма оплати праці працівників, при якій їх заробітна плата встановлюється відповідно до кількості виробленої працівником продукції заданої якості.

Відсоткова ставка – це виражений у відсотках розмір плати за користування коштами, залученими позичальником у кредитора на визначений строк.

Відтворювальний цикл – це цикл «виробництво-розподіл-обмін-споживання», стадії якого характеризують стани, які проходить економічний продукт від його створення до споживання у міру зміни в часі.

Відшкодування податку – це повернення платникам коштів, сплачених у вигляді податків. В Україні відшкодування проводиться з податку на додану вартість у випадках, передбачених податковим законодавством.

Власний капітал – це частина капіталу підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань.

Власник – це фізична чи юридична особа, якій належить майно, або призначений ним орган, що представляє інтереси власника.

Власність – це економічна категорія, що є одним із проявів суспільних відносин із приводу привласнення матеріальних благ.

Власність народу України – це надра землі, повітряний простір, водні та інші природні ресурси її континентального шельфу та виключної (морської) економічної зони.

Володіння – це фактична наявність речі в господарстві власника і його можливість впливати на неї безпосередньо. Володіння може бути законним (наприклад, наявність у особи речі за правом власності) і незаконним (скажімо, володіння майном, добутим злочинними діями, привласнення знахідки).

Гіпотеза – це частина правової норми, яка вказує на умови, за наявності яких норма повинна діяти.

Гнучкі виробничі системи – це сукупність засобів виробництва, що володіють здатністю швидкого переналагодження з виробництва одного виду продукції на інший.

Гнучкі умови праці – це надання можливості працювати неповний робочий день, гнучкий графік роботи, розподіл професійних обов'язків між декількома працівниками або надання можливості працювати вдома.

Господарська діяльність – це діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

Господарське товариство – це підприємство або інший суб'єкт господарювання, створені юридичними особами та/або громадянами шляхом об'єднання їх майна і участі в підприємницькій діяльності товариства з метою одержання прибутку.

«Готівкова корова» – це: бізнес, який дає безперервний приплив готівкових грошей; надійна і прибуткова компанія.

Готова продукція – це сукупність повністю виготовлених на підприємстві виробів і продуктів, які фактично відпущені або призначені для відпуску на сторону (реалізацію).

Гроші – це активи, суспільні засоби платежу, які слугують засобом обігу, одиницею рахунку і засобом накопичення.

Грошовий потік – це сума прогнозованих або фактичних надходжень від діяльності (використання) об'єкта оцінки.

Гудвіл – комплекс заходів, спрямованих на збільшення прибутку підприємства без відповідного збільшення активних операцій, включаючи використання кращих управлінських здібностей, домінуючу позицію на ринку продукції (робіт, послуг), нові технології тощо. Вартість гудвілу визначається різницею між ціною придбання і звичайною ціною відповідних активів.

Дебітор – це боржник, юридична або фізична особа, яка заборгувала підприємству, організації, закладу.

Дебіторська заборгованість – це сума заборгованості підприємству (організації) з боку юридичних і фізичних осіб, що виникла тимчасово внаслідок вивільнення коштів з обігу підприємства у зв'язку з поставкою товарів, виконання робіт або надання послуг.

Декларування – це подання платником відомостей про обсяги об'єкта оподаткування та інших даних, необхідних для визначення суми податку.

Депозит – це кошти, які надаються фізичними чи юридичними особами в управління резиденту, визначеному фінансовою організацією згідно із законодавством, або нерезиденту на строк або на вимогу та під процент на умовах видачі на першу вимогу або повернення зі впливом встановленого договором строку.

«Дерево рішень» – це схематичне подання процесу прийняття управлінських рішень, що зображуване графічно у вигляді дерева.

«Дерево цілей» – це структурована, побудована за ієрархічним принципом сукупність цілей економічної системи, програми, плану, в якій виділені: генеральна мета («вершина дерева») та підпорядковані їй підцілі першого, другого і наступних рівнів («гілки дерева»).

Дерегулювання підприємницької діяльності – це сукупність спрямованих на зменшення втручання державних органів у підприємницьку діяльність, усунення правових, адміністративних, економічних та організаційних перешкод у розвитку підприємництва заходів, які включають: спрощення

порядку створення, реєстрації та ліквідації суб'єктів підприємницької діяльності; скорочення переліку видів підприємницької діяльності, що підлягають ліцензуванню та патентуванню, вимагають одержання сертифікатів та будь-яких інших дозволів на здійснення підприємницької діяльності; лімітування перевірок та контролю за діяльністю суб'єктів підприємництва; спрощення процедури митного оформлення вантажів при здійсненні експортно-імпортних операцій; забезпечення послідовності та стабільності нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності.

Державна власність – це майно, необхідне для виконання державою своїх функцій (як-от: єдина енергетична система, інформаційна система, системи зв'язку, транспорту загального користування, кошти державного бюджету тощо).

Державне мито – це платіж, що справляється за вчинення юридичних дій та за видачу документів юридичного характеру уповноваженими на те державними органами й перераховується ними в бюджет.

Державне підприємство – це підприємство, майно якого знаходиться у державній власності, а керівники призначаються або наймаються за контрактом державними органами.

Державне регулювання економіки – це: координація з боку держави всієї господарської структури країни з метою підтримання стійкості й макроекономічної рівноваги та забезпечення роботи механізму конкуренції; сукупність різноманітних методів, інструментів, за допомогою яких держава веде економічну діяльність.

Державний реєстратор – це посадова особа, яка від імені держави здійснює державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців.

Державний реєстр фізичних осіб – платників податків та інших обов'язкових платежів – це автоматизований банк даних, створений для забезпечення єдиного державного обліку фізичних осіб, які зобов'язані сплачувати податки, збори, інші обов'язкові платежі до бюджетів та внески до державних цільових фондів у порядку і на умовах, що визначаються законодавчими актами України.

Державні цільові фонди – це фонди, що створені у відповідності з Законами України і формуються за рахунок податків і зборів юридичних осіб незалежно від форм власності і фізичних осіб.

Державно-приватне партнерство – це співробітництво між державою, територіальними громадами в особі відповідних органів державної влади та органів місцевого самоврядування (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами-підприємцями (приватними партнерами), що здійснюється на основі договору.

Джерела виплати податків – це дохід платника, з якого він сплачує податок.

Джерела податкового права – це акти компетентних органів держави, якими встановлюються норми права у сфері податкової політики.

Джерела права – це зовнішні форми виявлення правотворчої діяльності держави, за допомогою якої воля законодавця стає обов'язковою для виконавця.

Джерела фінансування – це існуючі та очікувані джерела отримання фінансових ресурсів або перелік економічних суб'єктів, здатних надати такі ресурси.

Диверсифікація виробництва – це перехід від однопрофільного до багатoproфільного виробництва з широкою номенклатурою продукції, що випускається.

Дивіденди – це прибуток, отриманий платниками податку від здійснення корпоративних прав, включаючи доходи, нараховані як проценти на акції або на внески до статутних фондів, за винятком доходів, отриманих від торгівлі корпоративними правами, і доходів від операцій з борговими зобов'язаннями та вимогами.

Директивне планування – це процес прийняття рішень, які мають обов'язковий характер для об'єктів планування.

Дирекція – це керівний орган підприємства, фірми, компанії.

Диспозиція – це частина правової норми, яка встановлює права та обов'язки учасників регульованих нормою відносин.

Дисконтування – це метод приведення майбутньої вартості грошей до їхньої теперішньої вартості.

Добровільні пожертвування – це внески підприємств або громадян на загальносуспільні потреби, а також до неприбуткових організацій, створених згідно із законодавством про об'єднання громадян.

Доведення до банкрутства – це умисне, з корисливих мотивів, іншої особистої заінтересованості або в інтересах третіх осіб вчинення власником або посадовою особою суб'єкта підприємницької діяльності дій, що призвели до стійкої фінансової неспроможності суб'єкта підприємницької діяльності, якщо це завдало істотної шкоди державним чи громадським інтересам або охоронюваним законом правам та інтересам кредиторів.

Довіреність – це документ, яким особа (довіритель) засвідчує, що уповноважила свого представника (довірену особу) здійснювати певні (зазначені в документі) дії від свого імені.

Довірче товариство – це товариство з додатковою відповідальністю, яке здійснює представницьку діяльність відповідно до договору, укладеного з довірителями майна щодо реалізації прав їх власників.

Договір – це угода двох або більше осіб про встановлення, зміни або припинення прав та обов'язків.

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

Додана вартість – це вартість, створена в процесі виробництва на даному підприємстві, яка відображає реальний вклад підприємства в створення вартості конкретного продукту, що випускається.

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад установлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці (доплати, надбавки, гарантійні і компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством, премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій).

Документальна перевірка – це перевірка правильності розрахунків платників із бюджетом, що проводиться безпосередньо в платника на підставі даних бухгалтерського обліку та первинних документів.

Допоміжне виробництво – це частина виробничої діяльності підприємства, яка полягає в обслуговуванні основного виробництва, забезпеченні безперебійного виготовлення і випуску продукції та провадиться у певних структурних підрозділах.

Досудова санація – це система заходів щодо відновлення платоспроможності боржника, які може здійснювати власник майна боржника, інвестор, з метою запобігання банкрутству боржника шляхом реорганізаційних, організаційно-господарських, управлінських, інвестиційних, технічних, фінансово-економічних, правових заходів відповідно до законодавства до початку порушення провадження у справі про банкрутство.

Дотація – це державна виплата, яка надається в безповоротному порядку тій або іншій підприємницькій структурі, що зазнала економічної скрути за об'єктивних причин та найчастіше використовується для збалансування доходів і видатків місцевих бюджетів, покриття касових збитків окремих державних підприємств.

Дохід – це виручка від реалізації продукції, робіт, послуг без вирахування наданих знижок, повернення проданих товарів та податків з продажу (податку на додану вартість, акцизного збору).

Дочірнє підприємство – це підприємство, яке перебуває під контролем материнського (холдингового) підприємства.

Економіка – це: народне господарство країни або його галузь; наука, яка вивчає специфіку виробничих процесів у певній галузі або сфері суспільного виробництва.

Економічна вартість – це концепція, згідно з якою будь-який об'єкт, щодо якого існує потік грошових коштів, наражається на зміну своєї вартості через збитки втрачених можливостей.

Економічна вигода – це потенційна можливість отримання підприємством грошових коштів від використання активів.

Економічна ефективність – це відносний показник, що є результатом співвідношення між отриманим ефектом та витратами.

Економічна поведінка – це обумовлена об'єктивними процесами, економічними інтересами та економічним мисленням цілеспрямована діяльність щодо задоволення матеріальних потреб.

Економічна система – це сукупність економічних процесів, які відбуваються в суспільстві на основі стосунків власності і організаційно-правових норм, що склалися.

Економічне мислення – це явище суб'єктивного порядку, безпосередньо пов'язане з економічним життям суспільства як його органічна частина.

Електронна економіка – це форма економічних відносин у сфері виробництва, розподілу, обміну та споживання товарів, робіт і послуг, наданих в електронному вигляді за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій.

Елементи витрат – це первинні однорідні витрати затрат на виробництво продукції, що формуються відповідно до їх економічного змісту, є однаковими для всіх галузей і на їх основі складається кошторис витрат на виробництво.

Елементи податку – це встановлені в законодавчому порядку державними органами принципи організації і дії податкової системи, що охоплюють наступні її частини: суб'єкти податку, об'єкти податку, одиницю оподаткування, податкову ставку, податковий оклад і податкові пільги.

Етика підприємництва – це ділова етика, заснована на відкритості, чесності, вірності слову, повазі законів та умінні вести бізнес.

Єдина державна регуляторна політика у сфері підприємництва – це діяльність, спрямована на досягнення оптимального регулювання державою підприємницької діяльності, усунення правових, економічних та адміністративних перешкод у реалізації права на підприємницьку діяльність.

Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – це консолідований страховий внесок, збір якого здійснюється в обов'язковому порядку та на регулярній основі з метою забезпечення захисту у випадках, передбачених законодавством, прав застрахованих осіб на отримання страхових виплат (послуг) за діючими видами загальнообов'язкового державного соціального страхування.

Єдиний державний реєстр підприємств і організацій – це автоматизована система збирання, накопичення та опрацювання даних про всіх юридичних осіб, відокремлені підрозділи юридичних осіб, що знаходяться на території країни, а також відокремлені підрозділи юридичних осіб, що знаходяться за межами країни.

Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань – це єдина державна інформаційна система, що забезпечує збирання, накопичення, обробку, захист, облік та надання інформації про юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадські формування, що не мають статусу юридичної особи.

Єдиний реєстр боржників – це систематизована база даних про боржників, що є складовою автоматизованої системи виконавчого провадження та ведеться з метою оприлюднення в режимі реального часу інформації про невиконані майнові зобов'язання боржників та запобігання відчуженню боржниками майна.

«Жирний кіт» – це підприємство, яке отримує надвисокі прибутки завдяки фінансуванню ризикових операцій.

Життєвий цикл – це сукупність стадій створення, впровадження й використання системи в інтервалі часу, що починається з моменту розробки концепції й визначення технічних вимог і закінчується при виведенні системи з експлуатації у зв'язку з неможливістю або недоцільністю подальшого використання за призначенням.

Забезпечення – це зобов'язання з невизначеними сумою або часом погашення на дату балансу.

Загальні збори акціонерів – це збори акціонерів або їх довірених осіб для розв'язання найбільш важливих питань діяльності акціонерного товариства.

Загальнодержавні податки – це податки, які встановлюються органами законодавчої влади і обов'язкові для справляння на всій території держави.

Закон – це нормативний акт, прийнятий законодавчим органом держави або населенням на референдумі.

Закон попиту – це закон, відповідно до якого зростання цін призводить до зниження величини попиту.

Закон пропозиції – це закон, відповідно до якого з ростом цін на товар збільшується обсяг пропозиції цього товару.

Залишкова вартість – це вартість основних засобів, розрахований з урахуванням їх зносу, що дорівнює первісній вартості за вирахуванням амортизації протягом усього терміну експлуатації основних засобів.

Залучені кошти – це засоби, які не належать підприємству, але тимчасово (до їх повернення) беруть участь у господарському обороті в якості джерела формування оборотних коштів.

Запаси – це активи, які: утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності; перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва; утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством.

Заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу.

Засоби виробництва – це знаряддя і предмети виробничої трудової діяльності людей: основні засоби і оборотні засоби, що використовуються у виробництві.

Захист прав споживачів – це офіційно встановлені нормативними документами правила та норми, що охороняють права споживачів, зокрема, запобігають продаж їм неякісного товару та компенсують збитки споживачів від недобросовісної торгівлі.

Збиток – це економічний результат господарської діяльності, коли собівартість продукції або послуг вища, ніж сума, за яку їх можна реалізувати.

Збори – це платежі юридичних та фізичних осіб, які встановлюються в твердих розмірах за надання певних прав чи послуг або на відшкодування окремих видатків бюджету.

Звичайна процентна ставка за депозит – це середньозважена процентна ставка на день відкриття депозиту, але не вища середньозваженої ставки за депозити, залучені протягом 30 календарних днів, що передували даті відкриття цього депозиту.

Звичайна процентна ставка за кредит – це середньозважена процентна ставка на день сплати процентів за кредит, але не нижча середньозваженої процентної ставки за кредити, надані протягом 30 календарних днів, що передували даті надання цього кредиту.

Звичайна ціна на продукцію (роботи, послуги) – це ціна, не менша від середньозваженої ціни реалізації аналогічної продукції (робіт, послуг) за будь-якими іншими угодами купівлі-продажу, укладеними з будь-якою третьою стороною протягом 30 календарних днів, що передували даті реалізації, за винятком випадків, коли ціни внутрішньої реалізації підлягають державному регулюванню згідно з порядком ціноутворення, встановленим законодавством.

