**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**«ХАРКІВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ»**

**Кафедра соціології і публічного управління**

**КОНТЕНТ ЛЕКЦІЙ**

**з навчальної дисципліни**

**«Основи підприємницької діяльності»**

**Харків – 2021**

**Конспект лекцій з курсу «Основи підприємницької діяльності»**

**Лекція 1. Економічна сутність і загальні основи підприємницької діяльності**

1.1 Поняття, цілі й завдання підприємницької діяльності і її правове регулювання.

1.2 Види підприємницької діяльності

1.3 Форми організації малого підприємництва

**1.1. Поняття, цілі й завдання підприємницької діяльності і її правове регулювання**

Ринкова економіка припускає становлення й розвиток підприємств різних організаційно-правових форм, заснованих на різних видах приватної власності, внаслідок чого виник такий вид діяльності, як підприємництво.

Перші спроби систематичного теоретичного осмислення підприємництва беруть свій початок з XVII в., хоча співтовариства підприємств, які складалися з ремісників, купців, лихварів, з'явилися значно раніше. Первісне поняття "підприємець" (фр. Еnterpreneur) у науковий оборот увів англійський економіст Річард Кантильон, також він зробив систематизований аналіз підприємництва. Він визначав підприємця як людину, яка за певну ціну купує засіб виробництва, щоб зробити продукцію й продати її з метою одержання доходів, і, ухвалюючи на себе зобов'язання по видатках, не знає, за якими цінами може бути здійснена реалізація. До підприємців він зараховував людей з нефіксованим прибутком (ремісників, купців, селян і ін.), Тобто тих, хто був зайнятий економічною діяльністю в умовах нестабільності й непередбачуваності цін. Тому головною рисою підприємця Кантильон і вважав готовність до ризику.

Великий внесок у дослідження феномена підприємництва протягом XVIII - XIX вв. зробили відомі західні економісти А. Смит, Ж.-Б. Цей, А. Маршалл, Й. Шумпетер і ін.

Адам Смит перебував під сильним впливом Річарда Кантильона й фізіократів. Він багато говорив про роботодавців, мастеровых, купцях і підприємців, але не приділяв увагу бізнесменам, які відіграли напрочуд незначну роль у його аналізі економічних процесів, до того ж створюється враження, що Смит уважав ці процеси такими, що самоініціюються й саме підтримуються. Адам Смит відрізнявся схильністю до переоцінки значення праці й недооцінки бізнесу, у рамках якого здійснювалася робота. Він намагався поставити знак рівності між власниками капіталу й бізнесменами й був твердо переконаний, що при наявності капіталу, праці й сировини бізнес виникає спонтанно. Підприємець, по вираженню Адама Смита, є власником, який іде на економічний ризик заради реалізації певної комерційної ідеї й одержання прибутку. Підприємець планує й організує виробництво й розпоряджається його результатами.

В XVIII в. подальше осмислення поняття підприємництва здійснював французький економіст Жан-Батист Сэй. Він зв'язував підприємництво з організацією людей у рамках виробничої одиниці. Учений мав власний досвід у сфері бізнесу. Він ставив підприємця в центр процесу виробництво й теорії поділу, що вплинуло на багатьох теоретиків-економістів. Зокрема, Ж.-Б. Цей уважав, що підприємець - це економічний агент, що комбінує фактори виробництво (землю, капітал, працю).

В XIX в. дослідженням проблем підприємництва займався англійський економіст Альфред Маршалл. Він ототожнював підприємництво з менеджментом, тобто з керуванням. У своїй фундаментальній праці "Принципы экономикс" (в 1890 г.) А. Маршалл особливо підкреслив інноваційний момент і активну роль самого підприємця в застосуванні нових машин і технологічних процесів.

Апогеєм у розробці теорії підприємництва стали праці австро-американського економіста й соціолога Йозефа Шумпетера.

Узагальнюючи наукові погляди на сутність підприємництва й роль підприємця в контексті історичної еволюції, можна сформулювати ***предмет вивчення курсу*** – виявлення закономірностей організації й розвитку підприємницької діяльності, законів і принципів функціонування підприємств, ролі підприємництва в розвитку економіко-соціального, науково-технічного й інноваційного розвитку країни.

У цей час підприємництво розглядається як особливий стиль господарювання, як процес організації й здійснення діяльності в умовах ринку, як взаємодія різних суб'єктів ринку і т.д. Представимо ряд визначень поняття – підприємництва (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

**Поняття підприємництва**

|  |  |
| --- | --- |
| Автор | Найменування |
| Цивільний кодекс | Підприємництво – це самостійна, здійснювана на свій ризик діяльність, спрямована на систематичне одержання прибутку від користування майном, продажу товарів, виконання робіт або надання послуг особами, зареєстрованими в цій якості у встановленому законом порядку. |
| Кантильон ( 1680-1734 рр.) | Під підприємництвом розуміється виробничо-господарська діяльність, що включає елементи ризику. |
| Ж.Б. Сей ( 1767-1832 рр.) | Підприємницька діяльність – це комбінування трьох факторів виробництва – праці, землі, капіталу. |
| А. Смит ( 1723-1790 рр.) | Підприємництво у ринковій економіці є саморегульованою діяльністю, що виникає за наявності основних факторів виробництва |
| А. Маршалл ( 1842-1924 рр.) | Підприємницька діяльність – це комбінування чотирьох факторів виробництва – праці, капіталу й організації. |
| Й. Шумпетер ( 1883-1950 рр.) | Підприємницька діяльність – це здатність просування інновацій на ринок за допомогою ризикового бізнесу. |
| Ф.Ф. Хайєк ( 1899-1992 рр.) | Підприємництво пов'язане з особистою волею індивідуума, яка дає людині можливість раціонально розпоряджатися своїми здатностями, знаннями, інформацією й доходами. Сутність підприємництва – це пошук і вивчення нових можливостей. |
| Самуельсон (1915 – 2009 рр.) | Підприємництво пов'язане з новаторством, а підприємцем є людина з нестандартним мисленням, яка домагається впровадження нових ідей. |
| П. Друкер ( 1909-2005 рр.) | Підприємництво – це конкретна діяльність, змістом якої є нововведення у всіх сферах діяльності, у тому числі й у керуванні. |
| А.В. Бусигін ( 1970 р.) | Підприємництво – це форма ділової активності, заснована на ризику й інноваційному підході до системи існуючих економічних зв'язків, при якій виробництво й поставка на ринок товарів орієнтовані на одержання підприємницького доходу. |

Аналізуючи різні точки зору, можна зробити висновок, що **підприємницька діяльність** – це реалізація особливих здатностей індивіда, що виражається в раціональному з'єднанні факторів виробництво на основі інноваційного ризикового підходу.

**Метою підприємницької діяльності** є безперервність відтворювального процесу, пов'язаного з відтворенням попиту й задоволенням потреб індивідуума або соціальної групи, суспільства в цілому, що постійно змінюються та зростають.

У цьому зв'язку **підприємництво** більш коректне визначати як процес безперервного пошуку змін у потребах, попиті кінцевого споживача на продукцію й послуги, задоволення виявленої потреби шляхом організації виробництво, збуту, маркетингу, логістики, менеджменту, орієнтованих на найкращі новації, що приносять максимум продуктивності в кожній стадії процесу відтворення.

Таким чином***,* ціль підприємницької діяльності** полягає в одержанні прибутку в результаті максимального задоволення суспільних потреб.

*Мети підприємницької діяльності досягаються за допомогою розв'язку ряду завдань:*

• вибір найбільш оптимальної організаційно-правової форми підприємства;

• практичне освоєння обраного виробничого напрямку;

• вивчення ринкової ситуації, що включає дослідження попиту, а також оцінку можливостей діючих і потенційних конкурентів;

• підтримка ліквідності підприємства, тобто постійної наявності коштів і інших ліквідних активів, що дозволяють здійснювати виплати по зобов'язаннях (працівника, постачальникам, кредиторам);

• дотримання екологічних і етико-соціальних вимог, які передбачають відповідальність підприємця перед суспільством.

У розвиненій ринковій економіці підприємництво як сукупність підприємницьких організацій, індивідуальних підприємців, а також складних об'єднань підприємницьких структур виконує ряд функцій.

**Основні функції підприємницької діяльності:**

• *новаторська*, сприяння процесу продукування нових ідей, здійснення дослідно-конструкторських розробок, створення нових товарів, надання нових послуг і т.п.;

• *організаційна*, впровадження нових форм і методів організації й керування виробництвом, розробка стратегії й тактики розвитку підприємства, підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства;

• *ресурсна*, найбільш ефективне використання трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних і інформаційних ресурсів;

• *cоціальна*, виробництво товарів і надання послуг, необхідних суспільству, створення нових робочих місць;

• *особистісна*, cамореализація підприємця як індивідуума через досягнення власної мети, за допомогою одержання задоволення від виконуваної роботи.

**Основними нормативно-правовими актами, що регулюють підприємницьку діяльність в Україні, є:**

1. Конституція України

2. Податковий кодекс України

3. Митний кодекс України

4. Господарський кодекс України

5. Цивільний кодекс України

6. Закон України « Про державну реєстрацію юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців»

7. Закон України « Про ліцензування деяких видів господарської діяльності».

**1.2. Види підприємницької діяльності**

Залежно від утримування підприємницької діяльності і її зв'язки з основними стадіями відтворювального процесу (виробництво, розподіл, обмін, споживання) виділяють наступні види підприємницької діяльності:

1. ***Виробнича:***

- науково-технічна;

- виробництво товарів і надання виробничих послуг;

- виробниче споживання товарів і послуг;

- будівельні, ремонтно-будівельні й сільськогосподарські роботи;

- транспортні операції й операції зв'язку;

- інформаційна.

***2. Комерційна:***

- торговельна;

- торгово- закупівельна;

- торгово- посередницька;

- товарні біржі.

***3. Фінансова:***

- банківська;

- страхова;

- лізингова;

- фондові біржі.

***4. Консалтингова й аудиторська:***

- загальне керування;

- адміністрування;

- фінансове керування;

- керування кадрами;

- маркетинг і логістика;

- інформаційні технології.

***5. Інноваційна.***

**Виробнича підприємницька діяльність** представляє процес виробництва продукції, надання послуг, виконання робіт, підлягаючих наступної реалізації споживачам.

РС

ДРС

ДОбС

ДОС

ОС

Власники основних засобів

Власники обігових засобів

Власники робочої сили

Підприємець

Покупці товарів

ОбС

ДТ

Т

Схема виробничої підприємницької діяльності

Виробнича підприємницька діяльність пов'язана з необхідністю придбання підприємцем ряду факторів виробництва: обігові кошти (Обс) - матеріали, що комплектують, напівфабрикати; основні кошти (ОС) - виробничі приміщення, робочі машини, устаткування, прилади; залучення кваліфікованої робочої чинності (РС), наявність відповідних інформаційних ресурсів і технологій. Від їхньої наявності й кількості безпосередньо залежать обсяги виробництва. В умовах конкретного ринку формуються ціни й визначаються обсяги продажів товарів.

Розглянемо основні етапи виробничої підприємницької діяльності. Підприємець, що збирається зайнятися виробничою діяльністю, насамперед, повинен визначитися, які товари він буде провадити, які види послуг надавати. Із цією метою він приступає до маркетингової діяльності. Для задоволення потреби в певному товарі (послузі) він вступає в контакт із потенційними споживачами – покупцями товарів (послуг), з оптовими або оптово-роздрібними торговельними організаціями.

Формальним завершенням переговорів служить контракт (договір), укладений між підприємцем і майбутніми покупцями товару, споживачами послуг.

Наступний етап виробничої підприємницької діяльності: придбання або оренда (наймання) факторів виробництва.

**Фактори виробництва.** До факторів виробництва відносяться виробничі фонди, робоча сила й інформація. Виробничі фонди, у свою чергу, підрозділяються на основні й оборотні.

***Основні виробничі фонди***(засоби праці) – це будинки й спорудження, передатні устрої, силові машини й устаткування, робочі машини й устаткування, вимірювальні й регулюючі прилади й устрої, лабораторне устаткування, обчислювальна техніка, транспортні засоби, інструменти, виробничий реманент та інші основні фонди.

У складі основних виробничих фондів до будинків відносяться будинки виробничих цехів, лабораторій і т.п. До споруджень відносяться мости, нафтові свердловини й т.п. Ці основні фонди називають *пасивною частиною.*

До передатних устроїв відносяться силові машини, трубопроводи, нафтогазопроводи, лінії електропередач і т.п. До робочих машин і устаткування відноситься все технологічне устаткування, а також машини й устаткування допоміжних цехів. Силові машини включають двигуни, турбіни і т.д. Ці основні фонди називають *активною частиною*.

До складу транспортних засобів входить транспорт усіх видів: автомобільний, залізничний, авіаційний, морський і т.п. Інструменти й пристосування відносять до основних виробничих фондів за наявності двох умов: якщо їх вартість на дату придбання становить більш 100-кратного мінімального розміру місячної оплати праці й термін служби - більш року.

До ***оборотних виробничих фондів***(предмети праці) відносяться: сировина, основні й допоміжні матеріали, паливні й енергетичні ресурси, а також покупні комплектуючі вироби й напівфабрикати, незавершене виробництво й напівфабрикати власного виготовлення, видатки майбутніх періодів.

*Сировина* – це предмети праці, отримані в добувних галузях промисловості (нафта, вугілля, газ і т.д.) або в сільському господарстві (бавовна, вовна, шкіра, льон і т.д.), що не пройшли промислової переробки. *Матеріали* включають предмети праці, що пройшли певні етапи переробки й потрапили у виробництво для виготовлення готової, закінченої продукції. *Основні* матеріали становлять основу майбутнього готового продукту (метал, дерево, тканина й т.п.), а *допоміжні* (барвники, фурнітура й т.п.) доповнюють основні й сприяють процесу виробництва.

*Інструмент і реманент* відносять до обігових фондів по двом ознакам: вартість і термін служби. Якщо виробничий реманент на дату придбання коштував не більш 100-кратного мінімального розміру місячної оплати праці або термін служби його – менш року, то його відносять до оборотних виробничих фондів.

*Напівфабрикати* – розрізняють покупні й власного виробництва. Напівфабрикат – це незакінчена продукція, що підлягає доробки до готового продукту в іншому цеху (ділянці) даного підприємства, фірми або на іншому підприємстві.

До *незавершеного виробництво* відносять також незакінчену продукцію, але, на відміну від напівфабрикату, як правило, вона перебуває на робочому місці й не може бути передана для доробки в даному цеху (ділянці).

*Видатки майбутніх періодів* головне їхнє призначення – забезпечити підвищені видатки спочатку освоєння нової продукції. Згодом протягом певного періоду часу ці видатки будуть віднесені на витрати виробництва.

Робочу силу підприємець наймає через біржі праці, агентства по працевлаштуванню. При підборі персоналу слід ураховувати освіту кандидата на певну посаду, рівень його професійних навичок, досвід попередньої роботи, особистісні якості.

Далі підприємець здобуває всі необхідну йому інформацію про можливість залучення ресурсів: матеріальних, фінансових і трудових, про ринок збуту намічуваної до виготовлення продукції або послуги.