Згортання виробництва – це скорочення або навіть припинення виробництва певних видів продукції, товарів, послуг на підприємствах у зв'язку зі зниженням попиту, відсутністю необхідних ресурсів чи нерентабельністю виробництва.

Злиття підприємств – це об'єднання підприємств шляхом створення нової юридичної особи або приєднання підприємств до головного підприємства внаслідок якого власники (акціонери) підприємств, що об'єднуються, здійснюватимуть контроль над усіма чистими активами об'єднаних підприємств з метою подальшого спільного розподілу ризиків та вигод від об'єднання.

Злісне банкрутство – це оголошення підприємством або підприємцем стану банкрутства з метою не виплачувати борги і приховати наявні у нього фінансові ресурси.

Змінні витрати – це витрати, абсолютна величина яких змінюється разом зі зміною обсягу виробництва продукції.

Змішані підприємства – це підприємства, в яких поєднуються різні форми власності.

Знижки – це пільги, спрямовані на скорочення податкової бази.

«Зняття вершків» – це вид цінової політики підприємства, що полягає в установленні на товар ціни, яка значно перевищує витрати на його виробництво та реалізацію.

Зобов'язання – це заборгованість підприємства, яка виникла внаслідок минулих подій і погашення якої в майбутньому призведе до зменшення ресурсів підприємства.

Зобов'язання довгострокове – це зобов'язання, що погашаються (задовольняються) через період, що не менше року.

Зобов'язання короткострокове – це зобов'язання, що погашаються (задовольняються) через період, що менше року.

Зовнішнє середовище – це зовнішні умови та чинники здійснення підприємницької діяльності, що не залежать від підприємства, організації, але мають бути обов'язково враховані ними при розробці стратегії розвитку, бізнес-плану тощо.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства – це сфера його господарської діяльності, пов'язана з виходом на зовнішні ринки та функціонуванням на них, створенням спільних підприємств, здійсненням валютно-фінансових та кредитних операцій.

Ідентичні товари – це товари (роботи, послуги), що мають однакові характерні для них основні ознаки.

Імідж – це: образ ділової людини, уявлення про нього, що складається у оточуючих, репутація; образ фірми чи товару, що забезпечує становище фірми на ринку, а також вірність покупців фірмовій марці.

Інвестиції – це довгострокові вкладення з метою створення нових і модернізації діючих підприємств, освоєння новітніх технологій і техніки, збільшення виробництва і отримання прибутку.

Індикативне планування – це антипод директивного планування тому, що цей план не має обов'язкового до виконання характеру, хоча в ньому можуть бути і обов'язкові завдання. В цілому він має направляючий, рекомендаційний характер залежно від терміну, на який складається план.

Інноваційне підприємництво – це підприємницька діяльність в сфері високих технологій, в основу якої покладено інноваційні ідеї зі створення наукомістких товарів та/або послуг.

Інноваційне підприємство – це підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 відсотків його загального обсягу продукції і (або) послуг.

Іноземне підприємство – це підприємство, статутний капітал якого на 100% складається з іноземних інвестицій.

Інфраструктура підтримки малого і середнього підприємництва – це підприємства, установи та організації незалежно від форми власності, які провадять діяльність, спрямовану на розвиток суб'єктів малого і середнього підприємництва, їх інвестиційної та інноваційної активності, просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній і зовнішній ринки.

Інші заохочувальні та компенсаційні виплати – це виплати у формі винагород за підсумками роботи за рік, премії за спеціальними системами і положеннями, виплати в рамках грантів, компенсаційні та інші грошові і матеріальні виплати, які не передбачені актами чинного законодавства або які провадяться понад встановлені зазначеними актами норми.

Інші операційні витрати – це витрати операційної діяльності, що пов'язані з виробництвом продукції і не увійшли до складу інших економічних елементів витрат: витрати на відрядження, вартість робіт, послуг сторонніх підприємств, плата за розрахунково-касове обслуговування, сума податків, зборів, втрати від псування цінностей, сума фінансових санкцій, орендна плата.

Кадри – це основний штатний склад працівників підприємств, що підбирається на основі кадрової політики залежно від виду діяльності організації.

Кадрова політика – це система роботи з персоналом, що об'єднує різні форми діяльності й має на меті створення згуртованого й відповідального високопродуктивного колективу для реалізації можливостей підприємства адекватно реагувати на зміни в зовнішньому і внутрішньому середовищах.

Калькуляція – це представлений в табличній формі бухгалтерський розрахунок витрат у грошовому вираженні на виробництво і збут одиниці виробу або партії виробів, а також на здійснення робіт і послуг.

Камеральна перевірка – це перевірка, яка проводиться у приміщенні органу державної податкової служби виключно на підставі даних, зазначених у податкових деклараціях (розрахунках) платника податків, без будь-якого спеціального рішення керівника податкової та направлення на її проведення, без присутності платника.

Капітал – це: сукупність матеріальних і грошових коштів, а також інтелектуальних здобутків, використовуваних у процесі виробництва та інших сферах діяльності з метою отримання прибутку; активи фірми (підприємства) за мінусом її зобов'язань (заборгованості).

Картель – це асоціація незалежних промислових підприємств, виробників однотипної продукції, організація якої передбачає досягнення монопольного контролю певного ринку.

Кваліфікація – це сукупність трудових навичок і знань, яка характеризує готовність працівника виконувати виробничі функції обумовленої складності.

Квота – це частина податку в доходах платника.

Колективна власність – це майно, що належить певному колективу і є необхідним для його функціонування (майно колективного підприємства, кооперативу, орендного чи акціонерного підприємства, господарського товариства, господарського об'єднання, професійної спілки, політичної партії чи іншої громадської організації, релігійної організації тощо).

Колективне підприємство – це підприємство з колективною формою власності на майно, що допускає його поділ на частки (колективне підприємство з частковою формою участі) або не допускає такого поділу (колективне народне підприємство).

Колективний договір – це угода між трудовим колективом в особі профспілки та адміністрацією або власником підприємства, яка регулює їх виробничі, економічні та трудові відносини.

Командитне товариство – це вид господарської організації, яка включає, поряд з повними учасниками, що несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном, одного або кількох учасників (вкладників), відповідальність яких обмежується внеском у майно товариства.

Комерційна організація – це підприємство, метою господарської діяльності якого є одержання прибутку.

Комерційне підприємництво – це діяльність, яка пов'язана з обміном, розподілом та споживанням товарів і послуг.

Комунальна власність – це: майно, яке передається безоплатно державою чи іншими суб'єктами права власності; майно, яке створюється і купується органами місцевого самоврядування за рахунок належних їм коштів.

Комунальне підприємство – це підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади.

Конкурентоспроможність підприємства – це здатність проводити діяльність в ринкових умовах і одержувати прибуток, достатній для науково-технічного удосконалення виробництва, стимулювання працівників і випуску високоякісної продукції.

Конкурентоспроможність продукції – це сукупність споживчих властивостей виробу, що характеризують його відмінність від виробу-конкурента за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам і з урахуванням витрат на його виготовлення.

Конкуренція – це співіснування і боротьба товаровиробників та інших суб'єктів ринкового середовища за досягнення максимальних прибутків та інших цілей шляхом задоволення різноманітних потреб споживачів з повним використанням при цьому власних сильних сторін і можливостей зовнішнього середовища, усуненням слабких власних сторін і загроз ззовні.

Консорціум – це тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення спільної мети (як правило, реалізації проекту).

Контрольний пакет акцій – це частка акцій, що зосереджена в руках одного власника і дає можливість здійснювати фактичний контроль за діяльністю акціонерного товариства. Теоретично він має становити понад 50% суми випущених акцій, але на практиці може бути меншим.

Контрольована компанія – це компанія, більшістю акцій якої володіє інша компанія або певна особа.

Концерн – це 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.

Кон'юнктура ринку – це визначене в часі та просторі певне співвідношення попиту і пропозиції, що формується як сукупність товарно-грошових пропорцій під впливом конкретної комбінації діючих чинників.

Кооперування – це встановлення тривалих виробничих зв'язків між підприємствами, кожне з яких спеціалізується на виробництві окремих частин єдиного виробу.

Користування – це право вилучати з речей їхні корисні властивості (наприклад, обробляти землю та отримувати врожай, вживати продукти харчування, носити одяг і взуття).

Корпоративна культура – це система цінностей і переконань, які розділяє кожен працівник фірми та передбачає його поведінку, що обумовлює характер життєдіяльності організації.

Корпоративне підприємство – це підприємство, що утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства.

Корпоративне право – це право власності на частку (пай) у статутному фонді юридичної особи, створеної відповідно до законодавства про господарські товариства, включаючи право на управління та отримання відповідної частки прибутку такої юридичної особи.

Корпорація – це договірне об'єднання, створюване за принципом суміщення виробничих, наукових і комерційних інтересів з делегуванням окремих повноважень кожним з його членів централізованому керівництву.

Кошторис – це документований бухгалтерський план надходження і витрачання грошових коштів, що використовуються для фінансування господарської діяльності підприємств.

Кредит – це позика 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 і 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 з відстрочкою платежу; він обслуговує лише обіг товарів і оформлюється векселем.

Кредитна операція – це господарча операція суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає надання права на купівлю матеріальних цінностей та нематеріальних активів з відстроченням платежу, а також на позичку грошових коштів з відстроченням погашення їх.

Кредиторська заборгованість – це: заборгованість, що виникла при розрахунках з постачальниками; тимчасове використання в грошовому обігу підприємства коштів кредитора.

Кругообіг коштів підприємства – це планомірний рух коштів підприємства у процесі господарської діяльності, результатом якого є створення нової споживчої вартості та зростання вартості.

Культура підприємництва – це: уявлення підприємця про цінність бізнесу; правила й норми поведінки при плануванні та здійсненні підприємницької діяльності; конкретна поведінка підприємця, у процесі якої він реалізує правила й норми поведінки.

Лізинг – це довгострокова оренда машин, обладнання, транспортних засобів, споруд виробничого призначення, яка фіксується у відповідному договорі між орендодавцем (лессором) і орендарем (лізером).

Ліквідаційна вартість – це вартість матеріальних цінностей, які ліквідовуються, за вирахуванням витрат, пов'язаних з їх ліквідацією.

Ліквідація підприємства – це припинення діяльності організації у зв'язку із закінченням строку, на який її було створено, за рішенням загальних зборів, вищестоящего органу (для державних підприємств) або за рішенням суду.

Ліцензія – це документ, що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженим ним органом виконавчої влади, згідно з яким власник ліцензії має право займатися певним видом підприємницької діяльності.

Людський капітал – це капітал, втілений в людях у формі їх освіти, кваліфікації, знань і досвіду.

Майбутня вартість – це: грошова сума, що підлягає здобуттю або виплаті в майбутньому; величина певної грошової суми, приведена до деякого майбутнього моменту часу шляхом нарахування складних відсотків (компаундування).

Майно – це активи (оборотні та необоротні), які підприємство використовує у виробництві в процесі господарської діяльності, вартість яких відображається в балансі підприємства.

Майнове право – це права володіння, користування і розпорядження майном.

Майнові податки – це прямі податки з юридичних та фізичних осіб, об'єктом оподаткування яких виступає рухоме й нерухоме майно.

Мале підприємство – це підприємство, організація, фірма будь-якої галузі народного господарства з невеликою чисельністю штатних працівників і обсягом річного валового доходу.

Малий бізнес – це бізнес, здійснюваний в малих формах, що спирається на підприємницьку діяльність приватних підприємців, невеликих фірм, малих підприємств.

Маржа – це різниця між відсотковими ставками за наданий кредит і відсотковими ставками за залучені ресурси.

Маркетинг – це система організації діяльності сучасного підприємства, фірми, в процесі товарного відтворення, в якій в основі прийняття господарських рішень покладені вимоги ринку, реальні запити, потреби покупців у товарах і послугах та виробничо-збутові можливості даного підприємства, фірми.

Маркетингова стратегія – це програма маркетингової діяльності фірми на цільових ринках, яка визначає принципові рішення для досягнення маркетингових цілей.

Материнська компанія – це юридична особа, яка контролює іншу юридичну особу (дочірню компанію).

Матеріальний актив – це основні та оборотні активи у будь-якому виді, що відрізняється від коштів, цінних паперів, деривативів та нематеріальних активів.

Матеріальні витрати – це вартість витрачених у виробництві сировини і основних матеріалів, напівфабрикатів та комплектуючих виробів, палива і енергії, будівельних матеріалів, запасних частин, тари й тарних матеріалів, допоміжних та інших матеріалів, а також вартість виконаних для підприємства робіт, послуг виробничого та невиробничого характеру.

Менеджмент – це мистецтво керування інтелектуальними, фінансовими, сировинними, матеріальними ресурсами з метою найбільш ефективної виробничої діяльності.

Мирова угода – це домовленість між боржником і кредиторами стосовно відстрочки та/або розстрочки, а також прощення (списання) кредиторами боргів боржника, яка оформляється шляхом укладення угоди між сторонами.

Мінімальна заробітна плата – це встановлена державою мінімальна величина оплати праці, розрахована на основі прожиткового мінімуму, рівня оподаткування доходів працівників, міжгалузевих співвідношень в оплаті праці, умов і розмірів оплати праці в бюджетних установах тощо.

Мінімальний прибуток – це найменше значення прибутку, необхідне для збереження фірми, продовження її функціонування, запобігання краху.

Місія підприємства – це комплексна мета, для якої підприємство створене і функціонує на ринку.

Місцеві податки і збори – це обов'язкові платежі, що встановлюються сільськими, селищними, міськими радами та справляються в межах відповідних адміністративно-територіальних одиниць і зараховуються до їх бюджетів.

Місцезнаходження юридичної особи – це фактичне місце ведення діяльності чи розташування офіса, з якого проводиться щоденне керування діяльністю юридичної особи.

Модельний статут – це типовий установчий документ, затверджений Кабінетом Міністрів України, який використовується для створення та провадження діяльності юридичних осіб відповідних організаційно-правових форм, містить встановлені законом правила, що регулюють правовий статус, права, обов'язки та відносини, які пов'язані із створенням, управлінням та провадженням господарської діяльності відповідних юридичних осіб.

Модернізація – це: оновлення, удосконалення, надання будь-чому сучасного вигляду; ремонт, доповнений впровадженням нових, кращих, ефективніших або додаткових елементів обладнання; оновлення, удосконалення, переобладнання застарілих систем, форм, споруд, забудови відповідно до найновіших вимог; переробка конструкторської документації серійно виготовлених будівельних машин з метою одержання більш ефективних її техніко-економічних показників.

Модифікація – це: внесення прогресивних змін, перетворення виробництва, технології, виробленої продукції, створення поліпшеного варіанта товару чи нової моделі виробу; видозмінена модель виробу.

Мотивація – це функція управління, яка полягає у виявленні та цілеспрямованому систематичному впливі на комплекс причин, які спонукають членів трудового колективу до спільних впорядкованих і узгоджених дій для досягнення поставленої перед суб'єктом господарювання мети.

Наглядова рада – це орган, що обирається загальними зборами акціонерів і контролює діяльність правління акціонерного товариства.

Надбавки – це: додаткові виплати працівникам за особливо складні умови праці або високу якість роботи; націнка до номінальної ціни товару, обумовлена особливими якостями чи виготовленням на замовлення за спеціальними вимогами.

Наймана праця – це праця працівника, який працює за договором найму на підприємстві, яке йому не належить.

Найменування товару – це слово, поєднання слів або слова та цифрового коду, які відображають споживчі ознаки товару та однозначно ідентифікують товар чи послугу в документообігу.

Найменування юридичної особи – це найменування суб'єкта господарювання, що повинно містити: для товариства – вид, назву; для повних та командитних товариств – прізвища (найменування) учасників товариства; для підприємства – назву (завод, фабрика, майстерня та інші) і вид (індивідуальне, сімейне, приватне, колективне, державне) та інше.

Недобросовісна конкуренція – це: неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання; створення перешкод суб'єктам господарювання у процесі

конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції; неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці.

Незавершене виробництво – це предмети праці, які знаходяться в процесі виробництва, очікують оброблення або перебувають на контролі, в процесі транспортування, а також напівфабрикати у цехових складах.

Некомерційна діяльність – це господарська діяльність, що здійснюється без мети одержання прибутку.

Нематеріальні активи – це вартість об'єктів промислової та інтелектуальної власності, а також інших аналогічних прав, визнаних об'єктом права власності конкретного підприємства.

Необоротні активи – це матеріальні і нематеріальні ресурси, що належать підприємству та забезпечують його функціонування і термін корисної експлуатації яких, як очікується, становить більше одного року.

Неоподатковуваний мінімум – це розмір об'єкта оподаткування, в межах якого податок не справляється.

Неплатоспроможність – це нездатність суб'єкта підприємництва після настання встановленого строку виконати свої грошові зобов'язання перед іншими особами, територіальною громадою або державою інакше як через відновлення його платоспроможності.

Нерезиденти – це юридичні особи та суб'єкти підприємницької діяльності, що не мають статусу юридичної особи України, з місцем розміщення за межами України, створені та діють відповідно до законодавства іноземної держави, у тому числі юридичні особи та інші суб'єкти підприємницької діяльності з участю юридичних осіб та інших суб'єктів підприємницької діяльності України.

Нерозподілений прибуток – це частка прибутку підприємства, отримана в результаті діяльності в попередні періоди, яка не була спрямована на виплату дивідендів власникам підприємства чи поповнення складових власного капіталу підприємства.

Несприятливе підприємницьке середовище – це умови ведення підприємницької діяльності для яких характерні:

нерівноправні умови функціонування державного та приватного секторів економічної системи; відсутність або недосконалість законодавчих актів, що регламентують підприємницьку діяльність; відсутність або низький рівень розвитку ринкової інфраструктури; високий рівень податкового тиску на підприємців; обмеження доступу до ресурсів.

Новий товар – це товар, який принципово відрізняється від наявних на ринку товарів або має серйозні якісні вдосконалення порівняно з товарами-аналогами щодо споживчих якостей, дизайну, форми тощо.

Номенклатура виробів – це перелік назв окремих видів продукції.

Норма – це: узаконене правило, визнаний обов'язковим порядок здійснення певних дій; встановлена, документально підтверджена величина, що визначає нормативний рівень витрачання ресурсів, одержання доходів, прибутку, витрат часу, вироблення продукції.

Норма амортизації – це встановлений у законодавчому порядку річний відсоток заміщення вартості зношеної частини основних засобів.

Норма виробітку – це кількість продукції в натуральному виразі або інших показниках роботи, яку повинен виробити (виконати) працівник за певний проміжок часу при певних організаційно-технічних умовах.

Норма витрат матеріалів – це гранично допустима кількість сировини, матеріалів, палива, енергії, яка може бути використана для виробництва одиниці продукції визначеної якості.

Норма прибутку – це відношення прибутку, одержаного за певний період часу (як правило, рік), до вкладеного капіталу.

Норма часу – це величина затрат робочого часу, встановлена для виконання одиниці роботи (продукції) працівником (групою працівників) відповідної кваліфікації за певних організаційно-технічних умов виробництва.

Нормативи – це поелементні складові норм, що характеризують питому витрату елементу нормування на одиницю маси, об'єму, площі, продуктивності, чисельності і тому подібне при виконанні виробничих процесів.

Норматив оборотних коштів – це мінімальна сума оборотних коштів, необхідних підприємству для створення або підтримки перехідних товарно-матеріальних запасів, які забезпечують безперебійну роботу підприємства.

Нормативно-правовий акт – це прийнятий компетентним органом держави офіційний письмовий документ, в якому сформульовано правові норми.

Нульова ставка – це ставка податку, який, у принципі, стягується, але за ставкою 0 відсотків.

Об'єднання підприємств – це організація, утворена на добровільній основі в складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних і соціальних завдань.

Об'єкт витрат – це продукція, роботи, послуги або вид діяльності підприємства, які потребують визначення пов'язаних з їх виробництвом (виконанням) витрат.

Об'єкт оподаткування – це майно, товари, дохід (прибуток) або його частина, обороти з реалізації товарів (робіт, послуг), операції з постачання товарів (робіт, послуг) та інші об'єкти, визначені податковим законодавством, з наявністю яких податкове законодавство пов'язує виникнення у платника податкового обов'язку.

Обігові кошти – це кошти, авансові в оборотні фонди і фонди обігу.

Обліковий прибуток (збиток) – це сума прибутку (збитку) до оподаткування, визначена в бухгалтерському обліку.

Обмежена відповідальність – це фінансова відповідальність володарів (учасників, акціонерів) компанії, обмежена фактично вкладеними у підприємство коштами шляхом участі у його статутному капіталі або придбанні його акцій.

Оборотні активи – це грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом 12 місяців з дати балансу.

Одиниця оподаткування – це частина об'єкта оподаткування, стосовно якої відбувається встановлення нормативів і ставок обкладення.

Одноосібне підприємство – це підприємство, що перебуває у власності однієї особи або однієї сім'ї.

Оперативна оренда – це господарча операція суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає передачу орендарю права користування матеріальними цінностями, які належать орендодавцю, на строк, не більший за строк повної амортизації їх з обов'язковим поверненням таких матеріальних цінностей орендодавцю. При цьому право власності на орендовані цінності залишається у орендодавця протягом всього строку оренди.

Оперативне управління – це управління поточною діяльністю підприємства, що включає оперативне планування, оперативний облік і оперативний контроль.

Операційна діяльність – це основна діяльність підприємств, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною та фінансовою діяльністю.

Операційний прибуток – це балансовий прибуток, скоригований на різницю інших операційних доходів та операційних витрат.

Операційний цикл – це проміжок часу між придбанням запасів для здійснення діяльності та отриманням коштів від реалізації виробленої з них продукції або товарів та послуг.

Оплата праці – це грошовий вираз вартості робочої сили, який виплачується працівникові роботодавцем за виконану роботу або надані послуги.

Оподатковуваний прибуток – це прибуток, що визначається для розрахунку податку на прибуток способом виключення із суми скоригованого валового доходу валових витрат платника податку та суми нарахованих ним амортизаційних відрахувань.

Оподаткування – це законодавчо врегульований процес встановлення та утримання податків у країні, визначення їхніх розмірів і ставок, відповідних об'єктів та кола юридичних і фізичних осіб, що підлягають оподаткуванню.

Оптово-відпускна ціна – це фактична ціна, що застосовується у розрахунках за товари, які поставляються (реалізуються) суб'єктами господарювання з метою їх використання у підприємницькій діяльності, з урахуванням податку на додану вартість і транспортних витрат.

Орендна операція – це господарча операція суб'єкта підприємницької діяльності (орендодавця), що передбачає передачу права користування матеріальними цінностями іншому суб'єкту підприємницької діяльності (орендатору) на платній основі і на визначений строк.

Орендне підприємство – це вид підприємства, яке створюється після укладання договору оренди між державним органом і організацією орендарів.

Основна заробітна плата – це частина загального заробітку працівника, розмір якої залежить від результатів його роботи і визначається тарифними ставками, посадовими окладами, відрядними розцінками, а також доплатами в розмірах, установлених чинним законодавством.

Основне виробництво – це частина виробничої діяльності підприємства, яка полягає у безпосередньому перетворенні предмета праці на готову продукцію та провадиться у певних структурних підрозділах.

Основні засоби – це засоби праці виробничого і невиробничого призначення, які беруть участь у процесі виробництва протягом багатьох циклів, зберігаючи при цьому свою натуральну форму, і переносять свою вартість на вартість готової продукції частинами шляхом амортизаційних відрахувань.

Основні засоби виробничого призначення – це частина основних засобів підприємства, яка безпосередньо використовується для підготовки, здійснення і забезпечення процесу виробництва.

Основні засоби невиробничого призначення – це: частина основних засобів підприємства, яка не бере участі у виробничому процесі, а призначена для задоволення соціальних потреб працівників; фонди соціального призначення (житлово-комунальні, побутові та спортивні приміщення, будівлі та обладнання лікувальних установ підприємства і т.п.).

Очікувані збитки – це збитки, про які керівництво підприємства знає або повинно знати.

Паблік рілейинз – це діяльність, спрямована на формування позитивного іміджу фірми, доброзичливого ставлення до неї та її товару.

Паблісіті – це: популярність підприємства; вплив на споживачів з метою збільшення попиту на товари або послуги з допомогою реклами, публікацій, передач у засобах масової інформації, продажу зразків за пільговими цінами, роздачі сувенірів, інших аналогічних методів і засобів стимулювання попиту.

Партнерство – це: юридична форма організації підприємства, що посідає проміжне місце між індивідуальним підприємством та компанією з обмеженою відповідальністю; спільне підприємство декількох осіб, кожна з яких бере участь у ньому не лише внесенням свого капіталу, а й особистою працею.

Пеня – це штрафна санкція, сума якої стягується з платників за порушення строків сплати податків та платежів або термінів перерахування їх до бюджету організаціями, котрі утримують чи приймають їх.

Персонал – це сукупність постійних працівників, які отримали необхідну професійну підготовку та/або мають практичний досвід роботи.

Персональний продаж – це усне представлення товару в ході бесіди з одним чи декількома потенційними покупцями задля продажу.

Підакцизні товари – це законодавче визначений перелік товарів, на які встановлюються специфічні акцизи.

Підзаконні нормативні акти – це акти, що мають правові норми і прийняті органами державної влади.

Підприємець – це особа, що займається підприємницькою діяльністю.

Підприємництво – це самостійна ініціатива, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, наданню послуг і заняттю торговельною діяльністю з метою отримання прибутку.

Підприємницька діяльність – це процес, здійснюваний приватними особами, підприємствами або організаціями щодо освоєння природних ресурсів, виробництва, придбання, продажу товарів або надання послуг в обмін на інші товари, послуги або гроші.

Підприємницька здатність – це набір якостей, умінь і здібностей людини, що дозволяють їй знаходити і використовувати найкраще поєднання ресурсів для виробництва, продажу товарів, приймати розумні послідовні рішення, створювати і застосовувати нововведення, йти на виправданий ризик.

Підприємницький ризик – це узагальнюючий термін для групи ризиків, що виникають на різних етапах кругообігу капіталу в результаті дій конкурентів, постачальників сировини і матеріалів, зміни кон'юнктури, технологічних помилок і т.д.

Підприємницьке середовище – це сукупність умов, які впливають на можливість формування та успішної реалізації підприємницької ідеї.

Підприємство – це організаційно відокремлена і економічно самостійна ланка виробничої сфери народного господарства, що спеціалізується на виготовленні продукції, виконанні робіт і наданні послуг.

Пільги – це надання переваги, часткове або повне звільнення від виконання встановлених правил, обов'язків або полегшення умов виконання їх.

Планування – це безперервний творчий процес, що має на меті досягнення поставлених цілей за оптимальних витрат ресурсів та приведення можливостей підприємства у відповідність до умов ринку.

Плата – це платіж до бюджету за використання ресурсів, які перебувають у загальнодержавній власності, на основі певної еквівалентності взаємовідносин платників із державою. Плата встановлюється у твердих ставках з одиниці ресурсів у їхньому фізичному вимірі.

Платіжний календар – це графік надходжень коштів і платежів підприємств.

Платник податку – це фізична чи юридична особа, а також група осіб без статусу юридичної особи, на яку згідно із законодавчими актами покладено обов'язок сплачувати податки та інші обов'язкові платежі.

Платоспроможність – це здатність підприємства виконувати свої коротко- та довгострокові боргові зобов'язання за рахунок власних коштів.

Повне товариство – це господарське товариство, всі учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном.

Погодинна оплата праці – це форма оплати праці, при якій заробіток працівника визначається залежно від відпрацьованого ним часу і рівня кваліфікації.

Податки – це обов'язкові платежі, що стягуються державою з доходів або майна юридичних або фізичних осіб.

Податки непрямі – це податки, які включаються до ціни товарів або тарифів на послуги.

Податки прямі – це обов'язкові нормативні платежі з прибутку, спадщини, землі, будівель тощо.

Податкова інспекція – це державний орган, покликаний стежити за своєчасною і повною сплатою податків, застосовувати міри покарання до осіб, які ухиляються від сплати податків, сприяти нормальному функціонуванню податкової системи та вести податкову документацію.

Податкова система – це сукупність податків, зборів, інших платежів та внесків до бюджету і державних цільових фондів, платників податків та органів, що здійснюють контроль за правильністю обчислення, повнотою і вчасністю сплати їх у встановленому законом порядку.

Податкова ставка – це законодавчо встановлений розмір податку на одиницю оподаткування.

Податкове законодавство – це законодавчі акти, якими встановлюються і регулюються справляння податків та податкових платежів.

Податкове зобов'язання – це сума коштів, яку платник податків, у тому числі податковий агент, повинен сплатити до відповідного бюджету як податок або збір.

Податковий закон – це правовий акт вищого органу законодавчої влади, який зобов'язує юридичних осіб і громадян сплачувати до бюджету платежі у вигляді податків у певному розмірі і в точно визначені строки.

Податковий звіт – це документ, що подається до податкової інспекції із даними про розрахунки з бюджетом.

Податковий кредит – це термінова відстрочка податку, який належить до сплати підприємством у бюджет у календарному році.

Податковий облік – це облік у податковій інспекції платників податків та стану розрахунків їх із бюджетом.

Податковий період – це строк, протягом якого завершується процес формування податкової бази, остаточно визначається розмір податкового зобов'язання.

Податковий тиск – це відношення загальної суми податкових зборів до сукупного національного продукту.

Податкові кредити – це пільги, спрямовані на зменшення податкової ставки або податкового окладу.

Податкові пільги – це повне або часткове звільнення від податків суб'єкта згідно з чинним законодавством.

Податкові правовідносини – це суспільні відносини, які виникають при сплаті податків та інших платежів і які урегульовані нормами фінансового, адміністративного, цивільного та кримінального права.

Податок з обороту – це вид непрямого податку як надбавка до ціни товарів.

Податок на додану вартість – це основна сучасна форма універсального акцизу, котрий встановлюється щодо знову створеної в даного платника вартості, що включає фонд заробітної плати та прибуток.

Податок на прибуток – це форма прибуткового оподаткування підприємств, за якою об'єктом оподаткування виступає чистий дохід підприємства.

Позареалізаційна операція – це діяльність підприємства, безпосередньо не пов'язана з реалізацією продукції (робіт, послуг) та іншого майна, включаючи основні фонди, нематеріальні активи, продукцію обслуговуючого та допоміжного виробництва.

Посередницька операція – це господарча операція суб'єкта підприємницької діяльності, який виступає в ролі комісонера в договорі комісії, консигнатора у консигнаційному договорі або повіреного в договорі доручення, за винятком довірчих операцій з грошовими коштами, цінними паперами, включаючи приватизаційні майнові сертифікати, а також операцій з випуску

боргових зобов'язань і вимог та їхньої торгівлі, операцій з торгівлі (управління) валютними цінностями та іншими видами фінансових ресурсів, а також усіх видів банківських і страхових операцій.