**Розрахунок потреби у фінансових коштах.** Здійснення підприємницької угоди пов'язане із грошовими витратами. Загальну потребу в грошах (Дп) на ведення виробничої підприємницької діяльності можна розрахувати по формулі:

Дп = Др + Дм + Дс + Дф + Ду

де Др – кошти, необхідні для оплати найманих робітників; Дм – кошти, необхідні для оплати сировини, що здобувається, матеріалів, напівфабрикатів, що комплектують вироби, палива, енергії; Дс – кошти, пов'язані із придбанням і використанням засобів праці (основних виробничих фондів): будинків, споруджень, передатних устроїв, машин, устаткування, обчислювальної техніки, інструмента, транспортних засобів і т.п.; Ді – кошти, необхідні для оплати інформації, що здобувається підприємцем; Ду – оплата послуг сторонніх організацій і осіб (будівельні роботи, транспортні послуги і т.п.).

Для початку виробничої підприємницької діяльності підприємцеві необхідно мати стартовий капітал. Якщо такого капіталу немає, то він звертається в комерційний банк або до іншого власника вільних коштів за одержанням кредиту. Можна одержати фактори виробництва (приміщення, устаткування, сировина, матеріали, інформацію і т.д.) у кредит. Однак у кожному разі підприємець повинен буде повернути кредиторові грошову суму, отриману в кредит або рівну вартості взятих у кредит факторів виробництва з урахуванням відсотків за користування кредитом.

Грошові субсидії, як правило, на пільгових умовах можуть і повинні надавати покупцеві, особливо початківцеві, державні структури.

У виробничій підприємницькій діяльності побічно беруть участь державні й муніципальні фінансові органі, податкова інспекція. Вони виконують суто фіскальну функцію, вилучаючи в підприємця до бюджетів податки, обов'язкові платежі, відрахування, штрафи, мита.

**Результативність виробничої підприємницької діяльності**. Результатом виробничої діяльності підприємця є реалізація продукції (робіт, послуг) споживачеві й одержання виторгу. Різниця між грошовим виторгом і витратами виробництво становить *прибуток підприємства.*

Розрізняють валовий (балансовий) і залишковий (чистий) прибуток підприємця. ***Валовий прибуток***являє собою грошову суму, яка залишається в підприємця після оплати всіх витрат на виробництво й реалізацію продукції, але до сплати податків. ***Залишковий* (чистий)** прибуток визначається вирахуванням з валового прибутку податків, відрахувань, різних платежів, штрафів, мит і являє собою кінцевий результат виробничої підприємницької діяльності.

Загальну фінансову оцінку діяльності даного виду підприємницької діяльності визначає **рентабельність**, що розраховується як відношення залишкового (чистого) прибутку до повних витрат виробництва. Так, якщо загальна сума повних витрат виробництва склала 4,0 тис грн., а чистий прибуток – 0,6 тис грн., то рентабельність буде дорівнювати 15% (0,6:4,0 x 100).

**Комерційна підприємницька діяльність – це** підприємницька діяльність, пов'язана з купівлею-продажем товарів. До комерційної підприємницької діяльності відносяться торговельна, торговельно-закупівельна діяльність, торговельно-посередницька, а також товарні біржі.

ДF

Т

Власники товарів

Підприємець

Покупці товарів

ДП

Т

Схема комерційної підприємницької діяльності

Суб'єктами комерційної підприємницької діяльності є товарні біржі й торговельні організації. ***Товарна біржа***– це різновид оптового товарного ринку без попереднього огляду покупцем зразків і заздалегідь установлених мінімальних партій товару. На товарній біржі добровільно поєднуються комерційні посередники для виробництва торговельних операцій за спільно розробленими і дотримуваними правилами. Ціль товарної біржі *–* створити механізм керування вільною конкуренцією та з його допомогою, з урахуванням зміни попиту та пропозиції, установити реальні ринкові ціни. На товарних біржах поширене укладання так званих *ф'ючерсних угод*, які припускають сплату грошової суми за товар за ціною, установленою в контракті, через певний строк після укладання угоди.

Товарна біржа – найбільш розвинена форма регулярно функціонуючого оптового ринку масових замінників товарів (зерно, вугілля, нафта, метал, ліс і т.д.), що продаються за стандартами. Подібні біржі багато років діють у всіх економічних розвинених країнах. Класичними прикладами служать такі спеціалізовані товарні біржі, як Лондонська ( кольорові метали), Ліверпульска (бавовна), Сінгапурська (каучук) і т.п.

**Товарні біржі виконують наступні основні функції:**

• надання посередницьких послуг з укладання торговельних угод;

• упорядкування товарної торгівлі, регулювання торговельних операцій і вирішення торговельних спорів;

• збір і публікація відомостей про ціни, стан виробництва, та інших факторах, що впливають на ціни.

Товарні біржі можуть бути *закритими* або *відкритими.* У торгах на закритих біржах можуть брати участь тільки брокери – біржові посередники між покупцем і продавцем, а в торгах на відкритих біржах беруть участь також відвідувачі. За характером біржових операцій товарні біржі підрозділяються на біржі реального товару й ф'ючерсні, на яких здійснюються лише ф'ючерсні угоди.

**Торговельна організація** – це самостійний господарюючий суб'єкт із правами юридичної особи, створений для реалізації товарів і надання послуг з метою задоволення потреб ринку й одержання бажаного прибутку. Комерційна підприємницька діяльність сприяє вдосконалюванню угод купівлі-продажу, розвитку орендних і лізингових операцій, розвитку збутової й продуктивної кооперації.

**Операції купівлі-продажу товарів і послуг.** Основний зміст комерційної підприємницької діяльності становлять операції й угоди з купівлі-продажу, тобто з перепродажу товарів і послуг. Загальна схема комерційної підприємницької діяльності аналогічна схемі виробничої підприємницької діяльності. Основна відмінність полягає в тому, що в комерційному підприємництві замість матеріальних ресурсів здобувається готовий товар, який потім реалізується споживачеві. Таким чином, замість виробництва продукції має місце одержання готового товару.

Перш ніж приступити до комерційної справи, необхідно провести маркетинговий аналіз ринку. У загальному виді маркетинг являє собою систему організації й керування всіма сторонами господарської діяльності комерційного підприємства. Маркетинг розрахований на комплексний підхід у керуванні діяльністю торговельного підприємства: дослідження ринку, просування товарів по каналах руху до кінцевого споживача, фінансове забезпечення й одержання прибутку. При цьому до торговельного підприємства пред'являються дві взаємозалежні вимоги: максимально можлива адаптація до мінливої поведінки споживачів і виживання в умовах конкуренції.

У загальному виді програма будь-якої комерційної угоди включає:

• найм працівників для виконання торговельно-посередницьких послуг (закупівлі товарів, їх транспортування, продажу, виробництво рекламної кампанії, оформлення необхідних документів);

• придбання або оренда приміщень, складів, баз необхідних для зберігання й реалізації товарів;

• закупівлю товару для наступного продажу;

• залучення кредитів для фінансування угоди й наступне їхнє повернення з відсотками;

• одержання й оплату послуг сторонніх організацій і осіб, що виконують посередницькі функції;

• одержання або придбання необхідної інформації, необхідної для планування, оформлення й регулювання угоди;

• реалізацію товарів покупцеві й одержання виторгу;

• реєстрацію угоди, виплату податків і платежів фінансовим органам.

**Фінансова підприємницька діяльність** являє собою форму комерційного підприємництва, де в якості предмета купівлі-продажу виступає особливий товар – кошти (ДС), валюта, цінні папери (акції, облігації, векселя, ваучери і т.д.), тобто продаж грошей у прямій або непрямій формі.

ДF

ДС

Власники грошових коштів

Підприємець

Покупці грошових коштів

ДП

ДС

Схема фінансової підприємницької діяльності

Прибуток утворюється за рахунок продажу фінансових коштів і одержання відсотка, прибавочного капіталу. Основними суб'єктами фінансового підприємництва є комерційні банки, фінансово-кредитні й страхові компанії, фондові, валютні й фондові біржі.

***Комерційний банк***– це фінансово-кредитна установа акціонерного типу, що кредитує на платній основі переважно комерційні організації, що здійснюють приймання грошових внесків (депозитів) і інші розрахункові операції з доручення клієнтів. Джерело доходів комерційного банку – різниця між процентними ставками залучених і позичкових коштів.

Операції комерційних банків розподіляються на три групи: пасивні (залучення коштів); активні (розміщення коштів); комісійно-посередницькі (виконання різних операцій з доручення клієнтів зі сплатою комісії).

***Фондова біржа***– це організаційно оформлений ринок цінних паперів, що регулярно функціонує та сприяє підвищенню мобільності капіталу й виявленню реальної вартості активів.

Принцип функціонування фондової біржі базується на оперативному регулюванні попиту та пропозиції. На фондовій біржі проводять так звані котирування цінних паперів, які полягають у регулярній оцінці фахівцями котирувального відділу біржі курсів покупців і курсів продавців по всіх цінних паперах, які проходять через біржу. При цьому поточні курси постійно публікуються в спеціальних бюлетенях. Поточні курси показують, за якою ціною в цей момент на даній біржі можна купити або продати певні акції. Ці ціни є основою для одержання індексів біржової активності своєрідних барометрів економічної кон'юнктури.

До числа найбільш відомих різновидів підприємництва у фінансовій сфері відноситься кредитне підприємництво. Підприємець, що займається кредитним підприємництвом, залучає грошові внески громадян і юридичних осіб, виплачуючи їх власникам грошову винагороду у вигляді депозитного відсотка за весь період користування внесками, і видає залучені кошти в борг покупцям кредитів під більш високий кредитний відсоток. Різниця між кредитними й депозитними відсотками покриває видатки підприємця, і служить джерелом підприємницького прибутку.

**Консалтингова й аудиторська підприємницька діяльність.** Консультант ( від лат. *Consultants* – той, що радить) – *це фахівець у певній області, що дає поради з питань своєї спеціальності.* У закордонній практиці комерційна, платна консультація з питань керування одержала назву «*консалтинг*». Відповідно до визначення Європейської федерації асоціації консультантів по економіці й керуванню, менеджмент-**консалтинг –** це *надання незалежних порад і допомоги з питань керування, включаючи визначення й оцінку проблем і (або) можливостей, рекомендацію щодо відповідних заходів і допомогу в їхній реалізації.*

Консультантів з управління залучають для того, щоб усунути невизначеність, що виникає на різних стадіях процесу підготовки, прийняття й реалізації відповідальних управлінських рішень.

**Інноваційна підприємницька діяльність** пов'язана зі створенням, освоєнням і поширенням **інновацій** (кінцевий продукт науково-технічного прогресу у вигляді нового продукту або технології). В основі інноваційної підприємницької діяльності лежать нововведення в області продукції або послуг, що дозволяє створити новий ринок, задовольнити нові потреби.

**1.3. Форми організації малого підприємництва**

**Індивідуальне підприємництво**

*Індивідуальний підприємець* **–** це фізична особа, зареєстрована у встановленому порядку, що здійснює підприємницьку діяльність без утворення юридичної особи. Державна реєстрація індивідуального підприємця здійснюється за місцем його проживання. У результаті державної реєстрації складаються акти уповноваженого органа виконавчої влади, здійснювані за допомогою внесення до державного реєстру відомостей про придбання фізичною особою статусу індивідуального підприємця, припиненні фізичною особою діяльності як індивідуального підприємця.

Орган, що реєструє, не пізніше одного робочого дня з моменту державної реєстрації видає свідоцтво про внесення запису у відповідний державний реєстр.

**Мале підприємництво** – це підприємницька діяльність, здійснювана суб'єктами ринкової економіки за певними, установленими законом критеріями (показниками).

До таких критеріїв відносяться:середня чисельність зайнятих на підприємстві працівників; розмір статутного капіталу; щорічний оборот, отриманий підприємством за рік; величина активів.

Під суб'єктами малого підприємництва розуміються також фізичні особи, що займаються підприємницькою діяльністю без утворення юридичної особи. Середня за звітний період чисельність працівників малого підприємства визначається за обліком усіх його працівників, у тому числі працюючих за договорами цивільно-правового характеру й за сумісництвом з обліком реально відпрацьованого часу, а також працівників представництв, філій і інших відособлених підрозділів зазначеної юридичної особи.

Критерії віднесення підприємств до малого підприємництва

|  |  |
| --- | --- |
| Критерії | Зміст критеріїв |
| За метою діяльності | Малими підприємствами можуть визнаватися тільки комерційні організації, основною метою діяльності яких є одержання прибутку; |
| За складом засновників | |  | | --- | | Малими підприємствами можуть бути тільки комерційні організації, у статутному капіталі яких частка участі суспільних і релігійних організацій, благодійних і інших фондів не перевищує 25%; | |
| |  | | --- | | Частка, приналежності одному або декільком юридичним особам, що не є суб'єктами малого підприємництва, не повинна перевищувати 25%; | |
| |  | | --- | | Частка іноземних юридичних осіб у статутному капіталі підприємства не повинна перевищувати 25%; | |
| |  | | --- | | За середньою чисельністю працівників за  звітний період | | |  |  | | --- | --- | | Малими підприємствами можуть визнаватися тільки комерційні організації, у яких середня чисельність працівників за звітний період не перевищує наступних граничних рівнів. | | | Галузі | Кількість  працівників, людей | | Промисловість, будівництво  і транспорт | 200 | | Сільське господарство й науково-технічна сфера | 100 | | Оптова торгівля | 25 | | Роздрібна торгівля й побутове обслуговування населення | 15 | | Інші галузі | 50 | |

Розміри підприємств залежать від специфіки галузей, їх технологічних особливостей, від дії ефекту масштабності. Є галузі, пов'язані з високою капіталомісткістю й значними обсягами виробництва, і галузі, для яких не потрібні підприємства більших розмірів, саме в цьому випадку малі підприємства виявляються найбільш кращими.

За структурою господарюючі суб'єкти діляться на ***вузькоспеціалізовані, багатопрофільні й комбіновані*.**

*Вузькоспеціалізованими* вважаються організації, які виготовляють обмежений асортимент продукції масового або крупносерійного виробництва, наприклад, виробляють чавун, сталевий прокат, лиття, виробляють і поставляють електричну й теплову енергію, виробляють зерно, м'ясо і т.п.

*Багатопрофільні* організації, які найчастіше зустрічаються в промисловості й сільському господарстві, випускають продукцію різноманітного асортиментів і різного призначення. У промисловості вони можуть спеціалізуватися одночасно на виготовленні комп'ютерів, морських суден, автомобілів, дитячих колясок, холодильників, верстатів, інструментів, перевезенню вантажів; у сільському господарстві – на вирощуванні зерна, овочів, фруктів, худоби, кормів і т.д.

У міру посилення конкуренції багато вузькоспеціалізованих організацій, одержавши економічну стабільність, розширюють асортименти продукції й послуг, виходять на нові ринки збуту, і стають міжгалузевими – *диверсифікованими організаціямі*. Одночасно вони можуть займатися, наприклад, випуском різної промислової продукції, будівництвом, транспортними й комерційними операціями. Перехід капіталу з однієї галузі економіки в іншу відбувається в рамках одного підприємства.

*Комбіновані* організації найчастіше зустрічаються в хімічній, текстильній і металургійній промисловості. Призначення їх полягає в тому, що один вид сировини або готової продукції в одній і тій же організації перетвориться в інший, а потім – у третій вид. Наприклад, виплавлений у доменних печах чавун не тільки реалізується споживачам, але й переплавляється на власному проведенні в сталеві злитки, частину яких продається, а частина надходить на подальшу переробку в сталевий прокат на власному заводі. У текстильній промисловості комбінування проявляється у виготовленні із сировини волокна, з волокна – пряжі, із пряжі – полотна.

Для сучасної економіки характерна складна комбінація різних за масштабом проведень – великих з тенденцією до монопольних структур і малих підприємств, що складаються під впливом ряду факторів.

Малі й середні підприємства переважають у галузях, пов'язаних із виробництвом споживчих товарів і наданням послуг. Ефективне функціонування малих підприємств визначається їх перевагами у порівнянні з великим виробництвом: швидка реакція на вимоги ринку й запити споживачів; випуск невеликих партій товарів, що невигідно великим підприємствам; виключення зайвих ланок керування; високий рівень спеціалізації; можливість мобілізації ресурсів на перспективних напрямках. Однак малому підприємництву властиві й ряд недоліків: високий ступінь ризику, тому й високий ступінь нестійкості становища на ринку; залежність від великих компаній; низький рівень компетентності керівників; підвищена чутливість до змін умов господарювання; труднощі в одержанні фінансових коштів і т.п.

Переваги й недоліки малого підприємництва

|  |  |
| --- | --- |
| **Переваги** | **Недоліки** |
| 1.Мобільність і гнучкість керування підприємством; | 1.Обмеженість ресурсів усіх видів; |
| 2.Швидка адаптація до кон'юнктури ринку, запитам споживачів; | 2.Залежність від ринкової кон'юнктури; |
| 3.Прості організаційні зв'язки; | 3.Обмежені фінансові й кредитні можливості; |
| 4.Висока сприйнятливість нововведенням; | 4.Менше можливостей для соціального захисту; |
| 5.Використання сфер, що невигідні великому підприємництву; | 5.Відсутність сучасного менеджменту; |
| 6.Можливість залучення невеликих ресурсів для створення підприємства. | 6.Надмірне навантаження на керівника. |

Державна підтримка малого підприємництва повинна здійснюватися за наступними напрямками:

- створення пільгових умов використання суб'єктами малого підприємництва державних фінансових, матеріально-технічних і інформаційних ресурсів, а також науково-технічних розробок і технологій;

• встановлення спрощеної процедури реєстрації суб'єктів малого підприємництва, ліцензування їх діяльності, сертифікації продукції;

• підтримка зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів малого підприємництва;

• організація підготовки, перепідготовки й підвищення кваліфікації кадрів для малих підприємств і т.д.

Формами державної підтримки малого підприємництва також є фінансування державних програм підтримки й розвитку малого підприємництва, надання податкових пільг малим підприємствам, що здійснюють пріоритетні види діяльності, пільгове кредитування й страхування суб'єктів малого підприємництва.

**Франчайзинг як форма організації малого підприємства**

В умовах кризового й посткризового періодів суттєво зростає значення такої форми організації малого підприємництва, як франчайзинг. Франчайзинг – це самостійна форма договірних відносин господарюючих суб'єктів.

Франчайзингова система відносин виникла в XVIII в. з появою в США компанії з виробництва швейних машин *Zinger (Zinger Sewing Machine Company).* Фабрика Зінгера у м.Елізабет (США) першою у світі впровадила методи масового виробництва задовго до того, як їх стали застосовувати в новій потужній індустрії XX в. – в автомобілебудуванні. До початку XX в. швейних машин марки *Zinger* було зроблено близько 21 млн.

При такому величезному виробництві, природно, виникли проблеми реалізації продукції, обслуговування швейних машин і заміни несправних деталей. Організовувати це централізовано було досить невигідно, оскільки швейні машини розходилися по усьому світу. У таких умовах була задумана й створена франчайзингова система, яка представляла фінансово незалежним фірмам у США й в інших країнах виключні права продавати швейні машини й обслуговувати їх у межах певної території. Це, по суті, минулому перші дистриб'юторські угоди з додатковими зобов'язаннями франчайзі (дилера) обслуговувати машини на першу вимогу покупця.

**Франчайзинг** – це система взаємовигідних партнерських відносин підприємств великого й малого бізнесу, що поєднує елементи оренди, купівлі-продажу, підряду, представництва, але в цілому, що залишається самостійною формою договірних відносин господарюючих суб'єктів, що мають статус юридичної особи.

Франчайзинг реалізується на основі договору, що укладається між великим підприємством – **франчайзером** і дрібним – **франчайзі** (оператором). Франчайзер (звичайно велика батьківська компанія) зобов'язується забезпечити франчайзі (дрібну фірму або бізнесмена), що діє в рамках обмеженої території, своїми товарами, рекламними послугами, відпрацьованими технологіями бізнесу. Франчайзі зобов'язується надати франчайзеру послуги в області менеджменту й маркетингу з урахуванням місцевих умов, а також інвестувати в цю компанію якусь частину свого капіталу. Франчайзі зобов'язується мати ділові контакти винятково з компанією – франчайзером, а також вести бізнес відповідно до її приписань.

Крім внеску франчайзі і його капіталовкладень в основні фонди, франчайзер може призначити регулярну плату за використання торговельної марки оператором. Плата, як правило, установлюється в межах 1 – 5% від виторгу. Франчайзер встановлює також розмір відрахувань від обсягу поточних продажів франчайзи складовий у середньому 2 – 3%, але буває й значно більше. Франчайзи компанії *Mcdonalds* вносять 12% виторгу.

Розрізняють два типи договірних відносин. Перший найбільше застосуємо в сфері торгівлі. Суть його полягає в тому, що фірма - франчайзи вузько спеціалізовано на реалізації одного виду товарів і послуг і одержанні фіксованої частки від загального обсягу продажів. За такою формою договору працює більшість фірм-франчайзи по торгівлі автомобілями, автосервісів, бензоколонок і т.д.

Інший тип договірних відносин значно складніше. Мала фірма-франчази працює не просто під торговельної маркою франчайзера, а включається в повний цикл великої корпорації, виконуючи рівні з нею вимоги технологічного процесу, якості навчання персоналу, плану продажів оперативної звітності, що приводить до зростання відповідальности франчайзи.

Франчайзинг одержав широке поширення в індустрії безалкогольних напоїв: *Сoca- Colа, Pepsi* і ін. В 30-x рр. XX в. франчайзингова система поширилася на нафтопереробні компанії й бензозаправні станції США стали стрімко розбудовуватися в усьому світі. При цьому франчайзер одержував вигоду від швидкого росту обсягу продажів при обмеженому ризику, а франчайзи – від того, що включався в перевірену комерційну систему, що добре зарекомендувала себе. В 1977 р. була створена Британська франчайзингова асоціація (БФА), а слідом за нею - Міжнародна асоціація франчайзингу (International Franchising Association). Найпоширеніша й успішно діюча франчайзингова система- фірма «1С». Безпосередньо сама фірма продає лише 5% свого продукту, іншу частину поширює через 800 фірм-операторів.

Підприємство-Франчайзи функціонує як частка єдиної системи, організованої франчайзером. У США в цей час понад напівмільйон підприємств діють у рамках пільгового підприємництва, і їх частка в порівнянні із самостійними підприємствами неухильно росте. У цей час найбільш широко ця форма підприємництва розвинена в таких областях бізнесу, як бензозаправні станції (32%), торгівля легковими й вантажними автомобілями (6%), ресторани й закусочні швидкого обслуговування (7%).

Перелік видів малого бізнесу, де широко використовується франчайзинг:

• автомобільна продукція й послуги – продаж автомобілів, запасних частин, мийка машин, налагодження двигунів і т.д.;

• допомога в організації й веденні бізнесу й послуги: бухгалтерія, діловодство, рекламні й брокерські послуги, ділові консультації, обробка інформації, консультації по фінансових питаннях і податкам, по набору персоналу і т.д.);

• будівництво, послуги, пов'язані з ремонтом будинків (установка кондиціонерів, облицювання камінів, і т.п.);

• послуги, пов'язані з освітою (репетиторство, курси секретарів, курси для управлінського персоналу й т.п.);

• відпочинок і розваги (готелі, рухливі ігри у будинку й поза будинком);

• ресторани швидкого обслуговування, закусочні, кафе;

• продуктові намети (хлібобулочні вироби, кондитерські вироби й ін.);

• здоров'я, медичні й косметичні послуги – центри краси, клуби здоров'я, оптика й т.п.

• послуги в сфері домашнього господарства (чищення килимів, реставрація меблів і оббивка, послуги з дизайну);

• роздрібна торгівля (товари й послуги, не віднесені ні до однієї з перерахованих груп) – камери схову, одяг на продаж і на прокат, хімічне чищення, копіювальні послуги і т.д.;

• різне (школи водіння автомобіля, агентства із продажу нерухомості, видавництва, туристичні агентства, лізингова короткострокова оренда встаткування і т.д.).

Франчайзинг має свої переваги й недоліки. До **переваг**можна віднести наступні: фірма – франчайзи здобуває деяке право існування, заощаджує кошти на маркетингових дослідженнях, консультаціях і інших послугах професіоналів; має гарантію поставок сировини, матеріалу, напівфабрикатів; відкриває свою справу з меншим ризиком; одержує поради й підтримку від свого партнера – великої фірми.

Досить очевидна зацікавленість великих фірм у розвитку франчайзингу. Вони розширюють сферу збуту своєї продукції, проникаючи на невеликі ринки, і, отже, мають інформацію для швидкого реагування на зміни попиту, залучають додатковий капітал, встановлюють строгий оперативний контроль над якістю продукції й послуг, вироблених і реалізованих оператором.

До **недоліків франчайзингу**відносяться: необхідність врахування інтересів партнера – великої компанії й інших власників акцій; необхідність регулярних відрахувань не від прибутку, а від обсягу продажів, що може поставити власника ліцензії у важкі фінансові умови; наявність права у продавця ліцензії перевіряти фінансову документацію; обов'язковість дотримання методів ведення бізнесу, викладених в інструкції партнерської компанії, що може обмежувати можливості маневру; викуп ( на вимогу компанії партнера) усього необхідного устаткування й матеріалів, що здатне обмежити в діях власника ліцензії.

Становлення й розвиток франчайзингу поряд з орендою й лізингом дозволяє швидше вирішувати проблему зайнятості населення. Подолання монополізму виробництва, розвиток конкуренції – рушійна сили ринкової економіки.

Таким чином, застосування франчайзингу в малому бізнесі може бути успішною протидією глобальній фінансовій і економічній кризі.

**Лекція 2. Підприємство як організаційна структура підприємництва**

2.1 Економічна сутність підприємства і його основні функції

2.2. Види підприємств і господарчих товариств

2.3. Особливості створення підприємств різної форми власності.

**2.1 Економічна сутність підприємства і його основні функції**

Створення юридичної особи для здійснення підприємницької діяльності — це, фактично, створення підприємства. У відповідності зі статтею 1 Закону України " Про підприємства в Україні" підприємство, як окрема юридична особа, має самостійний баланс, розрахункові (поточні) та інші рахунки в установах банків, печатка зі своїм найменуванням, знак для товарів і послуг, але не має у своєму складі інших юридичних осіб.

**Підприємство** – це організаційно відділена й економічно самостійна ланка виробничої сфери народного господарства, яка спеціалізується на виготовленні продукції, виконанні робіт і наданні послуг. Головне завдання підприємства укладається в задоволенні потреб ринку в його продукції або послугах з метою одержання прибутку. Підприємства мають такі ознаки: виробничо-технічна єдність, організаційно-соціальна єдність, фінансово-економічна самостійність.

На підприємстві як первинній ланці національної економіки зосереджено певну сукупність факторів виробництва: засобів виробництва, фінансових ресурсів, працівників і ін. Тут виникають економічні відносини власності як між членами підприємства, так і між іншими суб'єктами господарювання. Саме на підприємстві здійснюється безпосереднє виробництво потрібних суспільству, споживачам (покупцям) товарів або послуг, первинний розподіл знову створеної вартості на первинні доходи (доходи підприємців, працівників, держави).

Крім того, саме на підприємстві здійснюється комбінація працівників із засобами виробництва. Причому характер такої комбінації визначається формою власності на засоби виробництва й приводить вид підприємства. Кожне підприємство вступає в економічні відносини з іншими суб'єктами господарювання ( при покупці засобів виробництва, наданні й одержанні послуг, одержанні кредитів і виплаті відсотків по них), державою ( при виплаті податків і ін.), Закордонними підприємствами ( при виробничій підрядній кооперації, спеціалізації і т.п.) і ін.

Таким чином, **економічна сутність підприємства** - це основна ланка національної економіки, яка у взаємодії з іншими самостійними суб'єктами господарювання забезпечує виробництво необхідних споживчих благ (товарів і послуг) з метою присвоєння прибутки.

Підприємство як самостійний суб'єкт господарювання виконує ряд функцій, у яких втілюються основні принципи його діяльності.

**Основні функції підприємства:**

*1) Виробничо-технологічна функція* - це забезпечення процесу виробництва необхідними трудовими, матеріальними й фінансовими ресурсами, впровадження досягнень науково-технічного прогресу, удосконалювання організації й керування виробництвом. Ця функція показує який максимальний обсяг випуску продукції може бути отриманий при витрачених факторах виробництва.

*2) Економічна функція* укладається в маркетингових дослідженнях ринку товарів і послуг з метою найбільш ефективної реалізації зробленої продукції; здійсненні господарських відносин з іншими суб'єктами ринку на основі договорів (контрактів); найманні працівників і організації їх діяльності; розподілі й використанні прибутку; сплати податків; інвестуванні й таке інше.

*3) Соціальна функція* - це поліпшення умов праці, життя й здоров'я я, гарантії обов'язкового медичного страхування всіх працівників підприємства і їх родин; забезпечення підготовки кваліфікованих працівників; надання пільги своїм працівникам, що одержують освіту у навчальних закладах без відриву від виробництва; забезпечення певної відповідно до закону кількості робочих місць для працевлаштування неповнолітніх, інвалідів і інших категорій громадян, що потребують соціального захисту.

4) *Зовнішньоекономічна функція* укладається в самостійному здійсненні зовнішньоекономічної діяльності підприємства відповідно до чинного законодавства. Ця функція визначається місцем і роллю даного підприємства в міжнародному поділи праці, зокрема, у таких формах його прояву, як предметної, подетальної й технологічної спеціалізації, науково-дослідному співробітництві. Зовнішньоекономічна функція підприємства реалізується його можливістю використовувати кошти в іноземній валюті, відкритті за межами держави своїх представництв, філій і виробничих підрозділів. їхнє втримування здійснюється за рахунок даного підприємства. У сучасних умовах поглиблення міжнародного поділу праці підприємство стає головною фігурою зовнішньоекономічної діяльності.

Зазначені функції реалізуються у взаємозв'язку. Недооцінка кожної з них може негативно вплинути на загальний стан підприємницької діяльності, її кінцеві результати.