Постійні витрати – це витрати підприємства, які безпосередньо не залежать від обсягу виробництва продукції.

Поточна вартість – це вартість минулих або майбутніх сум, приведена до нинішнього моменту часу за допомогою операції дисконтування.

Право власності – це сукупність правових норм, які регулюють і закріплюють суспільні відносини, що виникають із присвоєнням матеріальних благ громадянами, юридичними особами та державою, які надають названим суб'єктам рівні права та обов'язки з володіння, користування і розпорядження майном.

Право господарського управління – це право підприємства володіти, користуватися і розпоряджатися майном власника в межах, встановлених законом або іншими правовими актами.

Право оперативного управління – це право підприємства володіти, користуватися і розпоряджатися закріпленим за ним майном власника в межах, встановлених законом, відповідно до цілей його діяльності, завданнями власника і призначенням майна.

Прибуток – це економічна категорія, яка виражає фінансові результати виробничо-господарської діяльності підприємства. Визначається як різниця між виручкою від реалізації продукції (робіт, послуг) і витратами на виробництво.

Прибуток від звичайної діяльності до оподаткування – це алгебраїчна сума прибутку від операційної діяльності, фінансових та інших доходів (прибутків), фінансових та інших витрат (збитків).

Прибуток від позареалізаційних операцій – це сума коштів, одержувана підприємством від позареалізаційних операцій і зменшена на суму витрат на ці операції.

Прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг) – це виручка від реалізації продукції (робіт, послуг), зменшена на суму нарахованого (сплаченого) податку на додану вартість (за винятком товарообмінних операцій з нерезидентами), акцизного

збору, ввізного мита, митного збору та інших обов'язкових зборів і платежів, визначених чинним законодавством, а також на суму втрат, що включаються до собівартості реалізованої продукції (робіт, послуг).

Приватна власність – це майнові та особисті немайнові блага конкретної фізичної особи (жилі будинки, транспортні засоби, грошові кошти, цінні папери, результати інтелектуальної творчості та інше майно споживчого й виробничого призначення).

Приватне підприємство – це підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи).

Прискорена амортизація – це метод визначення амортизації основних фондів за нормами, які перевищують офіційно затверджені норми амортизаційних відрахувань.

Прихований дохід – це: частка сукупного доходу, не зазначена суб'єктом оподаткування в декларації, що подається до державної податкової інспекції; сукупний дохід, не оприлюднений унаслідок неподання такої декларації в строки та за умов, визначених законодавством.

Прогноз – це органічна система (частина) планування.

Прогнозування – це визначення об'єктивних тенденцій розвитку бізнесу в майбутньому, а також альтернативних шляхів розвитку і термінів їх реалізації.

Продаж – це передавання права власності на майно, товари, цінні папери, валютні цінності, інші види фінансових ресурсів та матеріальних цінностей іншим юридичним і фізичним особам за допомогою угод з купівлі-продажу або ціни на певну еквівалентну суму коштів, інших цінностей у матеріальній і нематеріальній формах, боргових зобов'язань у вартісному вираженні.

Продуктивність праці – це показник, що характеризує ефективність праці та показує здатність працівників випускати певну кількість продукції за одиницю робочого часу.

Продукція – це сукупність матеріальних благ, добутих чи створених внаслідок виробничої діяльності.

Промислово-фінансова група – це велике угруповання підприємств, банків, інших юридичних осіб, які займаються виробничою, торговельною та фінансово-кредитною діяльністю.

Проценти – це доходи, отримані платниками податку від операцій з борговими вимогами та зобов'язаннями, зокрема з векселями, облігаціями, бонами та іншими платіжними документами, включаючи операції з державними скарбничими зобов'язаннями, а також будь-які доходи, отримані платником податку від надання грошових коштів та матеріальних цінностей в кредит (позичку) та нараховані як премії чи виграші або відсотків від суми заборгованості.

П'ять фундаментальних економічних питань – це основні питання, на які економічна наука покликана давати відповіді: «що виробляти», «як виробляти», «як розподілити загальний обсяг виробленої продукції», «як підтримувати повну зайнятість», «як забезпечити гнучкість економічної системи».

Раціоналізація – це сукупність організаційно-технічних заходів, спрямованих на найефективніше використання наявних виробничих ресурсів і найдоцільнішу організацію виробничих процесів.

Реалізація продукції (робіт, послуг) – це господарча операція суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає передачу права власності на продукцію (роботи, послуги) іншому суб'єктові підприємницької діяльності в обмін на еквівалентну суму коштів або боргових зобов'язань.

Резервний фонд – це джерело зарезервованих коштів як частини прибутку для покриття можливих збитків підприємства в процесі фінансово-господарської діяльності.

Реклама – це будь-яка платна неособистісна форма розповсюдження інформації про фірму та її товар.

Рентабельність – це узагальнюючий показник економічної ефективності, що характеризує співвідношення між результатами виробничо-господарської діяльності і витратами на їх одержання.

Реструктуризація підприємства – це здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, зокрема шляхом його поділу з переходом боргових зобов'язань до юридичної особи, що не підлягає санації, на зміну форми

власності, управління, організаційно-правової форми, що сприятиме фінансовому оздоровленню підприємства, підвищенню ефективності виробництва, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції та повному або частковому задоволенню вимог кредиторів.

Ринок – це цілісна система економічних відносин і зв'язків між покупцями і продавцями, що будуються на основі ринкових цін.

Роздрібна ціна – це ціна, за якою товар продається в роздрібній торгівлі для населення і деяких організацій.

Розпорядження – це право визначати юридичну або фактичну долю майна (наприклад, продавати, дарувати, обмінювати, переробляти, заповідати тощо).

Самофінансування – це один з методів фінансового забезпечення відтворювальних витрат, який ґрунтується на використанні суб'єктом господарської діяльності власних фінансових ресурсів без залучення коштів державного бюджету.

Санація – це система заходів, що здійснюються під час провадження у справі про банкрутство з метою запобігання визнанню боржника банкрутом та його ліквідації, спрямована на оздоровлення фінансово-господарського становища боржника, а також задоволення в повному обсязі або частково вимог кредиторів шляхом реструктуризації підприємства, боргів і активів та/або зміни організаційно-правової та виробничої структури боржника.

Сегментація ринку – це розподіл споживачів на групи на основі різниці в потребах, характеристиках чи поведінці і розроблення для кожної з груп окремого комплексу маркетингу. Сегментацію ринку можна здійснювати за різними змінними параметрами.

Синдикат – це: одна з форм капіталістичних монополій; об'єднання самостійних підприємств з метою регулювання ринку певного товару, підтримання високого рівня цін і одержання надприбутку.

Система оплати праці – це сукупність взаємопов'язаних форм і методів оплати праці, структура та принципи її організації, які відповідають вимогам розвитку продуктивних сил і змісту виробничих відносин.

Соціальне підприємництво – це підприємницька діяльність, направлена на вирішення нагальних соціальних проблем.

Спільне підприємство – це форма співробітництва партнерів, які об'єднують капітал для здійснення спільної виробничої діяльності, управління і розподілу прибутку пропорційно вкладеному капіталу.

Сприятливе підприємницьке середовище – це: наявність всіх умов для нормального, цивілізованого розвитку бізнесу; підтримка розвитку підприємництва на державному та регіональному рівнях у сфері законодавства, фінансово-кредитної та податкової системах; наявність державних пільг і стимулів для розвитку підприємницької діяльності; наявність сприятливих умов для придбання нерухомості та оренди майна.

Статутний фонд – це виділені підприємству або залучені ним на засадах, визначених чинним законодавством, фінансові ресурси у вигляді грошових коштів або вкладень у майно, цінності, нематеріальні активи, цінні папери, закріплені за підприємством на праві власності або повного господарського відання.

Статут підприємства – це зібрання обов'язкових правил, що регулюють взаємовідносини підприємства з іншими суб'єктами господарювання, а також індивідуальну діяльність.

Стимулювання збуту – це короткочасні спонукальні заходи заохочення споживачів до купівлі (знижки, розпродажі, лотереї тощо).

Стратегія підприємства – це визначення довгострокового курсу розвитку підприємства, затвердження цього курсу та розподіл ресурсів для його реалізації.

Суб'єкт підприємницької діяльності – це: господарські організації – юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку; громадяни, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані як підприємці.

Суб'єкт податкового права – це будь-яка особа, поведінка якої регулюється нормами податкового права і яка може виступати учасником податкових правовідносин, носієм суб'єктивних прав та обов'язків.

Тактичне планування – це процес розроблення способів досягнення цілей та шляхів реалізації певних середньо- і короткострокових завдань, сформульованих у стратегічному плані.

Технологія – це сукупність методів (способів) виготовлення, видобутку, обробки або переробки та інших процесів, робіт і операцій, що змінюють стан сировини, матеріалів, напівфабрикатів чи виробів у процесі отримання продукції із заданими показниками якості.

Товар – це продукція, роботи, послуги, матеріально-технічні ресурси, майнові та немайнові права, що підлягають продажу.

Товариство з додатковою відповідальністю – це вид господарської організації, статутний фонд якої розділений на частини, розмір яких визначається установчими документами, а учасники товариства відповідають за його борги своїми внесками у статутний фонд та у разі нестачі цих сум – додатково майном, що їм належить, в однаковому для всіх учасників розмірі, кратному внеску кожного з них.

Товариство з обмеженою відповідальністю – це організація, створювана на основі угоди між юридичними особами та (або) громадянами шляхом об'єднання їхніх внесків задля досягнення загальних цілей, статутний фонд якої формується лише за рахунок коштів пайовиків, що несуть відповідальність у межах сум внесків.

Товарна група – це група однорідних товарів за гармонізованою системою опису та кодування.

Товарна продукція – це продукція підприємства, яка виготовлена за певний період і призначена для реалізації на сторону.

Товарний знак – це оригінальне позначення, за допомогою якого товари і послуги одного виробника відрізняються від товарів і послуг інших виробників.

Товарний кредит – це будь-яка господарча операція суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає реалізацію продукції (робіт, послуг), (передачу права власності) іншому суб'єктові підприємницької діяльності або громадянину на умовах відстрочення платежу, якщо таке відстрочення є більшим

за звичайні строки банківських розрахунків або перевищує 30 календарних днів з дати реалізації.

Торговий патент – це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності чи його структурного (відокремленого) підрозділу займатися підприємницькою діяльністю в таких сферах, як у сфері роздрібної торгівлі, торгівлі іноземною валютою, а також з надання послуг у сфері грального бізнесу.

Точка беззбитковості – це виручка і обсяг виробництва фірми, які забезпечують покриття всіх її витрат і нульовий прибуток.

Умови праці – це сукупність факторів виробничого середовища і трудового процесу, які впливають на здоров'я і працездатність людини в процесі її професійної діяльності.

Умовно чиста продукція – це показник виробничої програми підприємства, який визначається сумуванням обсягу чистої продукції (новоствореної вартості) та амортизаційних відрахувань.

Унітарне підприємство – це підприємство, що створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який призначається засновником, керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства.

Управління – це особливий вид інтелектуальної діяльності, що застосовує різноманітні засоби і методи впливу на процеси.

Упущені доходи – це доходи, які могли б бути отримані при використанні засобів за одним із варіантів, проте втрачені, тому що використовувалися за іншим варіантом.

Утилізаційна вартість – це вартість матеріальних активів, які підлягають утилізації, досягли граничного стану внаслідок повного зносу або надзвичайної події та втратили свою первісну корисність або не мають ринку збуту на дату оцінки.

Ухилення від сплати податків – це дії платників податків, спрямовані на несплату податків шляхом заниження доходу та оцінки майна або повного приховування їх.

Фактична перевірка – це перевірка, що здійснюється за місцем фактичного провадження платником податків діяльності, розташування господарських або інших об'єктів права власності такого платника.

Фальсифікована продукція – це продукція, виготовлена з порушенням технології або неправомірним використанням знака для товарів та послуг, чи копіюванням форми, упаковки, зовнішнього оформлення, а так само неправомірним відтворенням товару іншої особи.

Фіктивне підприємництво – це підприємництво, що має наступні ознаки: зареєстровано (перереєстровано) на недійсні (втрачені, загублені) та підроблені документи; незареєстровано у державних органах, якщо обов'язок реєстрації передбачено законодавством; зареєстровано (перереєстровано) у органах державної реєстрації фізичними особами з подальшою передачею (оформленням) у володіння чи управління підставним (неіснуючим), померлим, безвісти зниклим особам або таким особам, що не мали наміру провадити фінансово-господарську діяльність або реалізовувати повноваження; зареєстровано (перереєстровано) та проваджено фінансово-господарську діяльність без відома та згоди його засновників та призначених у законному порядку керівників.

Філія – це організація, яка є частиною іншої юридичної особи та знаходиться поза місцем її розташування.

Фінанси – це сукупність форм і методів формування, розподілу й використання централізованих і децентралізованих грошових фондів з метою виконання функцій і завдань держави, підприємств і населення із забезпечення умов розширеного відтворення, задоволення соціальних та інших потреб суспільства.

Фінансова діяльність – це виникнення грошових відносин, пов'язаних з неперервним кругообігом коштів у формах витрачання ресурсів, одержання доходів, їх використання, а також із приводу відносин з постачальниками, покупцями продукції, працівниками підприємства, державними органами.

Фінансова оренда – це господарча операція суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає придбання

орендодавцем матеріальних цінностей за замовленням орендаря з наступною передачею орендарю права користування такими матеріальними цінностями на строк, не менший за строк їхньої повної амортизації з обов'язковою наступною передачею права власності на такі матеріальні цінності орендарю.

Фінансовий кредит – це будь-яка господарча операція суб'єкта підприємницької діяльності, що передбачає надання коштів у позичку на визначений строк та нарахованих процентів у грошовій формі або в інших формах забезпечення заборгованості, включаючи матеріальні цінності та нематеріальні активи, надані в заставу.

Фінансовий план – це розділ, який узагальнює основні положення всіх попередніх розділів бізнес-плану у вартісному вираженні.

Фондовіддача – це показник ефективності використання основних фондів, який визначається відношенням обсягу виготовленої продукції у вартісному виразі до середньорічної вартості основних фондів підприємства.

Фондомісткість – це показник, обернений до показника фондовіддачі.

Фондоозброєність праці – це показник, що характеризує рівень технічної оснащеності праці, а саме величину основних виробничих фондів, які використовує один працівник, та визначається відношенням середньорічної вартості основних фондів до середньорічної чисельності працівників.

Фонд оплати праці – це цільове джерело фінансування витрат на оплату праці працівників підприємства, премії робітникам і службовцям за виробничі результати, заохочувальні та компенсаційні виплати, що відносяться на собівартість продукції.

Франчайзинг – це така організація бізнесу, за якою компанія (франчайзер) передає певній людині чи компанії (франчайзі) право на продаж продукту і послуг цієї компанії.

Холдинг – це різновид акціонерної компанії, характерною ознакою якої є володіння контрольним пакетом акцій інших фірм з метою контролю і управління їхньою діяльністю.

Ціна – це кількість грошей, що сплачується або одержується за одиницю товару або послуги.

Цінні папери – це грошові документи, що засвідчують право володіння або відносини позики, визначають взаємовідносини між особою, яка їх випустила, та їхнім власником і передбачають, як правило, виплату доходу у вигляді дивідендів або відсотків, а також можливість передачі грошових та інших прав, що впливають з цих документів, іншим особам. Види цінних паперів: акції, облігації, чеки, казначейські зобов'язання, депозитні сертифікати, векселі.

Цінова політика – це комплекс заходів щодо визначення цін, цінової стратегії і тактики, умов оплати, варіювання цінами залежно від позиції на ринку, стратегічних і тактичних цілей фірми.