Здійснюючи свої функції, підприємство виконує дуже важливу роль у ринковій економіці. Як самостійний суб'єкт господарювання підприємство, враховуючи свої економічні інтереси ( одержання прибутку) і виробничі можливості, вирішує такі важливі проблеми: які товари, роботи, послуги слід провадити й у якій кількості? Як і для кого провадити ці товари або послуги? Кожне підприємство як суб'єкт підприємництва незалежно від форм власності, розмірів, сфер діяльності й інших критеріїв повинне в результаті своєї господарської комерційної діяльності діставати прибуток (дохід). Для цього воно повинне діяти на принципах комерційного розрахунку і власного комерційного ризику.

Такими **основними принципами** є:

1. Самооплатність витрат (беззбитковість) і прибутковість. Цей принцип вимагає точного обліку й зіставлення витрат і результатів, повного відшкодування собівартості одержання прибутку.

2. Самофінансування - його суть не тільки в самооплатності витрат, але й у закріпленні частини отриманому прибутку за підприємством у його повне розпорядження. Джерелом фінансування підприємства є прибуток, амортизаційні відрахування, кошти, отримані від продажу цінних паперів, пайових і інших внесків громадян, трудового колективу підприємства. Таким чином, розвиток підприємства повністю забезпечується за рахунок власного капіталу, кредитів банку на комерційній договірній основі й за рахунок валютного виторгу.

3. Матеріальна зацікавленість у кінцевих результатах праці. Цей принцип припускає подолання усе ще існуючої "зрівнялівки" в оплаті праці, створення умов для заохочення ініціативи, заповзятливості, досягнення кращих кінцевих результатів.

4. Грошовий контроль над діяльністю підприємства. Кошти підприємств перебувають на розрахунковому рахунку в банку по місці їх реєстрації або в іншому банку з його згоди. Банк здійснює всі види розрахунків підприємства, кредитні й касові операції. Підприємство застосовує в господарському обороті векселя. Якщо підприємство не виконує систематично свої зобов'язання по розрахунках, то може бути оголошене банком неплатоспроможним, тобто банкрутом.

5. Повна економічна відповідальність за кінцеві результати господарювання, виконання своїх договірних зобов'язань. Основною формою реалізації цього принципу є економічні санкції - вилучення незаконно отриманих доходів, відшкодування збитків, штрафи, неустойки, пені, зменшення або позбавлення премій.

6. Господарська самостійність у межах, передбачених законодавством. Цей принцип передбачає самостійне формування підприємством програми діяльності; залучення матеріально-технічних, фінансових і трудових ресурсів; установлення цін на продукцію й послуги; вільне розпорядження прибутком, що залишається після сплати податків, зборів і інших платежів; здійснення зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємством приналежної йому частки валютного виторгу за своїм розсудом.

Усі ці принципи комерційної господарської діяльності безпосередньо повинні забезпечити організаційну основу інтенсивного характеру індивідуального відтворення на підприємстві з метою присвоєння прибутку.

**2.2. Види підприємств і господарчих товариств**

**Види підприємств:**

1) за метою та характером діяльності (комерційні, некомерційні)

2) за формою власності (приватні, колективні, комунальні, державні)

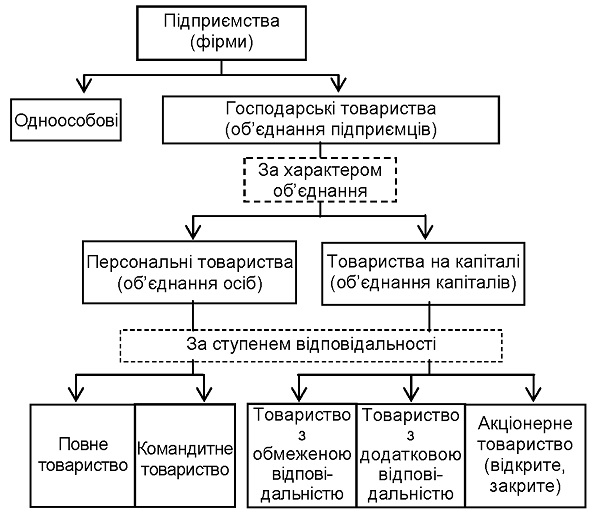
3) за правовим статусом й формою господарювання (одноособові, кооперативні, орендні, господарчі товариства);

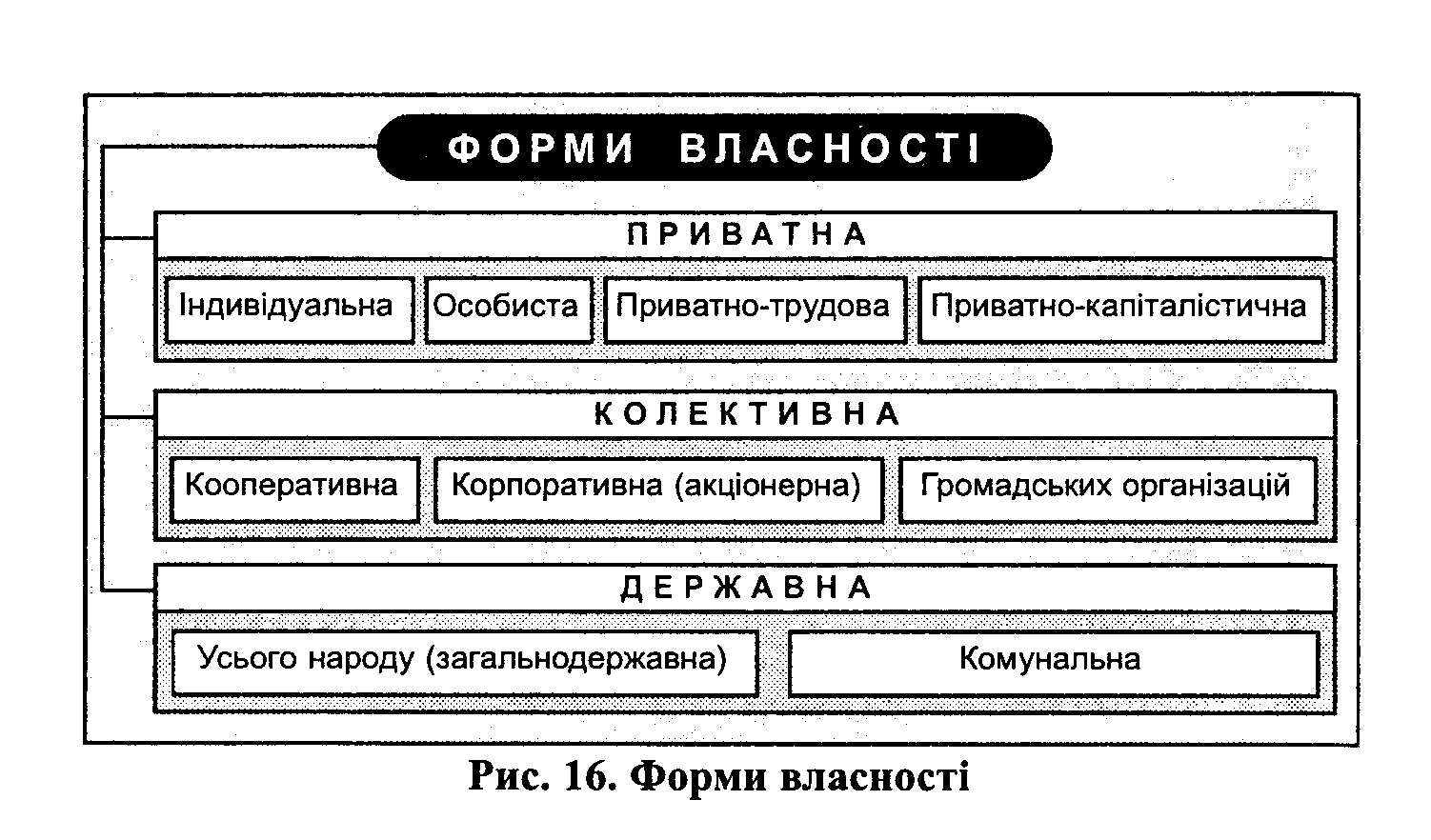
4) по національній приналежності капіталу (національні, іноземні, змішані);

5) по галузевому функціональному втримуванню діяльності (промислові, сільськогосподарські, будівельні, транспортні, торговельні, лізингові, банківські й ін.);

6) за чисельністю працівників (малі, середні, більші).

Діяльність підприємства регулюється його статутом і колективним договором.



/

**Статут підприємства** - це збори обов'язкових правил, що регулюють його взаємини з іншими суб'єктами господарювання, а також індивідуальну діяльність. Колективний договір - це угода між трудовим колективом в особі профспілки й адміністрацією або власником, яка щорічно переглядається й регулює їхні виробничі, економічні й трудові відносини.

В Україні найпоширенішими **формами об'єднання підприємств є:**

- **Асоціація** - найпростіша форма договірного об'єднання підприємств із метою постійної координації господарської діяльності; асоціація не має права втручатися у виробничу й комерційно-фінансову діяльність своїх членів;

- **Корпорація** - договірне об'єднання господарських суб'єктів на основі інтеграції й виробничих інтересів з делегуванням їй окремих повноважень;

- **Консорціум** - тимчасове статутне об'єднання промислового й банківського капіталу для реалізації певної підприємницької ідеї, інвестиційного проекту;

- **Концерн** - об'єднання підприємницьких структур, характеризується органічною комбінацією власності й контролю найчастіше з використанням принципу диверсифікованості виробництва;

- **Холдинг** - організаційна форма об'єднання інвестиційних ресурсів; яка не займається виробничо-господарською діяльністю, а направляє свої фінансові кошти на придбання контрольного пакета акцій інших підприємств.

Розрізняють поняття «фірма» і «підприємство», хоча в закордонній і вітчизняній літературі вони часто ототожнюються. Під **підприємством** слід розуміти певний виробничо-технологічний комплекс, використовуваний для виробництва товарів (послуг) у будь-якій галузі національної економіки. Підприємствами є металургійний завод, швейна фабрика, аеропорт, магазин. **Фірма** – це організація, яка володіє підприємствами й веде господарську діяльність на них. У складі фірми може бути одне або кілька підприємств. Фірми можуть бути *горизонтального типу*, тобто охоплюють підприємства, що перебувають на одній стадії виробництва (наприклад, мережа продуктових магазинів), або *вертикального типу*, тобто поєднують підприємства, що перебувають на різних взаємозалежних стадіях виробничого процесу (наприклад, сталеливарні комбінати, куди входять рудники й шахти, вапнякові кар'єри, коксові печі, домни, прокатні стани, кузні, ливарні цехи). Досить розвиненим явищем у сучасній ринковій економіці є *диверсифіковані фірми*, що охоплюють підприємства, які оперують у різних галузях і на різних ринках.

У розвиненій ринковій економіці фірми різноманітні. Вони займаються виробництвом товарів, їх реалізацією, наданням всіляких послуг: фінансових, посередницьких, інформаційних, консультативних, науково-дослідних. По сферах підприємницької діяльності вони можуть бути промисловими, сільськогосподарськими, будівельними, транспортними, телекомунікаційними, торговельно-посередницькими, рекламними, інжиніринговими, юридичними й т.п.

Фірми класифікуються на малі, середні й великі відповідно до певного критерію. Як правило, у якості таких показників беруться кількість зайнятих, розмір активів і річний оборот (валовий виторг за рік) фірми. Причому, граничні значення критерію кількості зайнятих відрізняються від країни до країни. Так, по законодавству України, до дрібних підприємств відносяться ті, що мають кількість зайнятих до 200 людей – у промисловості й будівництві, до 50 людей – в інших областях виробничої сфери.

Стаття 2 Закону України " Про підприємства в Україні" передбачає можливість діяльності в Україні підприємств таких видів:

-· приватне підприємство, засноване на власності фізичної особи;

- колективне підприємство, засноване на власності трудового колективу підприємства;

- господарче товариство;

- підприємство, засноване на власності об'єднання громадян;

- комунальне підприємство, засноване на власності відповідної територіальної громади;

- державне підприємство, засноване на державній власності, зокрема казенне підприємство.

В Україні можуть діяти й підприємства інших видів, якщо це не суперечить законодавчим актам України (стаття 2 Закону України " Про підприємства в Україні").

Наведений перелік, крім останніх двох видів, і є тем набором, з якого необхідно зробити вибір, при підставі суб'єкта підприємницької діяльності — юридичної особи. Спеціальної уваги вимагає поняття " господарче товариство", оскільки діяльність підприємства цього виду регулюється окремим Законом України — " Про господарчі товариства". Цей Закон передбачає існування в Україні таких господарчих товариств: акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства.

**Акціонерне товариство** — суспільство, яке має статутний фонд, розділений на певну кількість акцій рівної номінальної вартості, і несе відповідальність по зобов'язаннях тільки майном суспільства. Акціонери несуть відповідальність по зобов'язаннях суспільства тільки в межах приналежних їм акцій. Статутний фонд акціонерного товариства становить загальну номінальну вартість випущених їм акцій і не може бути менше суми, еквівалентної 1 250 мінімальним заробітним платам. При цьому величину мінімальної заробітної плати визначають по ставці, яка діяла на момент створення акціонерного товариства.

Акціонерні товариства можуть бути відкритими або закритими. Акції відкритого акціонерного товариства можуть поширюватися за допомогою відкритої підписки й купівлі-продажу на біржах, у той час як акції закритого акціонерного товариства розподіляються між його засновниками й не можуть поширюватися за допомогою підписки, купуватися й продаватися на біржі.

**Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)** — суспільство, яке має статутний фонд, розділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Учасники товариства несуть відповідальність у границях свої внесків. Розмір статутного фонду товариства з обмеженою відповідальністю не обмежений.

**Товариство з додатковою відповідальністю (ОДО)** — суспільство, яке має статутний фонд, розділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Учасники такого суспільства відповідають по його боргах своїми внесками в статутний фонд, а у випадку недостатності цих сум — додатково приналежним їм майном в однаковому для всіх учасників розмірі кратному внеску кожного учасника. Граничний рівень відповідальності учасників визначається в установчих документах.

**Повне товариство** — суспільство, усі учасники якого здійснюють загальну підприємницьку діяльність і несуть солідарну відповідальність по зобов'язаннях суспільства всім своїм майном.

**Командитне товариство** — суспільство, у якому крім одного учасника або більшої кількості учасників, які здійснюють від імені суспільства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність по зобов'язаннях суспільства всім своїм майном, є один або більше учасників, відповідальність яких обмежується внеском у майно суспільства (вкладників).

В Україні найбільшою популярністю користуються приватні підприємства, а серед господарчих товариств — акціонерні товариства й товариства з обмеженою відповідальністю.

Згідно Нового Цивільного та Господарського Кодексів, тепер господарче товариство (ТОВ, ЗАТ, АТ) в Україні може мати тільки одного учасника (засновника), іншими словами для установи досить одного фізичного або юридичної особи, яка буде володіти 100% капіталу суспільства.

В Україні можуть діяти також інші види підприємств, передбачені законом.

У випадку якщо в статутному фонді підприємства іноземна інвестиція становить не менш чому десять відсотків, воно визнається підприємством з іноземними інвестиціями. Підприємство, у статутному фонді якого іноземна інвестиція становить сто відсотків, вважається іноземним підприємством.

Залежно від способу утворення (установа) і формування статутного фонду в Україні діють підприємства унітарні й корпоративні.

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно закону статутний фонд, не розділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який їм призначається, керує підприємством і формує його трудовий колектив на основах трудового наймання, вирішує питання реорганізації й ліквідації підприємства. Унітарними є підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника.

Корпоративне підприємство виходить, як правило, двома або більше засновниками за їхнім загальним розв'язком (договором), діє на основі об'єднання майна й/або підприємницької або трудової діяльності засновників (учасників), їхнього загального керування справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органі, які ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів і ризиків підприємства. Корпоративними є кооперативні підприємства, підприємства, які створюються у формі господарчого товариства, а також інші підприємства, у тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб.

**2.3. Особливості створення підприємств різної форми власності**

**Етапи створення нового підприємства**

Відповідно до чинного цивільного законодавства будь-який дієздатний громадянин може здійснювати підприємницьку діяльність без утворення юридичної особи, зареєструвавшись у якості індивідуального підприємця, або у встановленому порядку зареєструвати юридичну особа певної організаційно-правової форми.

Створення нового підприємства в тієї або іншій організаційно-правовій формі припускає наявність наступних передумов:

• наявність фінансових коштів, необхідних для формування первісного капіталу;

• наявність нежитлових приміщень, необхідних для розміщення офісу підприємства або наявність можливостей для укладання договору оренди;

• можливості формування команди кваліфікованих засновників (партнерів), що володіють технологією здійснення певних видів діяльності, ведення бухгалтерського й фінансового обліку і т.п.

**Основні етапи створення нового підприємства**:

• обґрунтування підприємницької ідеї;

• відбір перспективних підприємницьких ідей;

• оцінка можливостей реалізації ідей;

• постановка стратегічних і тактичних цілей;

• вибір організаційно-правової форми підприємства;

• розробка бізнес-плану;

• визначення фінансових джерел;

• реєстрація підприємства.

На першому етапі створення нового підприємства здійснюється обґрунтування підприємницької ідеї. Підприємницька ідея – це виявлена підприємцем потреба ринку в конкретних товарах і послугах, і вироблене їм уявлення про те, як цю потребу задовольнити з найкращим для себе результатом.

Підприємницька ідея – це потенційна можливість і необхідність власної самореалізації індивідуума для розв'язку власних цілей шляхом задоволення потреб інших. Підприємницька ідея, яка за певних умов реалізується в конкретний підприємницький проект, повинна базуватися на принципі: знайти потребу й задовольнити її.

На другому етапі підприємець здійснює відбір найбільш перспективних ідей по різними критеріями залежно від конкретних умов виробництва. Основними критеріями відбору найбільш перспективних підприємницьких ідей є ефективність ідеї, перспектива завоювання ринку, час і розмір капіталу, необхідні для реалізації ідеї, доступність і вартість ресурсів, наявність необхідної робочої сили.

На третьому етапі підприємець проводить оцінку можливостей реалізації обраних підприємницьких ідей на основі таких економічних показників, як потреба в первісному капіталі, запланована норма прибутку (%), строк окупності, обсяг виробництва, стратегічна мета.

На четвертому етапі створення нового підприємства доцільно порівняти можливості реалізації ідеї, які формуються в стратегічних і тактичних цілях, опосередковують кількісними розрахунками, певною системою показників функціонування підприємства, а також наявність необхідних умов і можливостей підприємства.

На п'ятому етапі, ухвалюючи рішення про вибір організаційно-правової форми підприємства, підприємець визначає характер взаємин між засновниками, особливості майнової відповідальності щодо зобов'язань підприємства, порядок керування підприємством, мінімальний розмір первісного капіталу, систему оподатковування й розподілу прибутку, а також ряд інших факторів.

На шостому етапі розробляється бізнес-план, де визначаються основні положення по створенню всіх необхідних умов для функціонування підприємства й одержання прибутку. Даний етап реалізується за допомогою розробки окремих розділів бізнес-плану, який одержує остаточне формування на етапі завершення процедури створення нового підприємства.

На сьомому етапі вирішується питання про залучення фінансових коштів для формування первісного капіталу при створенні підприємства, для придбання сировини, матеріалів, палива, енергії, наймання робочої сили й інших факторів виробництва.

Джерелами фінансових коштів можуть бути власні заощадження, кошти, узяті в борг, отримані позички в банках, або кошти, отримані від випуску й реалізації цінних паперів, а також сприяння державних органів, що займаються підтримкою малого підприємництва.

Завершальним етапом створення власної справи є процедура державної реєстрації підприємства.

**Порядок створення нового підприємства**

Створення нового підприємства включає виконання ряду етапів, спрямованих на організацію фінансово-господарчої діяльності підприємства:

1. Визначення складу засновників і розробка установчих документів

2. Висновок установчого договору про створення й діяльності підприємства

3. Затвердження статуту підприємства й оформлення протоколу №1 про призначення директора й голови ревізійної комісії

4. Відкриття тимчасового рахунку в банку. Протягом 30 днів повинно зробити не менш 50% статутного капіталу

5. Для реєстрації підприємства надається: заява засновника підприємства, рішення про створення підприємства, договір засновників, свідоцтво про сплату державного мита

6. Передача відомостей про підприємство для включення до державного реєстру

7. Внесення учасниками підприємства своїх внесків у банк

8. Відкриття розрахункового рахунку в банку

9. Реєстрація підприємства в районній податковій інспекції

10. Одержання дозволу на виготовлення круглої печатки

11. Виготовлення круглої печатки

12. Функціонування підприємства як самостійної юридичної особи.

Процедура створення підприємств (фірм) в основному однакова для всіх. Установчі документи юридичних осіб діляться на основні й додаткові. Основні визначаються законодавством і складаються зі статуту й договору.

Основні розділи установчого договору малого підприємства наступні:

- предмет договору;

- зобов'язання;

- права й відповідальність;

- порядок вирішення спорів;

- розмір статутного фонду;

- юридична адреса.

Установчий договір - один з найважливіших видів договору, що передбачає добровільне об'єднання двох або декількох осіб, їх майна, у якому кожний учасник бере на себе певні зобов'язання щодо інших учасників з метою присвоєння прибутки. Тому в ньому звертають увагу на загальні обсяги статутного фонду, частки кожного із засновників і на форму (натуральну або речовинну), у якій вона вноситься, а також на способи оплати за надані товари, послуги або виконані роботи.

Важливими в установчому договорі також положення про форми відповідальності учасників за невиконання взятих зобов'язань, порядок вирішення спорів, умови розірвання або продовження договору й ін. Підписанню установчого договору, як правило, передує ретельне комплексне техніко-економічне обґрунтування діяльності підприємства, насамперед розрахунки статутного фонду, очікуваних прибутків, балансу прибутків і видатків на функціонування підприємства й ін.

Головне призначення установчого договору складається в правовому регулюванні відносин засновників підприємства. Установчий договір є одним з різновидів угоди про спільну господарчу діяльність з утворенням самостійної юридичної особи.

Ціль установчого договору - об'єднання майна капіталів і підприємницьких зусиль для одержання прибутку. Установчий договір визначає взаємини між учасниками фірми, насамперед майнового й організаційного характеру. Про це свідчить структура договору, що має наступні розділи: " Загальні положення", "Предмет (вид), основні цілі й напрямки діяльності", "Зовнішньоекономічна діяльність", "Права фірми", "Виробничо-господарська діяльність", "Керування фірмою і її трудовим колективом "," Організація й оплата праці "," Розподіл прибутку (доходу) і відшкодування збитків "," Облік, звітність і контроль "," Припинення діяльності фірми (реорганізація й ліквідація) ".

Установчі документи підтверджують юридичний статус підприємства, тому вимагають професійного підходу до укладання. Таку роботу доручають, як правило, фахівцям (юристам, економістам). Статут і установчий договір підписують усі засновники (учасники), тиражують у необхідній кількості екземплярів, свідчать у державного нотаріуса й подають на реєстрацію.

Приватні підприємства створюються й функціонують на основі статуту. Статут - головний і дуже важливий документ у діяльності підприємства. Це юридичний документ, що визначає діяльність підприємства, регулює економічні і юридичні відносини всіх його працівників. У статуті приводиться повна характеристика напрямків діяльності підприємства. Структура статуту підприємства включає наступні основні розділи: " Загальні положення", "Предмет, цілі діяльності", "Майно підприємства", "Органі керування", "Виробничо-господарська діяльність", "Регулювання трудових відносин", "Облік, звітність і контроль", "Реорганізація й припинення діяльності підприємства".

У статуті також визначаються вид підприємства, його повна назва, місцезнаходження, товарний знак. Завдання статуту - дати висновок про правовий статус підприємства (фірми) як самостійного господарського суб'єкта, має усі права юридичної особи, про його внутрішній механізм керування й самоврядування, режим формування й використання майна підприємства (фірми), розпорядження його коштами й прибутком.

У розділі "Органі керування" передбачається, що керування підприємством здійснюється на основі комбінації прав власника по господарському використанню свого майна й принципів самоврядування трудового колективу. Підприємство самостійне визначає структуру керування, установлює штат. Власники можуть делегувати свої права по керуванню підприємством раді підприємства або іншому органу, який передбачається статутом підприємства. Наймання (призначення, обрання) керівника підприємства є правом власника майна. Виконавчі функції по керуванню колективом підприємства здійснює правління, яке обирається власником майна на загальних зборах таємним голосуванням на альтернативній основі. Трудовий колектив підприємства становлять усі громадяни, які працюють на основі трудового договору (контракту, угоди).

Трудовий колектив підприємства:

- розглядає й затверджує колективний договір;

- вивчає й вирішує питання самоврядування трудового колективу;

- визначає й затверджує перелік і порядок соціальних пільг;

- розглядає разом із засновником зміни й доповнення в статут підприємства;

- установлює умови наймання керівника;

- бере участь у розв'язанні питання про виділення зі складу підрозділів для створення нового підприємства;

- разом із власником вирішує питання про вступ і вихід підприємства з об'єднання підприємств;

- ухвалює рішення про оренду підприємств.

Після викупу підприємства трудовий колектив здобуває права колективного власника. Повноваження трудового колективу всіх видів підприємств, на яких використовується наймана праця, передбачаються статутом, загальними зборами і їх виборним органом. Керівництво підприємства самостійно вирішує питання діяльності підприємства, за винятком тих, які стосуються компетенції інших органів керування.

При складанні статуту потрібно звернути особливу увагу на фірмову назву підприємства і його юридичний статус. Фірмова назва є візитною карткою підприємства. Необхідно уникати повторення назв уже зареєстрованих фірм, оскільки однакова назва може внести плутанину, а в деяких випадках навіть ушкодити іміджу нової фірми.

Статут підприємства ухвалюється й затверджується загальними зборами засновників. Затверджений статут зшивається нитками й засвідчується нотаріусом і в комплекті з іншими документами передається в орган державної реєстрації.

Право на здійснення підприємницької діяльності підприємство здобуває тільки після акту державної реєстрації такої діяльності, інакше така діяльність є незаконною. Є певний порядок і умови реєстрації нового підприємства. Будь-яка підприємницька структура вважається створеною й здобуває права юридичної особи від дня її реєстрації в державній адміністрації місцевої влади по місцезнаходженню підприємства або за місцем проживання підприємця.

Фінансово-господарча діяльність підприємства будь-якої організаційно-правової форми й власності починається з формування статутного фонду.

Статутний фонд - це виділені підприємству або притягнуті їм на принципах, певних законодавством, фінансові ресурси у вигляді коштів або вкладень у майно, матеріальні цінності, нематеріальні активи, цінні папери, закріплені за підприємством на праві власності або повного господарського ведення. За рахунок статутного фонду підприємство формує свої власні (основні й оборотні) кошти.

Порядок і джерела формування статутних фондів залежать від типу підприємства й форми власності, на базі якої воно функціонує. В Україні права підприємств різних форм власності й типів закріплені в чинному законодавстві, зокрема в законах України " Про власність", " Про підприємства в Україні", " Про господарчі товариства". Порядок формування статутного фонду має специфічні особливості для державних, колективних і індивідуальних підприємств.

Статутний фонд державного підприємства - це сума коштів і вартість матеріальних ресурсів, безоплатно виділені державою в постійне розпорядження трудового колективу підприємства на праві господарського ведення. Підприємство володіє, користується, розпоряджається цими ресурсами, виявляє щодо них будь-які дії, що не суперечать закону й цілям діяльності підприємства. Розмір статутного фонду державного підприємства визначається обсягом виробництва й послуг, на ньому.

Джерелом формування статутного фонду державних підприємств є кошти, які належать державі. Вони виділяються або з державного бюджету, або за рахунок інших державних підприємств - у порядку внутрішньогалузевого й міжгалузевого перерозподілу фінансових ресурсів за розпорядженням державних органів, що виконують функції по керуванню державним майном (Фонд державного майна, міністерства й відомства України).

У сучасних умовах державні підприємства нарощують свої статутні фонди за рахунок власних нагромаджень: прибутки, частину якої вони направляють на розвиток виробництва - реконструкцію, придбання нового обладнання, нових технологій, а другу частину - на поповнення статутного фонду, приріст власних обігових коштів.

Індивідуальні підприємства формують статутний капітал (розмір якого фіксується законодавством) за рахунок власних коштів або позичених грошей.

Колективні підприємства - це форма об'єднання підприємницького капіталу. Об'єднання капіталів здійснюється на основі пайової або акціонерної власності.

Формування статутного фонду акціонерного товариства здійснюється відповідно до Закону України " Про господарчі товариства". Акціонерні товариства формують свої статутні фонди за рахунок реалізації акцій шляхом відкритої передплати на них або купівлі-продажу на фондовій біржі (це стосується відкритих акціонерних товариств) або шляхом розподілу всіх акцій між засновниками без права поширення акцій за допомогою відкритої підписки й купівлі-продажу на біржі ( у закритих акціонерних товариствах). Таким чином, у закритих акціонерних товариствах 100% статутного фонду належить засновникам. Законодавством установлене, що засновники відкритих акціонерних товариств несуть зобов'язання викупити 26% усіх акцій, тобто їхня частка в статутному фонді не може бути нижче 25%.

При створенні відкритого акціонерного товариства юридичні й фізичні особи, які виявили бажання купити акції, тобто стати акціонерами нового підприємства, повинні внести на рахунок засновників не менш 10% вартості акцій, на які вони підписалися.

Акціонерне товариство збільшує свій статутний фонд за рахунок:

- додаткового випуску акцій;

- прибутку на приріст статутного фонду шляхом збільшення номінальної вартості акцій.

Товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю й повні товариства формують статутні фонди із внесків учасників. Ці внески, оцінені в національній валюті, визначають частку (пай) учасників у статутному фонді, причому в товариствах з обмеженою відповідальністю сума внеску кожного з учасників становить границю його відповідальності щодо зобов'язань суспільства.

Пай кожного засновника є іменним, що підтверджується видачею засновникові письмового пайового свідоцтва. Воно не є цінним папером, тобто не може вільно продаватися на фондовій біржі й не може бути передане іншій особі без дозволу засновників. На момент реєстрації засновники зобов'язано сформувати 30% статутного фонду. Для цього на ім'я одного із засновників у банку відкривається тимчасовий рахунок, на який вноситься 30% суми статутного фонду. Тимчасовий банківський рахунок не дає права на виробництво розрахункових операцій.