Цінова стратегія – це: узагальнююча модель дій щодо встановлення і зміни цін; набір правил для прийняття цінових рішень, які забезпечують реалізацію цінової політики.

Ціноутворення – це процес обґрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня, співвідношення та структури.

Частково сприятливе підприємницьке середовище – це умови ведення підприємницької діяльності для яких характерні: політична нестабільність; міжнаціональні, міжрегіональні та міждержавні розбіжності; розрив раніше сформованих господарських зв'язків; соціальна напруженість у суспільстві; низький рівень життя населення та його купівельної спроможності; відсутність реальних шляхів і механізмів моральної та законодавчої підтримки розвитку підприємництва; переважне вкладення капіталу в ті види діяльності, які характеризуються швидким оборотом коштів.

Чиста продукція – це різниця між вартістю товарної продукції і матеріальними витратами на її виробництво, і сумою амортизаційних відрахувань.

Чистий дисконтований дохід – це показник ефективності інвестиційного проекту, визначений як сума ефектів за весь розрахунковий період, приведених методом дисконтування до початкового моменту.

Чистий прибуток – це прибуток, що поступає в розпорядження підприємства після сплати податку на прибуток та інших обов'язкових платежів.

Штрафні санкції – це грошові штрафи та пені, що стягуються з платників за порушення податкового законодавства.

Юридична особа – це суб'єкт цивільного права, що відповідає таким ознакам: незалежність функціонування від окремих фізичних осіб, що входять до її складу; наявність власного майна, відокремленого від майна учасників; право придбавати, користуватись і розпоряджатись власністю; право здійснювати від свого імені інші дозволені законодавством дії; право від свого імені вирішувати спірні питання щодо діяльності та конфліктні ситуації у суді та арбітражі; самостійна майнова відповідальність; наявність розрахункового та інших рахунків у банках, самостійного балансу, печатки зі своїм найменуванням, товарного знака тощо.

Якість продукції – це сукупність корисних споживчих властивостей продукту, що визначають його здатність задовольняти потреби суспільства.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>. – Заголовок з екрану.
2. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>. – Заголовок з екрану.
3. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. – Заголовок з екрану.
4. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>. – Заголовок з екрану.
5. Кодекс Законів про працю України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/322-08>. – Заголовок з екрану.
6. Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/222-19>. – Заголовок з екрану.
7. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/755-15>. – Заголовок з екрану.
8. Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2806-15>. – Заголовок з екрану.
9. Закон України «Про акціонерні товариства» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/514-17>. – Заголовок з екрану.
10. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>. – Заголовок з екрану.

11. Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/877-16>. – Заголовок з екрану.

12. Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>. – Заголовок з екрану.

13. Закон України «Про захист економічної конкуренції» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>. – Заголовок з екрану.

14. Закон України «Про колективні договори і угоди» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/3356-12>. – Заголовок з екрану.

15. Закон України «Про оплату праці» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/108/95-вр>. – Заголовок з екрану.

16. Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2464-17>. – Заголовок з екрану.

17. Закон України «Про ціни і ціноутворення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>. – Заголовок з екрану.

18. Закон України «Про рекламу» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ru/270/96-вр/ed20130101>. – Заголовок з екрану.

19. Закон України «Про банки і банківську діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/ru/2121-14/ed20150206>. – Заголовок з екрану.

20. Закон України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2664-14>. – Заголовок з екрану.

21. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>. – Заголовок з екрану.

22. Закон України «Про інвестиційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>. – Заголовок з екрану.

23. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>. – Заголовок з екрану.

24. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2343-12/page>. – Заголовок з екрану.

25. Указ Президента України «Про Концепцію вдосконалення державного регулювання господарської діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/816/2007>. – Заголовок з екрану.

26. Указ Президента України «Про Концепцію вдосконалення державного регулювання природних монополій» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/921/2007>. – Заголовок з екрану.

27. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку та критеріїв оцінки економічної ефективності проектних (інвестиційних) пропозицій та інвестиційних проектів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/684-2012-п/para42#n42>. – Заголовок з екрану.

28. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження модельного статуту товариства з обмеженою відповідальністю» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1182-2011-п>. – Заголовок з екрану.

29. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку конкуренції на 2014-2024 роки» [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/690-2012-p>. – Заголовок з екрану.

30. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/504-2017-p>. – Заголовок з екрану.

31. Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Методичних рекомендацій розрахунку внутрішньогалузевої конкурентоспроможності підприємств» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/TM041435.html. – Заголовок з екрану.

32. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo/1.htm>. – Заголовок з екрану.

33. Форми реєстраційних заяв [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://diloviposlugy.kiev.ua/formi-reyestratsiynih-zayav>. – Заголовок з екрану.

34. Аветисова А.О. Ціноутворення: навч. посібник / А.О. Аветисова, О.О. Бакунов, Н.С. Палій, А.А. Фендрікова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – 193 с.

35. Акулов М.Г. Економіка праці і соціально-трудові відносини: навч. посібник / М.Г. Акулов, А.В. Драбаніч, Т.В. Євась та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 328 с.

36. Антошкіна Л.І. Ціноутворення та управління ціновою політикою: підручник / Л.І. Антошкіна, Н.П. Скригун, Л.Г. Цимбалюк. – Донецьк: Юго-Восток, 2011. – 321 с.

37. Апопій В.В. Основи підприємництва: навч. посібник / В.В. Апопій, Н.О. Шутовська, С.А. Середа. – К.: Ліра-К, 2014. – 324 с.

38. Афанасьєв М.В. Економіка підприємства: підручник / М.В. Афанасьєв, О.Б. Плоха. – К.: Ліра-К, 2013. – 664 с.

39. Афанасьєв М.В. Планування і контроль на підприємстві: навч. посібник / М.В. Афанасьєва, Г.О. Селезньова. – Х.: ІНЖЕК, 2012. – 442 с.

40. Балацький Є.О. Маркетинг: навч. посібник / Є.О. Балацький, А.Ф. Бондаренко. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. – 397 с.
41. Бардась А.В. Менеджмент: навч. посібник / А.В. Бардась, М.В. Бойченко, А.В. Дудник. – Дніпропетровськ: Національний гірничий університет, 2012. – 381 с.
42. Березін О.В. Економіка підприємства: навч. посібник / О.В. Березін, Л.М. Березіна, Н.В. Бутенко. – К.: Знання, 2009. – 390 с.
43. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник / І.М. Бойчик. – К.: Кондор-Видавництво, 2016. – 378 с.
44. Бондаренко О.О. Економіка праці й соціально-трудова відносини: навч. посібник / О.О. Бондаренко. – К.: КНУТД, 2013. – 395 с.
45. Боярко І.М. Інвестиційний аналіз: навч. посібник / І.М. Боярко, Л.Л. Гриценко. – К.: ЦУЛ, 2011. – 400 с.
46. Бруханський Р.Ф. Бухгалтерський облік: підручник / Р.Ф. Бруханський. – Тернопіль: ТНЕУ, 2016. – 480 с.
47. Бурик А.Ф. Планування діяльності підприємства: навч. посібник / А.Ф. Бурик, О.М. Світовий, О.Г. Мачушенко; за ред. Бурика А.Ф. – Умань: Соцінський, 2012. – 210 с.
48. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник; за ред. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 608 с.
49. Васильков В.Г. Організація і управління процесами виробництва: навч. посібник / В.Г. Васильков, Н.В. Василькова. – К.: КНЕУ, 2011. – 503 с.
50. Васильців Т.Г. Бізнес-планування: навч. посібник / Т.Г. Васильців, Я.Д. Качмарик, В.І. Блонська, Р.Л. Лупак. – К.: Знання, 2013. – 173 с.
51. Васильців Т.Г. Економіка малого підприємства: навч. посібник / Т.Г. Васильців, О.І. Іляш, Н.Г. Міценко; за ред. д-ра екон. наук Т.Г. Васильціва. – К.: Знання, 2013. – 446 с.
52. Воронкова В.Г. Основи підприємництва: теорія та практикум: навч. посібник / В.Г. Воронкова. – К.: Ліра-К, 2014. – 455 с.

53. Войнаренко М.П. Податковий облік і аудит: підручник / М.П. Войнаренко, Г.В. Пухальська. – К.: ВЦ Академія, 2009. – 367 с.
54. Гармідер Л.Д. Економіка праці і соціально-трудові відносини: навч. посібник / Л.Д. Гармідер, С.О. Філатова. – Дніпропетровськ: ДУЕП, 2013. – 640 с.
55. Гетьман О.О. Економіка підприємства: навч. посібник / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. – 2-ге вид. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
56. Гиль О.О. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств: навч. посібник / О.О. Гиль. – К.: Ліра-К, 2015. – 248 с.
57. Гой І.В. Підприємництво: навч. посібник / І.В. Гой. – К.: ЦУЛ, 2013. – 368 с.
58. Горлачук В.В. Економіка підприємства: навч. посібник / В.В. Горлачук, І.Г. Яненко. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – 344 с.
59. Грибик І.І. Економіка та управління підприємством: теорія і практика: навч. посібник / І.І. Грибик. – К.: Ліра-К, 2014. – 428 с.
60. Гримак А.В. Економіка підприємства: навч. посібник / А.В. Гримак, Н.Я. Михаліцька, Х.І. Цвайг, М.Ю. Лалакулич. – Львів: Новий Світ – 2000, 2012. – 439 с.
61. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навч. посібник / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погріщук. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 304 с.
62. Грицюк Е.О. Економіка підприємства: навч. посібник / Е.О. Грицюк. – К.: Дакор, 2009. – 304 с.
63. Гонтарева І.В. Управління проектами: підручник / І.В. Гонтарева. – Х.: ХНЕУ, 2011. – 444 с.
64. Гуторова О.О. Адміністративний менеджмент: навч. посібник / О.О. Гуторова, О.М. Стасенко. – Х.: ХНАУ, 2014. – 383 с.
65. Давидюк Т.В. Бухгалтерський облік: навч. посібник / Т.В. Давидюк, О.В. Манойленко, Т.І. Ломаченко, А.В. Резніченко. – Х.: Видавничий дім «Гельветика», 2016. – 392 с.

66. Дикань В.Л. Економічна безпека підприємства: навч. посібник / В.Л. Дикань, І.В. Воловельська, О.В. Маковоз. – Х.: УкрДАЗТ, 2011. – 266 с.
67. Дикань В.Л. Організація виробництва: підручник / В.Л. Дикань, В.О. Маслова. – Х.: УкрДАЗТ, 2013. – 422 с.
68. Дідківська Л.І. Державне регулювання економіки: навч. посібник / Л.І. Дідківська. – К.: Патерик, 2014. – 119 с.
69. Дмитрієв І.А. Економіка підприємства: навч. посібник / І.А. Дмитрієв, І.Ю. Шевченко. – Х.: ФОП Бровін О.В., 2018. – 292 с.
70. Дмитрієв І.А. Транспортне підприємництво: навч. посібник / І.А. Дмитрієв, Я.С. Левченко – Х.: Вид-во ФОП Бровін О.В., 2018. – 308 с.
71. Доберчак Н.І. Економіка виробництва: навч. посібник / Н.І. Доберчак. – К.: Ліра-К, 2015. – 258 с.
72. Захарченко В.І. Економіка підприємства: навч. посібник / В.І. Захарченко. – К.: Ліра-К, 2014. – 300 с.
73. Захарчин Г.М. Основи підприємництва: навч. посібник / Г.М. Зазарчин. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Ліра-К, 2013. – 407 с.
74. Економіка підприємства: навч. посібник / За заг. ред. М.В. Афанасьєва. – К.: Ліра-К, 2013. – 112 с.
75. Економіка підприємства: формування компетентностей на основі тренінгів: навч. посібник / За заг. ред. М.В. Афанасьєва. – К.: Ліра-К, 2013. – 360 с.
76. Економіка підприємства: навч. посібник / Уклад.: Балацький Є.О., Дутченко О.М., Шамота Г.М. та ін. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2014. – 154 с.
77. Економіка підприємства: навч. посібник / Герасимчук З.В., Науменко С.В., Ткачик В.І., Вахович І.М., Ковальська Л.Л., Кривов'язюк І.В., Камінська І.М., Хвищун Н.В. – Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2010. – 630 с.
78. Економіка підприємства: теорія і практикум: навч. посібник / Дорошенко Г.О., Семенець А.О., Пасенко Н.С. та ін. – К.: Ліра-К, 2013. – 328 с.
79. Економіка підприємства: підручник / За заг. ред. Л.Г. Мельника. – Суми: Університетська книга, 2012. – 864 с.

80. Економіка підприємства: навч. посібник / Уклад.: Мішенін Є.О., Балацький Є.О., Дутченко О.М., Шамота Г.М., Гузь М.М., Дутченко О.О. – Х.: «Диса Плюс», – 2015. – 336 с.

81. Економіка підприємства: компетентність і ефективність розвитку: навч. посібник / За заг. ред. В.С. Пономаренка. – К.: Ліра-К, 2013. – 152 с.

82. Економіка підприємства: навч.-метод. посібник для самостійного вивчення дисципліни / Г.О. Швиданенко, Н.П. Гончарова, О.Г. Мендрул; за заг. ред. Г.О. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 2012. – 364 с.

83. Економіка підприємства: навч. посібник / за заг. ред. Л.С. Шевченко. – Х.: Нац. ун-т «Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого», 2011. – 208 с.

84. Економіка підприємства: навч. посібник / Шелегеда Б.Г., Берсуцький А.Я., Касьянова Н.В., Кравцова Л.В., Солоха Д.В. та ін.; за ред. Б.Г. Шелегеди. – Донецьк: ДонУЕП, 2010. – 685 с.

85. Єгорова І.Г. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств: навч. посібник / І.Г. Єгорова. – К.: Ліра-К, 2014. – 336 с.

86. Єсінова Н.І. Економіка праці та соціально-трудові відносини: навч.-метод. посібник / Н.І. Єсінова. – Х.: ХДУХТ, 2017. – 189 с.

87. Іванілов О.С. Економіка підприємств автомобільного транспорту: підручник / О.С. Іванілов, І.А. Дмитрієв, І.Ю. Шевченко. – Х.: Стиль-Издат, 2017. – 632 с.

88. Іванілов О.С. Економіка підприємства: підручник / О.С. Іванілов. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.

89. Іванчук О.В. Економічний аналіз: навч. посібник / О.В. Іванчук, Л.Я. Тринька. – К.: Алерта, 2013. – 568 с.

90. Кизим М.О. Державне регулювання економіки: проблеми та перспективи / М.О. Кизим, Ю.Б. Іванов, В.А. Зінченко. – К.: Ліра-К, 2014. – 288 с.

91. Кібік О.М. Теорія бізнесу: навч. посібник / О.М. Кібік, К.В. Белоус. – К.: Алерта, 2012. – 256 с.

92. Ковтун О.І. Державне регулювання економіки: навч. посібник / О. І. Ковтун. – К.: Ліра-К, 2014. – 432 с.

93. Колот В.М. Підприємництво: організація, ефективність, бізнес-культура: навч. посібник / В.М. Колот, І.М. Репіна, О.В. Щербина. – К.: КНЕУ, 2009. – 444 с.

94. Кривицька О.Р. Економіка підприємства: навч. посібник / О.Р. Кривицька. – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2013. – 296 с.

95. Кривов'язюк І.В. Підприємство в умовах ринку: навч. посібник / І.В. Кривов'язюк. – К.: Кондор, 2009. – 840 с.

96. Крикавський Є.В. Економіка і фінанси підприємств: навч. посібник / Є.В. Крикавський, З.С. Люльчак. – К.: Ліра-К, 2013. – 696 с.

97. Кулішов В.В. Економіка підприємства: теорія і практикум: навч. посібник / В.В. Кулішов. – К.: Ліра-К, 2014. – 208 с.

98. Кулішов В.В. Економічний довідник підприємця: навч. посібник / В.В. Кулішов. – К.: Ліра-К, 2013. – 162 с.

99. Курс лекцій з дисципліни «Бізнес-планування» для студентів денної форми навчання ОКР «Бакалавр» за напрямом підготовки 6.051702 «Технологічна експертиза та безпека харчової продукції» / Укладач Кудлак В.Я. – Тернопіль: ТНТУ, 2017. – 57 с.

100. Лапіна І.С. Фінансовий менеджмент: навч. посібник / І.С. Лапіна, О.М. Гончаренко та ін.; за заг. ред. І.С. Лапіної – Одеса: Атлант, 2016. – 313 с.

101. Лисак В.Ю. Державне регулювання економіки: навч.-метод. посібник / В.Ю. Лисак. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин Я.І., 2015. – 132 с.

102. Лойко В.В. Економіка підприємства: навч. посібник / В.В. Лойко, Т.П. Макаровська. – К.: КНУТД, 2015. – 268 с.

103. Мельников А.М. Основи організації бізнесу: навч. посібник / А.М. Мельников. – К.: Ліра-К, 2013. – 200 с.

104. Микитюк П.П. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посібник / П.П. Микитюк, Ж.Л. Крисько, О.Ф. Овсянюк-Бердадіна, С.М. Скочиляс. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.

105. Михайлова Л.І. Інноваційний менеджмент: навч. посібник / Л.І. Михайлова, О.І. Гуторов, С.Г. Турчіна, І.О. Шарко. – вид. 2-ге, доп. – К.: Центр учбової літератури, 2015. – 234 с.

106. Міценко Н.Г. Економіка підприємства: теорія і практикум: навч. посібник / Н.Г. Міценко. – К.: Ліра-К, 2014. – 688 с.
107. Никифорова В.Г. Управління персоналом: навч. посібник / В.Г. Никифорова. – 2-ге видання, виправлене та доповнене. – Одеса: Атлант, 2013. – 275 с.
108. Організація виробництва: навч. посібник / Г.Є. Мазнєв, С.М. Калініченко, І.С. Щербакова, О.В. Грідін; за ред. Г.Є. Мазнєва. – вид. 2-ге випр. і доп. – Х.: Вид-во «Майдан», 2013. – 604 с.
109. Падерін І.Д. Бізнес-планування: навч. посібник / І.Д. Падерін. – Дніпропетровськ: Свідлер А.Л., 2012. – 137 с.
110. Петрович Й.М. Економіка і фінанси підприємства: навч. посібник / Й.М. Петрович, Л.М. Прокопишин-Рашкевич. – Львів: Магнолія 2006, 2014. – 408 с.
111. Петрович Й.М. Створення і функціонування суб'єктів підприємництва: навч. посібник / Й.М. Петрович. – К.: Ліра-К, 2015. – 256 с.
112. Пеліхов Є.Ф. Економіка сучасного підприємства: навч.-метод. і практ. посібник / Є.Ф. Пеліхов, О.А. Іванова, О.М. Сумець. – К.: Хай-Тек Прес, 2009. – 344 с.
113. Підприємництво й бізнес-культура: навч. посібник / За заг. ред. М.П. Денисенко. – Черкаси: Маклаут, 2013. – 150 с.
114. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність: підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. І.М. Сотник, д.е.н., проф. Л.М. Таранюка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. – 572 с.
115. Посилкіна О.В. Управління персоналом: навч. посібник / О.В. Посилкіна, Ю.С. Братішко, Г.В. Кубасова. – Х.: НФаУ, 2015. – 517 с.
116. Примак Т.О. Економіка підприємства: навч. посібник / Т.О. Примак. – К.: Вікар, 2001. – 178 с.
117. Пушкар М.С. Фінансовий облік: підручник / М.С. Пушкар. – Тернопіль: Картбланш, 2002. – 628 с.
118. Рижикова Н.І. Управління витратами: навч. посібник / Н.І. Рижикова, О.В. Накісько. – Х.: ХНТУСГ, 2013. – 198 с.

- 119.Скибінська З.М. Економіка та організація виробництва: навч. посібник / З.М. Скибінська, Т.Т. Гринів. – К.: Знання, 2012. – 299 с.
- 120.Сопко В. Бухгалтерський облік: навч. посібник / В. Сопко. – 3-тє вид. – К.: КНЕУ, 2000. – 578 с.
- 121.Суліма Н.М. Економіка і фінанси підприємства: підручник / Н.М. Суліма, Л.М. Степасюк, О.В. Величко. – К.: «ЦП «КОМПРИНТ»», 2015. – 466 с.
- 122.Сумцов В.Г. Економіка праці та соціально-трудоі відносини: навч. посібник / В.Г. Сумцов, І.Г. Филиппова, Г.С. Балахнін. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2013. – 512 с.
- 123.Тарангул Л.Л. Оподаткування та регіональний розвиток (теорія і практика): монографія / Л.Л. Тарангул. – Ірпінь: Академія ДПС України, 2003. – 286 с.
- 124.Таранюк Л.М. Потенціал і розвиток підприємства: навч. посібник / Л.М. Таранюк. – Суми: Видавничо-виробниче підприємство «Мрія-1», 2016. – 278 с.
- 125.Тищенко О.М. Стратегічне управління: навч. посібник / О.М. Тищенко, В.О. Могилко, І.А. Дмитрієв, Р.В. Сагайдак-Нікітюк, І.Ю. Шевченко, О.А. Ященко. – Х.: ХНАДУ, 2016. – 252 с.
- 126.Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік: навч. посібник / Н.М. Ткаченко. – К.: А.С.К., 2000. – 784 с.
- 127.Управління персоналом: навч. посібник / А.О. Азарова, О.О. Мороз, О.Й. Лесько, І.В. Романець. – Вінниця: ВНТУ, 2014. – 283 с.
- 128.Фінанси: підручник / За ред. С.І. Юрія, В.М. Федосова. – 2-ге вид. перероб. і доповн. – К.: Знання, 2012. – 687 с.
- 129.Фінансова грамотність: підручник / О.І. Білик, О.Д. Вовчак, Т.Д. Гірченко та ін.; за заг. ред. Т.С. Смовженко. – К.: УБС НБУ, 2012. – 322 с.
- 130.Фінансовий аналіз: навч. посібник / За ред. Косової Т.Д., Сіменко І.В. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 440 с.
- 131.Фролова Л.В. Тренінг з економіки підприємства: навч-метод. посібник / Л.В. Фролова, О.С. Кравченко. – К.: Ліра-К, 2013. – 154 с.

132. Чабанова Н.В. Бухгалтерський фінансовий облік: навч. посібник / Н.В. Чабанова, Ю.А. Василенко. – К.: Академія, 2000. – 476 с.

133. Чевганова В.Я. Проектний аналіз: навч. посібник / В.Я. Чевганова, В.В. Биба, А.С. Скрильник. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 258 с.

134. Шарко М.В. Економіка підприємства: навч. посібник / М.В. Шарко, Н.В. Мешкова-Кравченко, О.М. Радкевич. – Херсон: Олді-плюс, 2014. – 436 с.

135. Шваб Л.І. Економіка підприємства: навч. посібник / Л.І. Шваб. – К.: Каравела, 2011. – 416 с.

136. Швець Л.П. Проектний аналіз: навч. посібник / Л.П. Швець, О.В. Пиляпяк, Н.І. Доберчак. – Львів: Новий світ – 2000, 2011. – 646 с.

137. Швиданенко Г.О. Економічна безпека бізнесу: навч. посібник / Г.О. Швиданенко, В.М. Кузьомко, Н.І. Норіцина. – К.: КНЕУ, 2011. – 511 с.

138. Швиданенко Г.О. Оптимізація бізнес-процесів: навч. посібник / Г.О. Швиданенко, Л.М. Приходько. – К.: КНЕУ, 2012. – 487 с.

139. Шкільняк М.М. Корпоративне управління: навч. посібник / М.М. Шкільняк. – Тернопіль: Видавництво «Крок», 2014. – 294 с.

140. Янковець Т.М. Економіка і планування: навч. посібник / Т.М. Янковець. – К.: КНУТД, 2015. – 244 с.

141. Яркіна Н.М. Економіка підприємства: навч. посібник / Н.М. Яркіна – К.: Ліра-К, 2015. – 498 с.

142. Ярошевич Н.Б. Підприємництво і менеджмент: навч. посібник / Н.Б. Ярошевич. – К.: Ліра-К, 2014. – 408 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Заява про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Міністерства юстиції України 18.11.2016 № 3268/5

Форма 10	ЗАЯВА про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем (заповнюється машинодруком або від руки друкованими літерами, друкується з одного або двох боків аркуша, у разі відсутності відомостей відповідні сторінки заяви не заповнюються і не подаються)		
Відомості про фізичну особу – підприємця			
Прізвище			
Ім'я			
По батькові			
Дата народження			
Реєстраційний номер облікової картки платника податків			
Паспортні дані*:		серія	номер
Країна громадянства			
Місце проживання/місцезнаходження фізичної особи – підприємця:			
Область		Автономна Республіка Крим	
Район області/Автономної Республіки Крим			
Місто			
Селище міського типу			
Селище			
Село			
Район міста			
Вулиця (інший тип елемента вулично-дорожньої мережі) – зазначається разом з назвою			
Будинок			
Корпус			
Тип приміщення**			
№			
Види економічної діяльності фізичної особи – підприємця (вид економічної діяльності, який записаний першим, вважається основним)			
№ з/п	Код виду економічної діяльності	№ з/п	Код виду економічної діяльності
*Зазначаються тільки для осіб, які через свої релігійні або інші переконання відмовилися від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та мають відмітку в паспорті.			
**Зазначається тип приміщення – квартира, кімната, кабінет або офіс тощо.			
☐ Видати виписку з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань в паперовій формі (за бажанням заявника):			
Спосіб отримання:			
☐ видати особисто заявнику			
☐ надіслати поштовим відправленням:			
☐ на адресу, що співпадає з місцезнаходженням			
☐ на іншу поштову адресу			
Поштова адреса:			
Усього подано сторінок:			
☐ фізична особа, яка має намір стати підприємцем			
☐ уповноважена особа (за довіреністю чи іншим документом, що підтверджує її повноваження)			
(прізвище, ініціали)		(підпис)	(дата)

Прізвище			
Ім'я, по батькові			
Дата народження			
Регістраційний номер облікової картки платника податків			
Паспортні дані**:		серія	номер
Наявність обмежень щодо представництва від імені фізичної особи - підприємця			

Прізвище									
Ім'я, по батькові									
Дата народження									
				/			/		
Реєстраційний номер облікової картки платника податків									
Паспортні дані**:									
серія							номер		
Наявність обмежень щодо представництва від імені фізичної особи - підприємця									

Телефон 1															Телефон 2														
+	3	8													+	3	8												
Факс															Адреса сторінки в мережі Інтернет														
+	3	8																											
Адреса електронної пошти																													
Інші відомості																													

*Зазначаються тільки для осіб, які через свої релігійні або інші переконання відмовилися від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та мають відмітку в паспорті.

(дата)

Додаток Б
Рішення засновника про створення приватного підприємства

РІШЕННЯ № _____
ЗАСНОВНИКА
ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА
«НАЗВА ПІДПРИЄМСТВА»

«___» _____ року

м. _____

Присутній Засновник:

Громадянин України – *Прізвище Ім'я По батькові*, паспорт серії ____ № _____, виданий _____, що зареєстрований та проживає за адресою: _____; реєстраційний номер облікової картки платника податків _____.

Вирішив:

- Заснувати **ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО** «НАЗВА ПІДПРИЄМСТВА» за адресою: _____.
- Наділити ПІДПРИЄМСТВО статутним капіталом у розмірі _____ гривень _____ копійок. Статутний капітал ПІДПРИЄМСТВА формується наступним чином:

Прізвище, ім'я та по батькові Засновника	Вартісне вираження внеску, грн.	Частка у статутному капіталі ПІДПРИЄМСТВА, %
Громадянин України – <i>Прізвище Ім'я По батькові</i> , паспорт серії ____ № _____, виданий _____, що зареєстрований та проживає за адресою: _____; реєстраційний номер облікової картки платника податків _____.	XXX	100
Всього	XXX	100

- Затвердити Статут ПІДПРИЄМСТВА в редакції, що додається.
- Обов'язки директора ПІДПРИЄМСТВА покладаю на себе.
- Відповідальність за проведення державної реєстрації ПІДПРИЄМСТВА в установленому законом порядку покладаю на себе та уповноважених представників по довіреності.

Підпис засновника:

Громадянин України – *Прізвище Ім'я По батькові*, паспорт серії _____
№ _____, виданий _____,
що зареєстрований та проживає за
адресою: _____;
реєстраційний номер облікової картки
платника податків _____.

(підпис)

Додаток В
Установчий договір про створення товариства
з обмеженою відповідальністю

УСТАНОВЧИЙ ДОГОВІР
про створення товариства з обмеженою відповідальністю

м. _____ «__» _____ р.

Засновниками товариства з обмеженою відповідальністю виступають:

- 1) орган приватизації - _____,
(назва органу приватизації)
в особі _____;
(посада, прізвище, ім'я та по батькові)
- 2) юридична особа - _____,
(повна назва юридичної особи)
в особі _____;
(посада, прізвище, ім'я та по батькові)
- 3) фізична особа - _____,
(прізвище, ім'я та по батькові)

Сторони уклали договір про перетворення

_____ (повна назва підприємства)

в товариство з обмеженою відповідальністю

_____ (найменування товариства)

(надалі - Товариство), що знаходиться за адресою:

1. Товариство з моменту державної реєстрації є юридичною особою, має самостійний баланс, розрахунковий та інші рахунки в банківських установах, печатку, штампи, товарний знак та інші реквізити.
2. Товариство створюється з метою задоволення потреб в його послугах (роботах, товарах) та реалізації на основі отриманого прибутку інтересів учасників Товариства, а також економічних та соціальних інтересів трудового колективу.
3. Товариство може створювати на території України, а також за її межами дочірні підприємства, філії та представництва. Філії та представництва Товариства діють на підставі положень про них, затверджених Товариством, а дочірні підприємства - на підставі затверджених Товариством статутів.
4. Товариство може бути учасником спільних підприємств, акціонерних товариств, концернів, консорціумів, асоціацій та інших добровільних об'єднань.
5. Учасники Товариства несуть відповідальність у межах їх вкладів. Товариство не відповідає за зобов'язаннями держави, держава не відповідає за зобов'язаннями Товариства. Товариство відповідає за своїми зобов'язаннями всім своїм майном, на яке відповідно до законодавства може бути звернено стягнення.
6. Предметом діяльності Товариства є: _____.
7. У випадках, передбачених чинним законодавством, Товариство одержує ліцензії на здійснення окремих видів діяльності.
8. Товариство має право без обмежень приймати рішення щодо своєї діяльності.
9. Товариство може від свого імені укладати угоди, набувати майнових та особистих немайнових прав, виступати в суді, арбітражному суді та третейському суді.

10. Товариство у своїй діяльності керується чинним законодавством, цим Договором, статутом, а також внутрішніми локальними нормативними актами.

11. Товариство здійснює свою зовнішньоекономічну діяльність відповідно до чинного законодавства України.

12. Права та обов'язки учасників Товариства визначаються його статутом.

13. Товариство є власником: майна, переданого йому учасниками, одержаних доходів, а також іншого майна, набутого на підставах, не заборонених законом.