У товариствах з додатковою відповідальністю й повних товариствах учасники відповідають за них борги сумою своїх внесків у статутний фонд, а якщо сума статутного фонду недостатньо для покриття боргів суспільства, те додатково приналежним кожному члену.До командитного товариства входять учасники, які формують статутний фонд на основі повного товариства, а також вкладники, які відповідають по зобов'язаннях суспільства тільки в межах свого внеску в його статутний фонд.

Реєстраційний етап утворення підприємства охоплює наступні фази:

- формування пакета реєстраційної документації;

- внесення необхідної суми в статутний фонд і обов'язкових платежів;

- одержання свідоцтва про реєстрацію;

- одержання ідентифікаційного коду й печатки;

- постановка на облік у статистичному керуванні;

- реєстрація в податковій адміністрації й пенсійному фонді;

- відкриття рахунку в установах банку.

**Державна реєстрація підприємства** представляє процес легалізації діяльності господарюючих суб'єктів у випадку відповідності юридичної особи і його реєстраційних документів вимогам чинного законодавства.

В Україні в останні роки діє типова система реєстрації знову створеного підприємства. З метою реєстрації потрібно подавати такі документи:

- рішення власника майна або вповноваженого органа про організацію підприємства ( при наявності двох або більш власників таким документом є договір про установу);

- статут підприємства;

- письмове підтвердження юридичної адреси суб'єкта підприємства;

- реєстраційну картку, заповнену в трьох екземплярах, яка одночасно виконує роль заяви засновника про реєстрацію підприємства;

- квитанцію про сплату мита за реєстрацію підприємства;

- нотаріально засвідчену копію свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи.

Якщо власниками суб'єкта підприємницької діяльності є фізичні особи, їх підписи на установчих документах повинні бути нотаріально засвідчені. На реєстрацію подають тільки оригінали установчих документів, не повинні містити положень, що суперечать чинному законодавству. Відповідальність за це несе заявник.

Завершальним етапом створення й реєстрації підприємства є відкриття розрахункового рахунку у відповідному банку за місцем перебування знову створеного підприємства.

Ринок не передбачає необмеженої свободи дій підприємницьких структур. Згідно з діючим законодавством України можна здійснювати всі види підприємницької діяльності, крім деяких.

По-перше, тільки державні підприємства й організації можуть виготовляти й реалізувати наркотичні засоби, військова зброя, боєприпаси до нього, вибухові речовини, опікувати об'єкти державної власності.

По-друге, конкретний перелік видів підприємництва, можна здійснювати лише за умови одержання спеціального дозволу - ліцензії.

Існує 44 виду підприємницької діяльності, для здійснення яких відповідно до Закону України " Про внесення змін у Закон України" Про підприємництво ", необхідно мати ліцензію. Зокрема до них відносяться:

- створення й утримування стрілецьких тирів, стрільбищ, мисливських стендів;

- виготовлення й реалізація лікарських засобів;

- виготовлення пива, алкогольних напоїв, а також виготовлення й реалізація етилового, коньячного й плодового спирту;

- виготовлення тютюнових виробів;

- медична й ветеринарна практика;

- юридична практика;

- міжнародні перевезення пасажирів і вантажів залізничним і автомобільним ( крім країн СНД), повітряним, річковим, морським транспортом;

- виготовлення й ввіз бланків цінних паперів, документів строгої звітності й знаків поштової оплати, а також матеріалів і напівфабрикатів для їхнього виробництва;

- видобуток дорогоцінних металів і дорогоцінних каменів, виготовлення й реалізація виробів з їхнім використанням;

- аудиторська й страхова діяльність;

- виготовлення ветеринарних медикаментів і препаратів;

- діяльність, пов'язана з організацією іноземного й закордонного туризму;

- здійснення операцій з металобрухтом;

- посередництво в працевлаштуванні на роботу за кордоном;

- довірчі й інші операції з майном довірителя (вкладника) і інші.

Термін дії ліцензії встановлюється органом, що видали ліцензію, але не менш чому на три роки. Ліцензія видається після ухвалення рішення про її видачу й вистави заявником в орган, що видає ліцензію, документа про внесення плати за видачу ліцензії. Розмір плати за видачу ліцензії встановлюється Кабінетом Міністрів України.

**Лекція 3. Підприємницька ідея та механізм її здійснення. Технологія створення власного бізнесу**

3.1. Пошук підприємницької ідеї

3.2. Етапи створення власної справи

3.3. Етика підприємництва і соціальна відповідальність у бізнесі

**3.1. Пошук підприємницької ідеї**

В основі підприємницької діяльності завжди повинна лежати підприємницька ідея. Ідея є потенціалом підприємництва. Вдало сформульована ідея може визначити діяльність підприємця на все життя. Однак для продовження підприємництва потрібні всі нові й нові ідеї.

Пошук підприємницької ідеї це не типовий пошук. Для пошуку гарної підприємницької ідеї надто важливо натхнення. Деякі великі підприємці, що залишили слід в історії, змогли створити успішний бізнес не тому, що вони вміли обробляти інформацію, як ми це робимо зараз: моделювати на комп'ютері й готувати різні альтернативні версії проекту. В основі їх успіху лежало те, що вони змогли інтуїтивно визначити свою бізнес-ідею в потрібний час і в потрібному місці. Вони змогли краще або швидше, чим інші, побачити, що саме потрібно людям зараз, або знадобиться їм у найближчому майбутньому. Виявлення й задоволення споживчих потреб є головними факторами при пошуку й виборі ідеї. Бізнес може приносити гроші тільки тоді, коли він задовольняє потреби споживачів.

**Підприємницька ідея** – це відбиття у свідомості підприємця властивого споживачеві бажання (усвідомленого чи ні) мати той товар, який буде зроблений підприємцем. Це чітке уявлення про те, як потреба потенційного покупця може бути задоволена, шляхом яких конкретних дій підприємця.

Проблема підприємницької ідеї має дві істотні особливості:

- без наявності конкретної ідеї підприємницька діяльність неможлива ( що особливо важливо для починаючого підприємця);

- будь-який функціонуючий підприємець у своїй діяльності не може уникнути процесу нагромадження, відбору й порівняльного аналізу підприємницьких ідей.

***Джерела формування підприємницьких ідей*** :

1) *товарний ринок.* Сутність використання товарного ринку як джерела ідей зводиться до виявлення існуючого на ринку дефіциту й прибутковості своїх зусиль по можливій ліквідації такого дефіциту. Звичайно до цього джерела прибігають починаючі підприємці, що мають малий досвід. Досвідчений підприємець теж аналізує товарний ринок, але звичайно має інші мети;

2) *географічний або структурний «розриви» у системі суспільного виробництва.*  При використанні в якості джерела ідей географічних або структурних «розривів» у системі суспільного виробництва підприємець аналізує:

- процес виробництва товару, його окремих компонентів або навіть цілої товарної групи;

- джерело й «маршрут» просування товару від виробника до споживача;

- форму пропозиції товару споживачеві.

Ціль цього аналізу: виявлення «розривів» у процесі виробництва — структурних (це проводиться, то не проводиться) або в процесі постановок — географічних (це проводиться в нашій країні, а то ввозиться з-за кордону, чому?). Якщо в результаті виявлення «розривів» підприємець формує ідею й реалізує її, то це означає, що він зумів інтегруватися в процес виробництва. Звичайно це відбувається у формі організації виробництва товару або окремих його компонентів замість ввезених з-за кордону, налагодження прямих зв'язків з виробником замість існуючих;

3) *досягнення науки й техніки*. Досягнення науки й техніки як джерело ідей вимагають гарної поінформованості в цій області й значної інтелектуальної праці. З одного боку, такий підхід спрямований на пошук конкретних форм сполучення, наявних досягнень науки, техніки й технології, з іншого боку — можливостей виробництва нових товарів.

Планування виробництва нових товарів здійснюється на основі впровадження в виробництво досягнень науки, техніки й технології. Цією діяльністю повинні займатися професіонали. Об'єктом уваги може бути не тільки товар, але й технологія його виробництва, виробничий процес;

4) *нові можливості застосування вже виробленого товару або продукту.* Нові можливості застосування вже виробленого товару або продукту є специфічним джерелом ідей. У значній мірі поява ідей на базі цього джерела носить випадковий характер. Однак цілеспрямований пошук у цьому напрямку, заснований на творчому підході, теж ефективний метод. Наприклад, прилади нічного бачення, раніше використовувані тільки у військовій техніці, у результаті конверсії ВПК стали широко застосовуватися для цивільних цілей (в охоронних системах або для прицілів мисливських рушниць).

5) *не усвідомлені споживачем або поки не вдоволені споживчі запити.* Не усвідомлені споживачем і поки не вдоволені запити, що вгадуються підприємцем, являють собою практично невичерпне джерело ідей. Це ґрунтується на тому, що будь-яка вдоволена потреба породжує нову. Якщо міркувати в масштабах ринку, то забезпечення їм видимих суспільних потреб приводить до дозрівання нових, які ще можуть не зізнаватися потенційними споживачами. Тому підприємцеві важливо прогнозувати майбутній розвиток ринку. Такий прогноз можливий на основі тенденцій попереднього періоду розвитку ринку й основних напрямків НТП, що мають місце в даний період. Однак слід розуміти, що ідеї, засновані на даному джерелі, приводять до проектів з підвищеним ризиком. Зате успішна реалізація таких проектів дозволяє забезпечити довгочасне стійке положення на ринку й високий дохід.

Відбір ідей відбувається за наступними критеріями:

- ефективність ідеї (наприклад, реалізація ідеї А обіцяє чистий прибуток у розмірі 1 тис грн, а ідеї Б – 2 тис. грн. на місяць);

- перспективи завоювання міцного положення на ринку (допустимо, з товаром А можна завоювати 10% ринкового сегмента, а з товаром Б – 25%);

- тривалість підготовчого періоду ( від початку втілення підприємницької ідеї до моменту передачі споживачеві товару, що становить предмет цієї ідеї).

- розмір необхідного капіталу й можливості його інвестування, ступінь доступності устаткування, необхідного для організації виробництва – доступність необхідної сировини в необхідних кількостях;

- наявність робочої сили необхідного профілю й достатнього рівня кваліфікації.

Пошук і відбір підприємницьких ідей припускають:

-знання споживача, його потреб у тому або іншому товарі, послузі;

- володіння інформацією про рівень розвитку науки, техніки й технології;

-об'єктивну оцінку підприємцем своїх власних здатностей, умінь і навичок, які дозволяють реалізувати ідею.

Також при виборі підприємницької ідеї слід враховувати підприємницьке середовище її реалізації.

**Підприємницьке середовище** - це сукупність зовнішніх і внутрішніх факторів, що виявляють вплив на функціонування фірми й потребують прийняття рішень, спрямованих або на їхнє усунення, або на пристосування до них. Нестійкість середовища інтуїтивного бізнесу різко звужує можливості для одержання підприємцем прибутків і робить бізнес ризикованим.

Усе підприємницьке середовище поділяють на дві частини: внутрішнє й зовнішнє.

**Внутрішнім підприємницьким середовищем фірми** вважаються ситуаційні фактори усередині самої фірми, які є в основному результатом управлінських рішень, але не повністю можуть контролюватися за допомогою управлінських рішень. До внутрішніх факторів відносять: цілі, структуру, технологію й людей.

**Зовнішнє підприємницьке середовище** – це всі умови й фактори, що виникають у навколишньому середовищі, незалежно від діяльності конкретної фірми, але здатні виявити на неї значний вплив і тому потребують управлінських рішень.

Зовнішні фактори підприємницького середовища:

- макроекономічний стан економіки (рівень, структура пропозиції та попиту на товари; структура надлишок або недолік робочих місць; обсяги структури доходів населення й фірм; розміри і доступність вільних коштів, рівень доходу на інвестиційний капітал, структура попиту та пропозиції на фінансовому ринку);

- інфраструктура бізнесу - система інститутів і їх взаємозв'язків, за допомогою яких бізнес одержує можливість встановлювати ділові взаємини й вести комерційні операції (сюди входить виробнича інфраструктура - транспортні засоби, дороги, лінії електропередач, зв'язки і т.ін.; ринкова інфраструктура - послуги з розподілу, реалізації, зберіганню, доставці товарів (оптові й роздрібні продавці, магазини, товарні біржі й система посередників, біржі праці і т.п.); фінансова інфраструктура - надання фінансових послуг банками, кредитними, інвестиційними установами, страховими компаніями; інформаційна інфраструктура - система установ, що виявляють послуги зі збору й надання спеціалізованої інформації, консалтингові, аудиторські, інжинірингові фірми; маркетингові дослідження).

- податкова, грошово-кредитна політика, політика підтримки підприємництва й т.п.;

- соціально-культурне середовище, а саме система освіти, моделі поведінки господарюючих суб'єктів, спосіб життя. Більшу роль відіграють також моральні й релігійні норми, відношення населення до роботи й т.п.;

- правове середовище: закони, що регулюють підприємницьку діяльність; процесуальні механізми реалізації законів; особливості неформальних, традиційних норм права; особливості юридичного супроводу бізнесу;

- технологічне середовище - рівень науково-технічного розвитку, який впливає на підприємництво (інформаційний простір, обробка даних і т.п.);

- фізичне й географічне середовище - географічне розташування бізнесу, особливості його доступу до природних і людських ресурсів.

**Технологія прийняття підприємницьких рішень – це** послідовність дій, об'єднаних у логічну систему, що забезпечує аналіз альтернативних варіантів і виявлення найбільш ефективного, з погляду поставленої мети, з урахуванням потенційних можливостей фірми.

Етапи прийняття рішень:

1. Розгляд і аналіз можливих альтернатив (проектів).

2. Осмислення альтернатив, виявлення їх переваг і недоліків.

3. Розробка вимог по реалізації проекту (необхідність конкретних ресурсів, технологій, фінансування й т.п.).

4. Економічний розрахунок вартісної оцінки дій по реалізації проекту.

5. Розрахунки ймовірного економічного ефекту з урахуванням песимістичного варіанта можливості розвитку подій.

6. Зіставлення варіантів песимістичного й оптимістичного розрахунків економічного ефекту з метою визначення ймовірного діапазону можливого ефекту.

7. Порівняння прийнятих до розгляду проектів по всій сукупності виявлених на ранніх етапах якісних і кількісних характеристик. Даний етап технічно найбільш складний. Наприклад, один проект обіцяє найбільший економічний ефект, але вимагає значно більших ресурсів і більш ризикований. У цьому випадку можлива експертна оцінка доцільності вибору. Але можливі й інші, більш формалізовані варіанти.

8. Ухвалення рішення про реалізацію обраної альтернативи. Звичайно досвідчений підприємець залишає на цьому етапі для подальшого розгляду 2-3 альтернативи. Останні два етапи завжди вимагають певної частки інтуїтивного підходу.

**Науково - обґрунтовані методи пошуку підприємницької ідеї:**

*Індивідуальні методи творчого пошуку*:

- метод аналогії -припускає використання подібних фактів до відомого рішення.

- метод інверсії - специфічний метод, що припускає пошук ідей від противного.

- метод ідеалізації - ініціювання вистави про ідеальний розв'язок проблеми.