14. Для забезпечення діяльності Товариства за рахунок внесків його учасників створюється статутний фонд у розмірі

_____ (сума літерами) _____ (сума цифрами) грн.

Частка в статутному фонді:

органу приватизації	_____ грн.	_____ %;
юридичної особи	_____ грн.,	_____ %;
фізичної особи	_____ грн.,	_____ %.

15. До державної реєстрації Товариства учасники в строк _____ з моменту підписання Договору вносять до статутного фонду 100 % свого вкладу. У разі невиконання цього зобов'язання у визначений термін учасник сплачує за час прострочення _____ % річних з недовнесеної суми.

16. У Товаристві створюється резервний фонд у розмірі 25 % статутного фонду за рахунок щорічних відрахувань - 5 % від чистого прибутку Товариства. Кошти фонду знаходяться в повному розпорядженні Товариства. Можливі збитки Товариства покриваються за рахунок резервного фонду. Якщо коштів резервного фонду недостатньо, учасники приймають рішення про додаткові джерела фінансування.

17. Органи управління Товариством, їх компетенція визначаються статутом Товариства.

18. Контроль за фінансовою і господарською діяльністю Товариства здійснюється ревізійною комісією. Порядок створення, кількісний склад та сфера діяльності ревізійної комісії визначаються статутом Товариства.

19. У разі ліквідації Товариства кожному з учасників виплачується вартість частини майна Товариства, пропорційна його частці у статутному фонді Товариства.

20. Договір набирає чинності з моменту його підписання учасниками.

21. Цей Договір складено в _____ примірниках, один з яких знаходиться у справах _____ нотаріальної контори, а інші - в учасників.

22. Додаткові умови Договору _____

23. Учасники:

1) орган приватизації - _____,
(назва органу приватизації)

в особі _____;
(посада, прізвище, ім'я та по батькові)

2) юридична особа - _____,
(повна назва юридичної особи)

в особі _____;
(посада, прізвище, ім'я та по батькові)

3) фізична особа - _____,
паспорт серія _____ № _____, виданий _____.

Підписи учасників:

М П.

Додаток Г

Заява про державну реєстрацію створення юридичної особи

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ Міністерства юстиції України 18.11.2016 № 3268/5

Форма 1

ЗАЯВА
про державну реєстрацію створення юридичної особи

(заповнюється машинодруком або від руки друкованими літерами, друкуються з одного або двох боків аркуша, у разі відсутності відомостей відповідні сторінки заяви не заповнюються і не подаються)

Відомості про юридичну особу

Повне найменування юридичної особи

Організаційно-правова форма юридичної особи

Назва юридичної особи

Скорочене найменування юридичної особи (за наявності)

Найменування юридичної особи англійською мовою (за наявності)*

Скорочене найменування юридичної особи англійською мовою (за наявності)*

Вид громадського формування

Дані про статус**

Мета діяльності**

* Для громадських об'єднань англійською мовою викладається тільки власна назва.

** Зазначається тільки для громадських формувань.

Видати виписку з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань в паперовій формі (за бажанням заявника):

Спосіб отримання:

видати особисто заявнику

надіслати поштовим відправленням:

на адресу, що співпадає з місцезнаходженням

на іншу поштову адресу

Поштова адреса:

Усього подано сторінок:

засновник (засновники) або керівник державного органу, органу місцевого самоврядування

уповноважена особа (за довіреністю чи іншим документом, що підтверджує її повноваження)

(прізвище, ініціали)

(підпис)

(дата)

Місцезнаходження юридичної особи		Поштовий індекс
Область	Автономна Республіка Крим	
Район області/Автономної Республіки Крим		
Місто	Селище міського типу	Селище Село
Район міста		
Вулиця (інший тип елемента вулично-дорожньої мережі) – зазначається разом з назвою		
Будинок	Корпус	Тип приміщення* №
Вид установчого документа		
Розмір статутного (складеного) капіталу (пайового фонду) (грн)		
Відомості про органи управління юридичної особи (назва відповідно до установчих документів)		
Вищий		
Виконавчий		
Інший**		
Відомості про те, що юридична особа є:		
<input style="width: 30px;" type="checkbox"/>	Підрозділом громадського формування, що має статус юридичної особи (місцевий осередок творчої спілки, організація профспілки)	
Вид установчого документа, на підставі якого діє громадське формування***		
Ідентифікаційний код юридичної особи (творчої спілки, профспілки)		
Найменування юридичної особи (творчої спілки, профспілки)		
Структурним утворенням політичної партії зі статусом юридичної особи		
Ідентифікаційний код юридичної особи (політичної партії)		
Найменування юридичної особи (політичної партії)		
Вид структурного утворення політичної партії		
Територія, в межах якої діє структурне утворення політичної партії		
Дата прийняття рішення про створення структурного утворення керівним органом політичної партії		
Номер рішення про створення структурного утворення керівним органом політичної партії		
*Значається тип приміщення – квартира, кімната, кабінет або офіс тощо. **Заповнюється, якщо є інший орган юридичної особи, передбачений установчими документами цієї юридичної особи. ***Заповнюється у разі створення юридичної особи на підставі установчого документа іншого громадського формування.		
_____ (прізвище, ініціали)	_____ (підпис)	_____ (дата)

Відомості про керівника юридичної особи																																																																																																			
Прізвище																																																																																																			
Ім'я, по батькові																																																																																																			
Дата народження																																																																																																			
Реєстраційний номер облікової картки платника податків																																																																																																			
Паспортні дані*: серія номер																																																																																																			
Наявність обмежень щодо представництва від імені юридичної особи																																																																																																			
Відомості про фізичних осіб – платників податків, які мають право вчиняти дії від імені юридичної особи без довіреності, у тому числі підписувати договори тощо**																																																																																																			
Прізвище																																																																																																			
Ім'я, по батькові																																																																																																			
Дата народження																																																																																																			
Реєстраційний номер облікової картки платника податків																																																																																																			
Паспортні дані*: серія номер																																																																																																			
Наявність обмежень щодо представництва від імені юридичної особи																																																																																																			
Відомості про фізичних осіб – платників податків, які мають право подавати документи для державної реєстрації**																																																																																																			
Прізвище																																																																																																			
Ім'я, по батькові																																																																																																			
Дата народження																																																																																																			
Реєстраційний номер облікової картки платника податків																																																																																																			
Паспортні дані*: серія номер																																																																																																			
Наявність обмежень щодо представництва від імені юридичної особи																																																																																																			
Відомості про членів керівних органів громадського формування***																																																																																																			
Прізвище																																																																																																			
Ім'я, по батькові																																																																																																			
Дата народження																																																																																																			
Посада																																																																																																			
Телефон																																																																																																			
Адреса електронної пошти																																																																																																			
*Зазначаються тільки для осіб, які через свої релігійні або інші переконання відмовилися від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та мають відмітку в паспорті. **Зазначаються за бажанням юридичної особи. Якщо таких осіб більше одного, заповнюється відповідна кількість аркушів заяви. ***Якщо членів керівних органів більше, заповнюється відповідна кількість аркушів заяви.																																																																																																			
_____ _____ _____ (прізвище, ініціали) (підпис) (дата)																																																																																																			

Відомості про кінцевих бенефіціарних власників (контролерів)*

Кінцевий бенефіціарний власник (контролер) у юридичної особи відсутній

Причина його відсутності

Кінцевий бенефіціарний власник (контролер) засновника юридичної особи, якщо засновник – юридична особа, відсутній

Ідентифікаційний код засновника юридичної особи (для резидента)

Повне найменування засновника юридичної особи (для нерезидента)

Причина його відсутності

Кінцевий бенефіціарний власник (контролер) засновника юридичної особи, якщо засновник – юридична особа:

Ідентифікаційний код засновника юридичної особи (для резидента)

Повне найменування засновника юридичної особи (для нерезидента)

Кінцевий бенефіціарний власник (контролер) юридичної особи

Прізвище, ім'я, по батькові (за наявності)**

Дата народження

Реєстраційний номер облікової картки платника податків (за наявності)

Паспортні дані:

серія

номер

Країна громадянства

Місце проживання:

Україна

Область

Автономна Республіка Крим

Район області/Автономної Республіки Крим

Місто

Селище міського типу

Селище

Село

Район міста

Вулиця (інший тип елемента вулично-дорожньої мережі) – зазначається разом з назвою

Будинок

Корпус

Тип приміщення***

№

Інша країна

*Не заповнюються щодо громадських формувань, адвокатських об’єднань, торгово-промислових палат, об’єднань співвласників багатоквартирних будинків, релігійних організацій, державних органів, органів місцевого самоврядування, їх асоціацій, державних та комунальних підприємств, установ, організацій; у разі якщо засновниками юридичної особи є виключно фізичні особи, які є бенефіціарними власниками (контролерами) юридичної особи.

**Якщо кінцевих бенефіціарних власників (контролерів) більше одного, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки заяви.

***Зазначається тип приміщення – квартира, кімната, кабінет або офіс тощо.

(прізвище, ініціали)

(підпис)

(дата)

Відомості про юридичну особу (юридичних осіб), правонаступником якої (яких) є юридична особа, утворена:*											
	в результаті злиття юридичних осіб в результаті виділу юридичної особи					в результаті поділу юридичної особи в результаті перетворення юридичної особи					
Ідентифікаційний код юридичної особи											
Повне найменування юридичної особи Організаційно-правова форма юридичної особи											
Назва юридичної особи											
Відомості про незакриті відокремлені підрозділи юридичної особи, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань, в частині належності до юридичної особи – правонаступника**											
Ідентифікаційний код юридичної особи – правонаступником якої є юридична особа											
Ідентифікаційний код відокремленого підрозділу											
	Повне найменування відокремленого підрозділу юридичної особи не змінюється					Повне найменування відокремленого підрозділу юридичної особи змінюється					
Повне найменування відокремленого підрозділу юридичної особи, яке міститься в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань					Повне найменування відокремленого підрозділу юридичної особи з урахуванням змін						
Відомості щодо державних органів, органів місцевого самоврядування як юридичних осіб											
Назва розпорядчого акта, на підставі якого створено державний орган, орган місцевого самоврядування											
Номер						Дата (дд.мм.рррр)					
Центральний чи місцевий орган виконавчої влади, до сфери управління якого належить юридична особа публічного права або який здійснює функції з управління корпоративними правами держави у відповідній юридичній особі											
Ідентифікаційний код											
Найменування органу											
Інформація для здійснення зв'язку з юридичною особою											
Телефон 1					Телефон 2						
Факс					Адреса сторінки в мережі Інтернет						
Адреса електронної пошти					Інші відомості						
* Якщо таких осіб більше, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки заяви. ** Якщо незакритих відокремлених підрозділів більше, заповнюється відповідна кількість аркушів заяви.											
(прізвище, ініціали)			(підпис)			(дата)					

Додаток Д

Модельний статут товариства з обмеженою відповідальністю

МОДЕЛЬНИЙ СТАТУТ **товариства з обмеженою відповідальністю**

Загальні положення

1. Товариство з обмеженою відповідальністю (далі – Товариство) утворено відповідно до Цивільного та Господарського кодексів України, Закону України «Про господарські товариства» та діє на підставі цього модельного статуту (далі – Статут).

2. Товариство у своїй діяльності керується Конституцією і законами України, актами Президента України, Кабінету Міністрів України, іншими актами законодавства та цим Статутом.

3. Вид Товариства, його найменування, місцезнаходження, мета і предмет діяльності, склад учасників, розмір статутного капіталу, розмір часток кожного з учасників, порядок внесення ними вкладів зазначаються у рішенні про утворення Товариства.

Юридичний статус Товариства

4. Товариство є юридичною особою. Товариство набуває права юридичної особи з дня його державної реєстрації.

5. Товариство:

має самостійний баланс, рахунки в банках, може мати печатку із своїм найменуванням, ідентифікаційним кодом, штампи, бланки, фірмовий знак, а також знак для товарів і послуг та інші реквізити;

діє на принципах повної господарської самостійності і самоокупності, несе відповідальність за результати своєї господарської діяльності та виконання зобов'язань;

може набувати майнові та особисті немайнові права, нести обов'язки, вчиняти правочини відповідно до законодавства та цього Статуту, бути позивачем в суді, у тому числі у відповідних юрисдикційних органах інших держав;

має право випускати (емітувати) в установленому законодавством порядку цінні папери;

самостійно планує свою господарську діяльність і провадить таку діяльність на підставі договорів;

реалізує власну продукцію (роботи, послуги).

6. Товариство має право утворювати в установленому законодавством порядку філії, представництва, інші відокремлені структурні підрозділи, бути засновником юридичних осіб (у тому числі дочірніх підприємств) як на території України, так і за її межами.

7. Товариство разом з іншими суб'єктами господарювання може утворювати спілки, асоціації та інші об'єднання, залучати до роботи вітчизняних та іноземних спеціалістів, утворювати тимчасові робочі групи для виконання своїх статутних завдань.

8. Товариство самостійно згідно із законодавством:

визначає форми, розміри та види оплати праці;

установлює технічно обґрунтовані норми праці;

надає своїм працівникам додаткові відпустки;

визначає трудовий розпорядок.

Умови праці іноземних громадян та її оплати визначаються відповідно до законодавства окремими трудовими договорами.

9. Товариство відповідає за своїми зобов'язаннями всім майном, на яке відповідно до закону може бути звернено стягнення на вимогу кредиторів.

Товариство не несе відповідальності за зобов'язаннями його учасників.

Учасники Товариства не відповідають за зобов'язаннями Товариства і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю Товариства, у межах вартості своїх вкладів. На учасників Товариства, які внесли вклади не в повному обсязі, покладається солідарна відповідальність за зобов'язаннями Товариства в межах вартості невнесеної частини вкладу кожного з таких учасників.

Товариство не відповідає за зобов'язаннями утворених ним юридичних осіб.

Учасники Товариства

10. Учасники Товариства мають право:

- 1) брати участь в управлінні Товариством;
- 2) отримувати відповідно до законодавства частку прибутку пропорційно своїй частці у статутному капіталі Товариства;
- 3) брати участь у діяльності Товариства на підставі трудового договору (контракту) або договору цивільно-правового характеру;
- 4) придбавати у пріоритетному порядку продукцію, роботи та послуги, що виробляються Товариством;
- 5) одержувати інформацію про діяльність Товариства, стан його майна, розміри прибутку та збитків;
- 6) обирати та бути обраними до органів Товариства.

Учасники Товариства мають інші права, передбачені законодавством та цим Статутом.

11. Учасник Товариства має право вийти з нього, повідомивши про свій вихід не пізніше ніж за три місяці.

Учасник, який виходить із Товариства, має право на виплату суми, що дорівнює вартості частини майна, пропорційній його частці у статутному капіталі Товариства. За домовленістю між учасником Товариства та Товариством виплата зазначеної суми може бути замінена на передачу майна в натурі. Якщо вклад до статутного капіталу здійснено шляхом передачі права на користування майном, відповідне майно повертається учасникові Товариства без виплати винагороди.

12. Учасники Товариства зобов'язані:

- 1) дотримуватися вимог установчих та інших внутрішніх документів Товариства;
- 2) виконувати рішення загальних зборів учасників Товариства (далі – загальні збори) та інших органів Товариства;
- 3) виконувати свої зобов'язання перед Товариством, у тому числі ті, що пов'язані з майновою участю;
- 4) не розголошувати комерційної таємниці та конфіденційної інформації про діяльність Товариства;
- 5) виконувати інші обов'язки, передбачені законодавством та рішеннями загальних зборів.

Статутний капітал Товариства

13. Статутний капітал Товариства складається із вкладів його учасників. Розмір статутного капіталу Товариства дорівнює сумі вкладів його учасників.

14. Не допускається звільнення учасника Товариства від обов'язку вносити вклади до статутного капіталу Товариства, у тому числі шляхом зарахування вимог до Товариства.