*Колективні методи пошуку підприємницької ідеї:*

- метод мозкового штурму - творче співробітництво групи фахівців для розв'язку проблеми за допомогою виробництва дискусії по конкретному колу питань, при цьому забороняється критика, негативні коментарі про виступи опонентів, підтримка нових ідей;

- метод конференції ідей - допускає критику у формі реплік або коментаря;

- метод колективного блокнота - поєднує індивідуальне обґрунтування ідеї з колективною оцінкою. Кожний учасник одержує блокнот, у якому викладена суть рішення проблеми. За певний час кожний учасник обговорення записує власні ідеї за рішенням проблеми. Блокноти одержує керівник проекту. Після узагальнення інформації організується творча дискусія й ухвалюється рішення щодо нової підприємницької ідеї.

Методи активізації пошуку:

Метод контрольних питань - ініціювання рішення обговорюваної проблеми за допомогою питань, згрупованих у блоки.

Метод фокальних (випадкових) об'єктів – метод пошуку нових ідей і характеристик об'єкта на основі приєднання до вихідного об'єкта властивостей інших, обраних випадково, об'єктів. Звідси інша назва – метод випадкових об'єктів.

Метод морфологічного аналізу - використання комбінаторики, тобто дослідження всіх можливих варіантів, виходячи із закономірностей будови (морфології) об'єкта, що підлягає вивченню й аналізу. Шляхом комбінування варіантів виходить ряд рішень.

Економічні методи прийняття підприємницьких рішень

Основою економічних методів прийняття підприємницьких рішень є аналіз таких категорій, як ціна, витрати виробництва, фінанси, і вміння оперувати ними в практичній діяльності.

1. *Формування ціни товару*. Доцільність виступу підприємця на ринку визначається тим, що йому вдається сформувати мінімально припустиму ціну на рівні нижче ринкової ціни. Підприємець має можливість управляти процесом ціноутворення, якщо мова йде про її мінімально припустимий рівень. У цьому випадку керування ціноутворенням пов'язане з пошуком шляхів мінімізації витрат виробництва.

2. Другий метод впливу на процес ціноутворення пов'язаний з *аналізом ринкової ціни*. У цьому випадку підприємець виявляє, які товарні характеристики лежать в основі ціноутворення, і як може змінитися ціна при якій-небудь зміні товарних характеристик. У результаті товару надаються, по можливості, характеристики, що збільшують ринкову ціну більшою мірою, чим витрати.

3. *Керування витратами виробництва*. Слід розрізняти економічні й бухгалтерські витрати. Підприємець в основному має справу з економічними витратами. Вони пов'язані з можливою реалізацією того або іншого проекту. Під бухгалтерськими розуміються фактично понесені фірмою витрати. Між плануванням витрат і моментом їх здійснення існує часовий розрив. У зв'язку із цим підприємець при плануванні витрат використовує принцип «максимально можливих витрат». Це принцип, зворотний принципу мінімально припустимої ціни.

При розгляді економічних витрат звичайно оперують поняттям «валові витрати». Валові витрати являють собою сукупність постійних і змінних витрат. Різниця між ціною товару й розміром витрат називається величиною покриття товару. Вона становить суму коштів, частина яких іде на покриття постійних витрат, а частина, що залишився, – на прибуток.

4. Визначення границь обсягу виробництва. Мінімально припустимий обсяг виробництва це рівень беззбиткового виробництва. Це така програма виробництва, при якій витрати покриваються доходами. Підприємцеві завжди важливо визначити для себе прийнятні границі виробництва – мінімально припустиму й максимально можливу. Це пов'язане з рівнем ринкового попиту. Підприємцеві важливо визначити не тільки можливі межі виробництва, але і його оптимальний обсяг. Під оптимальним розуміється такий обсяг виробництва, при якому різниця між одержуваним доходом і сумарними витратами мінімальна. Збільшення обсягу виробництва викликає й ріст витрат. Цей ріст не завжди пропорційний обсягу виробництва. У цьому випадку застосовують наступні правила вибору:

1) визначають середні валові витрати на одиницю продукції;

2) рішення убік збільшення обсягу вибирається у випадку, якщо граничні витрати додатково вироблених товарів менше або рівні середнім валовим;

3) слід відмовитися від збільшення обсягу виробництва, якщо має місце зворотна картина;

4) розраховують середні валові витрати до нового обсягу виробництва.

При прийнятті рішень враховують і інші фактори, наприклад, собівартість продукції, крапки беззбитковості й ін.

*Приклад 1. Собівартість*

Собівартість змінюється з кожною зробленою або придбаною одиницею товару або послуги, що можна проілюструвати за допомогою наступного простого прикладу:

Хтось відправився на автомобілі в магазин, щоб купити пачку масла ціною в 30 грн. При розрахунках витрат ухвалюються наступні складові:

Витрачена година часу на поїздку, що при оцінці години часу в 100 грн додає до витрат 100 грн.

Зношування автомобіля (амортизація), що додає до витрат 10 грн.

У такий спосіб собівартість пачки масла складе:

Собівартість = (ціна всієї партії ( у цьому випадку однієї пачки масла) + витрати) / кількість (30+10+100)/1 = 140 грн.

Але якщо придбати 2 пачки масла, то собівартість буде інший:

(ціна х 2 + витрати) / 2 = (30 х 2+10+100)/2 = 85 грн.

Аналогічно можна визначити собівартість і для інших умов і на цій базі ухвалювати управлінські розв'язки.

*Приклад2 Визначення порога рентабельності (крапки беззбитковості)*

У цьому зв'язку важливо насамперед з'ясувати, яким по величині повинен бути мінімально припустимий обсяг реалізації товару, щоб не виникла ситуація одержання збитків від вашої діяльності. Аналіз беззбитковості починається з визначення виторгу - різниці між роздрібною ціною й змінними витратами на одиницю продукції.

Приклад: Допустимо, деякий вид продукції реалізується за ціною 1000 грн. за одиницю, змінні витрати на виготовлення одиниці продукції склали 600 грн., постійні витрати рівні 400 грн.

Виторг від продажу 1 одиниці товару складе: Дохід від продажу - Змінні витрати = 1000-600=400 грн.,

Тепер підрахуємо кількість виробів, які необхідно продати, щоб загальний виторг рівнявся постійним витратам, іншими словами, визначимо крапку беззбитковості. Це можна зробити шляхом розподілу суми постійних витрат на виторг : 400 000 / 400 = 1000 виробів.

Проведений аналіз свідчить, що випуск і продаж лише 1001 і наступних за ним виробів будуть давати при зазначених витратах прибуток. Якщо ж кількість виробів за якимись причинами буде менше 1000 одиниць, то витрати на виробництва виявляться не відшкодованими й ніякий мови про прибуток бути не може, тому що утворюється збиток. Це своєрідна крапка рівноваги між збитком і прибутком.

Кращим варіантом підприємництва є така сфера, у якій підприємство починає функціонувати першим і є можливість визначати асортименти, ціни, залучати клієнтів і замовників. Однак підприємець повинен мати «запасний» варіант напрямку діяльності на той випадок, якщо спочатку вибраний не приносить успіху.

**3.2. Етапи створення власної справи**

Будь-яка ідея може бути реалізована в практику господарської діяльності з різним ступенем ефективності. При цьому кожний підприємець обирає й відпрацьовує свою техніку реалізації ідей. Для реалізації ідеї необхідно скласти загальну схему, що включає основні етапи й процеси взаємозалежних дій, спрямованих на досягнення конкретного результату.

***Загальна схема практичної реалізації ідеї*** :

 Підприємницька ідея            Вибір технології             Розміщення виробничої потужності         Вибір технічних елементів

 Оцінка сировинної й матеріальної бази             Вибір трудових ресурсів

   Оцінка умов інвестування діяльності            Проектування системи керування             Вибір каналів збуту продукції

Коли загальна схема ясна у всіх позиціях, можна переходити до точних розрахунків попереднього характеру. Тобто кожна дія повинна бути детально проаналізована за допомогою точних розрахунків, які оформляються у вигляді підприємницького проекту. На практиці застосовуються два варіанти документального оформлення: бізнес – план або технико-економічне обґрунтування.

Реалізація прийнятої ідеї також має кілька етапів:

1) бізнес-планування, сутність якого полягає в детальному викладі з точними розрахунками реалізації проекту. У бізнес-плані також вказуються організаційна форма підприємництва й джерела формування коштів, необхідних для початкового етапу реалізації ідеї;

2) залучення позикових коштів і партнерів (учасників);

3) державна реєстрація власної фірми (підприємства), якщо вона створюється вперше;

4) організаційно-технічна підготовка фірми до виробництва товарів (послуг);

5) керування функціонуючою фірмою й партнерськими зв'язками;

6) постановка на облік у податковому органі за місцем перебування фірми (місцю проживання індивідуального підприємця);

7) постановка на облік у територіальних органах Пенсійного фонду, фонду соціального страхування, і ін. фондах;

8) одержання відповідних кодів економічної діяльності в територіальному статистичному органі;

9) відкриття у встановленому порядку в будь-якому банку розрахункових (поточних) і інших рахунків;

10) укладення договорів (контрактів) на поставку сировини, матеріалів, що комплектують виробі і інших факторів виробництва, необхідних для здійснення підприємницької діяльності;

11) одержання відповідно до законодавства дозволу (ліцензії) на здійснення окремих видів діяльності;

12) проведення маркетингових досліджень ринку, вибір способів просування товарів на ринок, визначення шляхів збуту продукції споживачам;

13) визначення методів формування цін на продукцію або послуги;

14) укладання договорів поставки, купівлі-продажу товарів (послуг) зі споживачами;

15) проведення необхідної рекламної кампанії товарів (послуг);

16) видання наказу про облікову політику організації; організація обліку доходів і видатків відповідно до нормативних документів Мінфіну й ін.

Реалізація підприємницької ідеї вважається успішною, якщо досягнуто (або майже досягнуто) результат, запланований на початку реалізації підприємницької ідеї. Цивілізоване розуміння підприємницького успіху зв'язується в першу чергу з ідеєю самоствердження або із прагненням змінити хід подій.

Комерційний успіх (додатковий дохід, прибуток) супроводжує підприємницький успіх, але в самій підприємницькій діяльності не виступає як самоціль. Це поняття успіху підприємництва опирається на культуру підприємництва як на систему спільно виношуваних і реальних переконань про цінності, що забезпечує високий престиж і сприяє збільшенню ефективності виробництва товарів (послуг) і доходів. У міру стабілізації соціально-економічного життя суспільства інтерес до культури підприємництва як до системи норм моральної поведінки ділових людей, їх обов'язків по відношенню друг до друга й суспільству в цілому буде зростати.

**3.3. Етика підприємництва й соціальна відповідальність у бізнесі**

Поліпшення справ в економіці, підвищення рівня життя населення неможливо без активізації творчої господарської діяльності, без розвитку світогляду й системи цінностей, які спонукали б людину проявляти ініціативу й самостійність. Важливе місце в системі базових цінностей ринкового світогляду належить етиці підприємництва й соціальної відповідальності в бізнесі. Адже саме усвідомлення своєї місії підприємця в ринковій трансформації економіки, соціальному прогресі дозволяє підсилити потенціал підприємницького сектору, довести його суспільну значимість.

**Складові підприємницької етики**

Підприємець, як особливий соціально-психологічний тип господарника, при втіленні своїх задумів, планів пов'язаний безпосередньо з людьми. Йому доводиться здійснювати керування підлеглими, мати справи з партнерами по бізнесу, налагоджувати контакти із представниками органів державного регулювання підприємництва, клієнтами, консультантами. Не викликає сумнівів, що успіх підприємницької діяльності в значній мірі залежить від особистих якостей підприємця, його ділової культури, професіоналізму, уміння гідно представляти свій бізнес, з повагою до інших. Оцінка людських відносин, поведінки підприємця з погляду її відповідності загальноприйнятим розумним, цивілізованим нормам втілюється в професійній етиці бізнесмена, культурі підприємництва. Тому важливо стежити за нормами поведінки підприємця, вимогам, які суспільство пред'являє до стилю роботи, характеру спілкування з людьми, соціальному іміджу очолюваної їм фірми або підприємства.

Які ж цінності формують підприємницьку етику в її загальноприйнятому розумінні?

Воля діяльності підприємця проявляється в здатності ухвалення зваженого рішення, використанні певних способів досягнення мети, можливості вибору певного варіанта поведінки. Вибір оптимального варіанта може бути здійснений тільки в умовах високої етичності поведінки підприємця.

Етика підприємництва розробляє кодекс поведінки, показує гідність намірів підприємця, визначає властиві йому риси.

Комбінація чіткої усвідомленої природи підприємництва, визначення її корисності для економічного розвитку й соціального прогресу з дотриманням певних норм поведінки підприємцем дозволяє виділити **складові підприємницької етики:**

1) переконання в корисності своєї справи для суспільства;

2) здатність створювати команду однодумців і працювати з нею;

3) оцінка бізнесу як справи свого життя, що захоплює, творчості, форми самовираження;

4) визнання необхідності конкуренції, здатність до плідного співробітництва;

5) повага до законів, громадського порядку, державної влади;

6) уміння оцінювати новаторські дії інших, їх підприємницький потенціал.

 Успіх підприємницької діяльності багато в чому залежить від уміння налагоджувати партнерські зв'язки, додержуватися договірної дисципліни, зберігати комерційну таємницю.

Підприємницькі структури - компанії, фірми проводять різні заходи з метою підтримки й постійного зміцнення певних ціннісних стандартів і етичних принципів у відносинах з населенням. Головною метою цих заходів є узгодження інтересів фірми з етичністю поведінкою працівників і менеджерів. При цьому пріоритет віддається репутації фірми перед діями її конкретних представників, якщо ці дії проводяться з метою невірно сприйнятої або особистої вигоди.

Найпоширенішими шляхами формування етичної поведінки в підприємницьких структурах можуть бути наступні:

1. розробка етичних нормативів;
2. створення груп або комітетів з етики;
3. проведення соціальних обстежень і ревізій;
4. навчання етичній поведінці.

Отже, основа етичного кодексу фірми - додержуватися правил поведінки, прийнятим у цілому для суспільства. Постійне дотримання підприємницької етики стає гарантом і стимулом успішної діяльності, конкурентоспроможності бізнесу.

**Культура підприємництва й діловий етикет**

У загальному значенні поняття "**культура**" означає певну сукупність матеріальних і духовних цінностей, які провадить людство в історичному процесі свого розвитку. У той же час культура продукується способами створення цих цінностей, їх застосування й передачі. Тим самим вона виступає найважливішим критерієм оцінки окремої особистості. Саме культура визначає спрямованість суспільства, у тому числі економічну, поведінку підприємця, змушує його дотримуватися етикету ділової людини.

По суті, **культура підприємництва визначає** спосіб спілкування бізнесмена зі своїми клієнтами, партнерами, підлеглими й іншими особами в процесі здійснення власної справи. Культура підприємця усмоктує відповідну сукупність правил, вимог, знань і вміння поводитися у світі бізнесу.

Які ж основні навички повинен мати сучасний підприємець?