15. Статутний капітал Товариства підлягає сплаті його учасниками до закінчення першого року з дня державної реєстрації Товариства.

16. Зменшення розміру статутного капіталу Товариства допускається після повідомлення про це його кредиторів. Порядок повідомлення кредиторів визначається загальними зборами. Рішення про зменшення статутного капіталу Товариства надсилається поштою з повідомленням про вручення усім кредиторам Товариства не пізніше триденного строку з дня його прийняття.

17. Збільшення розміру статутного капіталу Товариства допускається після внесення його учасниками вкладів у повному обсязі.

18. Учасник Товариства має право продати або іншим чином відступити свою частку (її частину) у статутному капіталі Товариства одному чи кільком учасникам Товариства або третім особам. Якщо учасники Товариства не скористаються своїм переважним правом на купівлю частки (її частини) протягом місяця з дня повідомлення про намір учасника її продати, така частка (її частина) може бути відступлена третій особі.

19. Частка учасника Товариства може бути відступлена до моменту її сплати в повному обсязі лише в тій частині, у якій її сплачено.

20. Одночасно з передачею частки (її частини) третій особі до неї переходять усі права та обов'язки, що належали учасникові Товариства, який відступив її повністю або частково.

21. Частка учасника Товариства після внесення ним вкладу в повному обсязі може бути придбана Товариством. У такому разі Товариство зобов'язане реалізувати зазначену частку іншим учасникам Товариства або третім особам протягом строку, що не перевищує одного року, або зменшити свій статутний капітал.

22. Якщо учасники Товариства до закінчення першого року з дня його державної реєстрації не внесли (внесли не в повному обсязі) свої вклади, загальні збори приймають одне з таких рішень:

про виключення із складу Товариства тих учасників, що не внесли (внесли не в повному обсязі) вклади, та про визначення порядку перерозподілу часток у статутному капіталі;

про зменшення розміру статутного капіталу та про визначення порядку перерозподілу часток у статутному капіталі;

про ліквідацію Товариства.

23. Якщо після закінчення другого чи кожного наступного фінансового року вартість чистих активів Товариства виявиться меншою, ніж його статутний капітал, Товариство зобов'язане повідомити про зменшення свого статутного капіталу. Якщо вартість чистих активів Товариства стала меншою, ніж визначений законом мінімальний розмір статутного капіталу, Товариство підлягає ліквідації.

Майно Товариства

24. Майно Товариства складається з основних засобів, обігових коштів, акцій (часток, паїв) у статутному (складеному) капіталі господарських товариств, а також інших активів, відображених у бухгалтерському балансі Товариства, і формується за рахунок:

- 1) майна, переданого учасниками Товариства до його статутного капіталу;
- 2) продукції, виробленої Товариством у результаті провадження господарської діяльності, майна та майнових прав, набутих у процесі господарської діяльності;
- 3) доходів, отриманих у результаті провадження господарської діяльності, включаючи доходи, отримані від реалізації цінних паперів і корпоративних прав, та доходів (дивідендів) від володіння корпоративними правами та цінними паперами;

- 4) кредитів, позик;
- 5) іншого майна, набутого на законних підставах.

25. Товариство володіє, користується та розпоряджається належним йому майном і вчиняє стосовно нього будь-які дії, що не суперечать закону та меті діяльності Товариства.

Товариство несе ризик випадкового знищення та пошкодження майна, що є його власністю.

*Прибуток Товариства та його використання. Порядок покриття збитків.
Фонди Товариства*

26. Прибуток Товариства утворюється з надходжень, отриманих у результаті провадження ним господарської діяльності, після покриття матеріальних та прирівняних до них витрат і витрат на оплату праці та є узагальнюючим показником ефективності діяльності Товариства.

Прибуток є основним джерелом зміцнення матеріально-технічної бази Товариства, соціального забезпечення його трудового колективу, матеріального стимулювання працівників.

27. Для покриття збитків Товариства створюється резервний фонд у розмірі не менш як 25 відсотків статутного капіталу.

Резервний фонд формується шляхом щорічного відрахування коштів у розмірі 5 відсотків суми чистого прибутку Товариства до досягнення зазначеного розміру.

У разі повного або часткового використання резервного фонду його поповнення здійснюється в порядку, передбаченому цим пунктом.

28. Товариство може утворювати, крім резервного фонду, інші фонди. Порядок утворення, використання коштів, поповнення та ліквідації таких фондів визначається загальними зборами.

29. Збитки від господарської діяльності Товариства покриваються за рахунок коштів резервного фонду, а в разі їх недостатності – у порядку, визначеному загальними зборами.

30. Виплата частки прибутку учасникам Товариства проводиться один раз на рік за підсумками календарного року протягом I кварталу року, який настає за звітним. Умови та порядок виплати частки прибутку визначаються загальними зборами.

Органи Товариства

31. Органами товариства є:
- загальні збори;
 - виконавчий орган;
 - ревізійна комісія.

Загальні збори

32. Вищим органом Товариства є загальні збори.

Загальні збори мають право приймати рішення з будь-якого питання діяльності Товариства, внесеного до порядку денного зборів, згідно із цим Статутом та законодавством.

33. До компетенції загальних зборів належать:

- 1) визначення:
 - основних напрямів діяльності Товариства, затвердження його планів та звітів про їх виконання;
 - форм контролю за діяльністю виконавчого органу;
 - організаційної структури Товариства;

умов оплати праці посадових осіб Товариства, його філій, представництв, інших відокремлених підрозділів, дочірніх підприємств;

2) зміна розміру статутного капіталу Товариства;

3) утворення та відкликання виконавчого органу і ревізійної комісії;

4) затвердження:

річних результатів діяльності Товариства, його дочірніх підприємств;

звітів і висновків ревізійної комісії;

порядку розподілу прибутку та покриття збитків Товариства;

порядку та строку виплати частки прибутку;

положення про загальні збори, виконавчий орган, ревізійну комісію та інших внутрішніх документів Товариства;

5) утворення, реорганізація та ліквідація філій, представництв, інших відокремлених підрозділів Товариства, дочірніх підприємств, затвердження їх положень і статутів;

6) прийняття рішення про:

притягнення до майнової відповідальності посадових осіб органів Товариства;

вчинення значного правочину, якщо ринкова вартість майна, робіт або послуг, що є предметом такого правочину, перевищує 25 відсотків вартості активів за даними останньої річної фінансової звітності Товариства;

припинення Товариства, утворення (призначення) комісії з припинення юридичної особи (ліквідаційної комісії, ліквідатора тощо), затвердження ліквідаційного або розподільного балансу (передавального акта);

7) установлення розміру, форми і порядку внесення учасниками Товариства додаткових вкладів;

8) вирішення питань щодо зміни складу учасників Товариства, виключення учасника з Товариства;

9) вирішення питання про придбання Товариством частки його учасника;

10) вирішення питань щодо зміни місцезнаходження та/або найменування Товариства;

11) вирішення інших питань, що належать до компетенції загальних зборів згідно із законом, цим Статутом або положенням про загальні збори.

34. Загальні збори обирають голову загальних зборів.

Загальні збори скликаються головою загальних зборів не рідше ніж два рази на рік, якщо інше не передбачено положенням про загальні збори.

Позачергові загальні збори скликаються головою загальних зборів:

за наявності обставин, зазначених у положенні про загальні збори;

у разі неплатоспроможності Товариства;

у разі коли цього потребують інтереси Товариства в цілому, зокрема якщо виникає загроза значного зменшення розміру статутного капіталу;

на вимогу учасників Товариства, що володіють у сукупності більше ніж 20 відсотками голосів. Якщо протягом 25 днів голова загальних зборів не виконав вимоги щодо скликання позачергових загальних зборів, зазначені учасники мають право самі скликати загальні збори.

35. Учасникам Товариства повідомляється про проведення загальних зборів не пізніше ніж за 30 днів до їх скликання у порядку, визначеному загальними зборами. У повідомленні, зокрема, зазначаються час і місце проведення таких зборів та їх порядок денний.

36. Учасник Товариства має право вимагати розгляду питання на загальних зборах за умови внесення його на розгляд не пізніше ніж за 25 днів до їх початку.

37. Учасникам Товариства не пізніше ніж за сім днів до скликання загальних зборів повинна бути надана можливість ознайомитися з документами, внесеними на розгляд згідно з порядком денним.

38. Учасник Товариства може доручити (за довіреністю) виконання своїх повноважень на загальних зборах представникові, який призначається на постійній основі або на певний строк. Учасник Товариства має право в будь-який час замінити свого представника на загальних зборах, повідомивши про це іншим учасникам.

39. Видача довіреності на право участі та голосування на загальних зборах не виключає права участі в таких зборах учасника Товариства, який видав довіреність, замість свого представника.

40. Учасник Товариства має право передати свої повноваження на загальних зборах іншому учаснику або представникові іншого учасника шляхом видачі відповідної довіреності.

41. Учасники Товариства, які беруть участь у загальних зборах, реєструються із зазначенням кількості голосів, що належать кожному учасникові. Перелік учасників загальних зборів підписується головою та секретарем таких зборів.

42. Кожен з учасників Товариства, присутній на загальних зборах, має кількість голосів, що пропорційна розміру його частки у статутному капіталі Товариства і визначається за таким принципом, що на один відсоток статутного капіталу припадає один голос.

43. Загальні збори вважаються повноважними, якщо на них присутні учасники (представники учасників), що володіють у сукупності більш як 60 відсотками голосів.

44. У загальних зборах можуть брати участь з правом дорадчого голосу члени виконавчого органу, які не є учасниками Товариства.

45. Рішення з питань визначення основних напрямів діяльності Товариства, затвердження його планів та звітів про їх виконання, а також щодо виключення учасника з Товариства вважається прийнятим, якщо за нього проголосували учасники Товариства, що володіють у сукупності більш як 50 відсотками загальної кількості голосів учасників Товариства. Рішення з інших питань приймається простою більшістю голосів, присутніх на загальних зборах.

46. Рішення з питань, не включених до порядку денного, можуть прийматися тільки за згодою всіх учасників Товариства, присутніх на загальних зборах.

47. Голова загальних зборів організовує ведення протоколу. Книга протоколів та засвідчені витяги з неї видаються учасникам Товариства на їх вимогу. Порядок складення та підписання протоколу встановлюється загальними зборами.

Виконавчий орган Товариства

48. Виконавчим органом Товариства, що здійснює управління його поточною діяльністю, є дирекція (колегіальний орган) або директор (одноособовий орган). Дирекцію очолює генеральний директор. Членами виконавчого органу можуть бути особи, які не є учасниками Товариства.

49. Дирекція (директор) здійснює свої повноваження відповідно до положення, затвердженого загальними зборами, у якому, зокрема, визначаються компетенція виконавчого органу, порядок прийняття ним рішень, порядок вчинення юридичних дій від імені Товариства.

Дирекція (директор) вирішує всі питання діяльності Товариства, крім тих, що належать до виключної компетенції загальних зборів.

Загальні збори можуть прийняти рішення про передачу частини своїх повноважень (крім тих, що належать до виключної компетенції загальних зборів) до компетенції дирекції (директора).

50. Дирекція (директор) підзвітна (підзвітний) загальним зборам і організовує виконання їх рішень.

51. Директор (генеральний директор) не може бути одночасно головою загальних зборів.

52. Директор (генеральний директор) має право без довіреності вчиняти юридичні дії від імені Товариства.

Інші члени дирекції також можуть бути наділені таким правом.

Ревізійна комісія

53. Контроль за фінансово-господарською діяльністю Товариства здійснюється ревізійною комісією, що утворюється строком на два роки під час проведення загальних зборів з числа учасників Товариства в кількості не менше трьох осіб.

Члени дирекції (директор) не можуть бути членами ревізійної комісії.

54. Ревізійна комісія здійснює свої повноваження відповідно до положення, затвердженого загальними зборами.

55. Перевірка діяльності дирекції (директора) проводиться ревізійною комісією за дорученням загальних зборів, з власної ініціативи або на вимогу учасників Товариства.

56. Ревізійна комісія має право вимагати від посадових осіб Товариства подання їй всіх необхідних матеріалів, зокрема бухгалтерських документів, особистих пояснень.

57. Ревізійна комісія доповідає про результати проведених нею перевірок на загальних зборах.

Ревізійна комісія складає висновок щодо річних звітів та балансів, на підставі якого загальні збори затверджують річний баланс Товариства.

58. Ревізійна комісія в разі виявлення фактів зловживання з боку посадових осіб Товариства або виникнення загрози його істотним інтересам може вимагати скликання позачергових загальних зборів.

59. Загальні збори можуть прийняти рішення про проведення аудиту.

Трудовий колектив Товариства

60. Трудовий колектив Товариства становлять фізичні особи, що беруть участь у його діяльності на основі трудового договору, а також інших документів, які регулюють трудові відносини працівників з Товариством.

61. Умови організації та оплати праці членів трудового колективу Товариства, а також їх соціального захисту визначаються відповідно до законодавства.

Облік та звітність

62. Товариство веде бухгалтерський облік результатів своєї господарської діяльності відповідно до законодавства.

63. Товариство складає відповідно до законодавства фінансову звітність, на підставі якої визначаються фінансові результати його діяльності.

64. Перший фінансовий рік Товариства розпочинається з дати його державної реєстрації і закінчується 31 грудня поточного року. Кожний наступний фінансовий рік відповідає календарному.

65. Товариство забезпечує подання статистичної та іншої звітності органам державної статистики, іншим центральним органам виконавчої влади відповідно до їх компетенції в обсягах та у строки, передбачені законодавством.

Порядок внесення змін до Статуту

66. Зміни до Статуту вносяться Кабінетом Міністрів України.

Припинення Товариства

67. Товариство припиняється шляхом його реорганізації (злиття, приєднання, поділу, перетворення) або ліквідації.

68. Реорганізація Товариства проводиться за рішенням загальних зборів, а у випадках, передбачених законом, – за рішенням суду або відповідних державних органів.

69. Товариство ліквідується:

- 1) за рішенням загальних зборів;
- 2) за рішенням суду.

70. Припинення Товариства здійснюється комісією з припинення юридичної особи (ліквідаційною комісією, ліквідатором тощо), яка утворюється (призначається) в установленому законодавством порядку.

З дня утворення (призначення) комісії з припинення юридичної особи (ліквідаційної комісії, ліквідатора тощо) до неї (нього) переходять повноваження з управління діяльністю Товариства.

71. Комісія з припинення юридичної особи (ліквідаційна комісія, ліквідатор тощо) несе майнову відповідальність за шкоду, заподіяну Товариству, його учасникам і третім особам, відповідно до законодавства.

72. Майно, що належить Товариству (включаючи виручку від продажу його майна в разі ліквідації) і залишилося після розрахунків з кредиторами, розподіляється між учасниками Товариства.

73. Припинення Товариства вважається завершеним, а Товариство таким, що припинило свою діяльність, з дати внесення відповідного запису до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців.

Навчальне видання

ДМИТРИЄВ Ілля Андрійович
ЛЕВЧЕНКО Ярослава Сергіївна
ШЕВЧЕНКО Інна Юріївна

ЕКОНОМІКА І БІЗНЕС

навчальний посібник

Відповідальний за випуск

І.А. Дмитрієв

В авторській редакції

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 18,37. Тир. 300 прим. Зам. 616-18.

Видавець та виготовлювач ФОП Бровін О.В.

61022, м. Харків, вул. Трінклера, 2, корп. 1, к. 19. Т. (057) 758-01-08, (066) 822-71-30

Свідоцтво про внесення суб'єкта до Державного реєстру

видавців та виготовників видавничої продукції серія ДК 3587 від 23.09.2009 р.