Для відповіді на це питання змоделюємо деякі найбільш важливі **аспекти діяльності підприємця.**

*Перший аспект* коректної поведінки ділової людини - це дотримання норм привітання й знайомства. Зокрема, при діловій зустрічі з незнайомими людьми треба представитися самому або через особу, яка влаштувала зустріч. Якщо ви гість, то варто представитися першим. І звичайно, перед тем як познайомити кого-небудь, слід переконатися, що обидві сторони бажають знайомства.

*Другий* - субординація в ділових відносинах. Як відомо, управлінські відносини мають ієрархічний характер. Це означає, що некоректно віддавати будь-які службові розпорядження виконавцеві, якщо його роботу повинен координувати ваш підлеглий керівник.

*Третій* - організація ділових контактів. Наприклад, запрошуючи співробітника на бесіду, попередите його заздалегідь через офіс-менеджера, або секретаря-референта. Це дозволить йому підготувати необхідні матеріали, розрахунки, сформулювати власні пропозиції.

Особливу увага в діловому етикеті займає вміння проводити ділові бесіди, дотримуватися ділового протоколу. Так, підприємець, який веде бесіду, виглядає значно привабливим, якщо дотримується у своїй поведінці наступних правил:

1. висловлюватися коротко й по суті, чітко викладаючи свої думки;
2. опиратися на факти, обґрунтовуючи свою позицію;
3. не захоплюватися деталями, але пам'ятати, що вчасно й доречно наведена деталь може зміцнити вірогідність вашої позиції;
4. уникати конфронтації, шукати шляхи вирішення складної проблеми.

Не менш важливо дотримуватися ділового протоколу, тобто порядку проведення ділових зустрічей, які повинні бути ретельно підготовлені. Здійснення переговорів стає більш ефективним, якщо сторони попередньо домовилися про матеріали й питання, що виносяться на обговорення. Ділові зустрічі прийнято проводити в спеціальному приміщенні.

І нарешті, підприємець повинен пам'ятати, що грамотність, логічність мови є обов'язковою умовою будь-якого ділового контакту. У комбінації із приємним зовнішнім виглядом, манерою триматися це суттєво впливає на імідж підприємства, а, отже, і на успіх бізнесу. Таким чином, перехід до нових соціальних норм, що базуються на здоровому економічному змісті й моральності дій, вимагає формування культури підприємництва й ділового етикету як якісних ознак нової особистості - підприємця.

**Юридична й соціальна відповідальність у бізнесі**

Підприємницька діяльність виступає елементом загальнокультурного розвитку. Цей вид діяльності повинен вирішувати конкретні соціальні проблеми на основі морально-етичних норм про цінність підприємництва. Інакше кажучи, підприємець несе соціальну відповідальність за почату справу і його розвиток не тільки перед собою, але й перед людьми, з якими він веде свій бізнес, а в остаточному підсумку - перед суспільством у цілому.

Держава створює для розвитку підприємництва необхідну правову базу, певним чином регулюючи цей вид діяльності. Дотримання існуючих законів породжує юридичну відповідальність. У той же час держава в певній мері залежить від підприємництва, розвиток якого сприяє розв'язку ряду загальнодержавних завдань: доходів у бюджет, працевлаштування населення, розвитку ринків товарів і послуг. Це означає, що між державою й бізнесом постійно підтримуються спільні економічні й соціальні інтереси. Вони виступають провідною ланкою механізму соціального партнерства підприємницьких структур і державних інститутів. Саме тому в більшості країн підприємці об'єднують свої зусилля для забезпечення соціального захисту населення, вирішення економічних проблем, що є у суспільства і які не можуть бути вирішені тільки зусиллями держави.

У сучасних умовах соціальна відповідальність має різноманітні форми прояву:

1. Ефективне ведення бізнесу - виробництво кращих товарів і послуг, забезпечення їх якості, повноти задоволення попиту.

2. Дотримання зобов'язань перед зацікавленими особами (акціонерами, клієнтами, партнерами в справі бізнесу, співробітниками) за їхній матеріальний добробут.

3. Сприяння розвитку підприємницького сектору в цілому - розвиток ринкової інфраструктури, безперервний рух інвестиційних ресурсів, конкурентний стан функціональних ресурсів, конкурентний стан функціональних ринків.

4. Участь у здійсненні загальнодержавних економічних програм, політичному й громадському житті - формування й відстоювання економічних і інших інтересів, що сприяють підвищенню ефективності економіки як єдиної системи.

Таким чином, прослідковується залежність між юридичною й соціальною відповідальністю в бізнесі. Збагнення кожним підприємцем цієї єдності - кращий показник етики підприємництва в суспільстві.

**Лекція 4. Основи бізнес-планування в підприємницькій діяльності**

4.1. Сутність бізнес-планування, його мети й функції

4.2. Технологія складання бізнес-плану

4.3. Характеристика основних елементів структури бізнес-плану.

**4.1. Сутність бізнес-планування, його мети й функції**

Жодне підприємство не зможе працювати прибутково в умовах ринкової економіки без ретельно підготовленого бізнес-плану.

**Бізнес план** — це документ, що дає розгорнуте обґрунтування проекту й можливість всебічно оцінити ефективність [принятых решений](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/resheniya-v-menedzhmente.html" \o "Принятие решений), ухваленихмых заходів, відповістити на запитання, чи коштує вкладати гроші в даний проект.

**Основною метою розробки бізнес-плану** є планування господарської діяльності фірми на найближчі й віддалені періоди відповідно до потреб ринку й можливостями одержання необхідних ресурсів. Поряд з головн метою, що визначає, укладачі бізнес-плану **повинні відбити** інші цілі:

1) соціальні цілі – подолання дефіциту товарів і послуг, оздоровлення екологічної обстановки, поліпшення психологічного клімату в країні, створення нових духовних і культурних цінностей, розвиток науково-технічного й творчого потенціалу, розширення ділових контактів, міжнародних зв'язків;

2) підвищення статусу підприємця – розвиток і зміцнення економічного потенціалу підприємця (включаючи виробничий потенціал, фінансовий, техніко-технологічний, науковий, освітній, а також духовний). Це служить умовою й заставою можливості успішного проведення наступних угод, підвищення престижу підприємця, породжуваного його популярністю, доброю репутацією, гарантіями високої якості товарів і послуг;

3) інші, спеціальні цілі й завдання:

* показати, що продукт або послуга знайдуть свого споживача, установити місткість ринку збуту й перспективи його розвитку;
* розвиток контактів, закордонні поїздки, входження в різного роду асоціації й ін.;
* оцінити витрати, необхідні для виготовлення й збуту продукції, надання на ринку робіт або послуг;
* визначити прибутковість майбутнього проведення й показати його ефективність для підприємства (інвестора), для [местного](http://www.grandars.ru/student/finansy/municipalnye-finansy.html" \o "Местный бюджет), регіонального й [государственного бюджета](http://www.grandars.ru/student/finansy/gosudarstvennyy-byudzhet.html" \o "Государственный бюджет).

Основний центр бізнес-плану – концентрування фінансових ресурсів для розв'язку стратегічних завдань, тобто він покликано допомогти підприємцеві розв'язати наступні **основні завдання, пов'язані з функціонуванням фірми**:

1) визначити конкретні напрямки діяльності, перспективні ринки збуту й місце фірми на цих ринках;

2) оцінити витрати, необхідні для виготовлення й збуту продукції, порівняти їх із цінами, по яких будуть продаватися товари, щоб визначити потенційну прибутковість проекту;

3) виявити відповідність кадрів фірми й умов для мотивації їх праці вимогам по досягненню поставлених цілей;

4) проаналізувати матеріальне й фінансове становище фірми й визначити, чи відповідають матеріальні й фінансові ресурси досягненню намічених цілей;

5) прорахувати ризики й передбачити труднощі, які можуть перешкодити виконанню бізнес-плану.

**У сучасній практиці бізнес-план виконує наступні функції**:

1. Можливість використання БП для розробки стратегії бізнесу. Ця функція життєво необхідна в період створення підприємства, а також при виробленні нових напрямків діяльності.

2. Планування. Вона дозволяє оцінити можливості розвитку нового напрямку діяльності, контролювати процеси усередині фірми.

3. Залучення коштів – позичок, кредитів. У сучасних умовах без кредитних ресурсів практично неможливо здійснити який-небудь значний проект, однак одержати кредит непросто. Головна причина укладається не стільки в проблемі високих процентних ставок, скільки в зрослій безповоротності кредитів. У цій ситуації банки вживають цілий комплекс заходів щодо забезпечення повернення коштів, серед яких слід зазначити вимоги банківських гарантій, реальної застави й інші, але вирішальним фактором при наданні кредиту є наявність проробленого бізнес-плану.

4. Залучення до реалізації планів компанії потенційних партнерів, які побажають вкласти в проведення власний капітал або наявну в них технологію. Розв'язок питання про надання капіталу, ресурсів або технології можливо лише при наявності бізнес-плану, що відображає курс розвитку компанії на певний період часу.

5. Шляхом залучення всіх співробітників у процес складання бізнес-плану відбувається поліпшення їх поінформованості про майбутні дії, координуються зусилля, створюється мотивація досягнення цілей.

Підготовка й ефективне використання бізнес-плану має першорядне значення. Цей план може бути розроблений менеджером, керівником, фірмою, групою фірм або консалтинговою організацією. Для визначення стратегії розвитку великої фірми складається розгорнутий бізнес-план. Нерідко вже на стадії його підготовки визначаються потенційні партнери й інвестори. Що стосується тимчасового аспекту бізнес-планування, то більшість фірм становить плани на рік. У них детально розглядаються різні напрямки діяльності фірми в цей період і швидко характеризується подальший розвиток. Деякі фірми становлять плани на строк до 5 років, і лише великі компанії, що твердо коштують на ногах, планують на період більш 5 років.

Поряд із внутрішнфірмовими функціями бізнес-планування має велике значення при визначенні стратегії планування на макрорівні. Сукупність довгострокових бізнес-планів підприємств становить інформаційну базу, яка є основою для розробки національної політики планування в рамках державного регулювання економіки.

Таким чином, найбільшою мірою бізнес-план використовується при оцінці ринкової ситуації як поза фірмою, так і усередині неї при пошуку інвесторів. Він може допомогти великим підприємцям розширити справа за допомогою покупки акцій іншої фірми або організації нової виробничої структури, а також є основою для формування загальнодержавної стратегії планування.

Цінність бізнес-плану визначається якістю інформації, що втримується в ньому, і припущень. Він не повинен відображати існуючі в дійсності перебільшення або упередження укладачів. Якісно складений бізнес-план — це також високоефективний і корисний інструмент маркетингової діяльності. Імовірність його виконання протягом часу прямо відображає компетентність керування підприємством, на чому особливо акцентується увага інвесторів.

**4.2. Технологія складання бізнес-плану**

Бізнес-план є цільовим, програмним і системним документом, який структурований на розділи і є системою розрахунків, технічних і економічних обґрунтувань. Містить економічні показники, описує заходу й дії, спрямовані на те, щоб досягтися основної мети поліпшення підприємницької діяльності.

У загальному випадку бізнес-план складається для зовнішніх і внутрішніх цілей. Зовнішня сторона бізнес-плану призначає для виправдання довіри інвесторів і кредиторів, переконання їх у потенційних можливостях компанії, компетентності її співробітників, а також необхідності надання їй стратегічної й фінансової допомоги. Інакше кажучи, відсутність ретельна продуманого бізнес-плану, систематично відкоректованого відповідно до мінливих умов, є істотним недоліком, що відображають слабість керування компанією, що в підсумку ускладнює можливості залучення фінансових ресурсів і досягнення довгострокової стабільності в конкурентному середовищі.

У ринковій економіці існує безліч версій бізнес-планів за формою, утримуванню, структурі і т.д. Найбільші відмінності спостерігаються в рамках модифікацій бізнес-планів у залежності призначення: по бізнес-лініям (продукція, роботи, послуги, технічні розв'язки), по підприємству в цілому (новому або діючому).

Існують **два основні підходи до розробки бізнес-плану**. Перший укладається в тому, що ініціатори проекту самі розробляють бізнес-план, а методичні рекомендації одержують у фахівців, зокрема в можливих інвесторів. Згідно із закордонною практикою даний підхід є більш кращим. Крім авторів концепцій, закладених у бізнес-плані, у його створенні активну участь ухвалюють фінансисти, що знають особливості кредитного ринку, наявності вільних капіталів, ризику даного бізнесу. При другому підході ініціатори бізнес-плану самі його не розробляють, а виступають у якості замовників. Розроблювачами бізнес-плану є фірми, що спеціалізуються в області маркетингової діяльності, авторські колективи, окремі автори. При необхідності залучаються консалтингові фірми й експерти.

У закордонній практиці прийняте, що розробка бізнес-планів здійснюється з обов'язковою участю керівника підприємства. Багато закордонних банків і інвестиційні фонди відмовляються розглядати заявки на виділення коштів, якщо ця умова не дотримується.

У кожному разі незалежно від способів складання бізнес-плану в процесі його розробки підлягають взаємному обліку й ув'язуванню **інтереси й умови зацікавлених сторін:**

1) замовника бізнес-плану, що є самостійним інвестором або, що використовує притягнутий капіталу, інтерес якого – реалізація проекту й одержання доходу;

2) інвестора, інтерес якого – повернення вкладених коштів і одержання дивідендів;

3) споживачів, що використовують продукцію, інтерес яких – задоволення потреб у товарах;

4) органів влади, що визначають потреби й пріоритети розвитку бізнесу, основна мета роботи яких – задоволення суспільних потреб.

У бізнес-плані оцінюється перспективна ситуація як усередині фірми, так і поза неї. Він особливо необхідний керівництву для орієнтації в умовах акціонерної власності, тому що саме за допомогою бізнес-плану керівники компанії ухвалюють рішення щодо нагромадження прибутки й розподілі її частини у вигляді дивидендів між акціонерами. Цей план використовується при обґрунтуванні заходів щодо вдосконалювання й розвитку організаційно-виробничої структури фірми, зокрема для обґрунтування рівня централізації керування й відповідальності співробітників. Слід зазначити, що зазначений план, як правило, активно допомагає координувати діяльність партнерських фірм, організовувати спільне планування розвитку груп фірм, зв'язаних кооперуванням і виготовленням однакових або взаємодоповнюючих продуктів. У такому випадку фірми-партнери здійснюють загальне фінансування.

Існують певні особливості при розробці бізнес-планів для різних організацій, як, наприклад, для однокрапкової й многоточечной організації. Під **однокрапковою організацією** розуміється організація ( юридична особа), що полягає з одного підприємства. Відповідно **многоточечной** буде організація, що полягає із двох і більш підприємств. При плануванні діяльності такої організації спочатку розробляються плани для кожного підприємства, а потім ці плани зводяться в один бізнес-план. Якщо бізнес починається вперше, то в план включаються лише розрахункові показники. Якщо бізнес уже існує, то в план включаються звітні дані за попередній рік, з якими рівняються показники планованого року. Бізнес-план для організацій з великим інвестиційним проектом, що вимагають зовнішнього фінансування, – це найбільш складний вид бізнес-плану. Перше місце тут займають показники, що характеризують інвестиційний проект. Потім викладаються звичайні розділи бізнес-плану, ув'язані з інвестиційним проектом.

Особливістю диверсифікованих організацій є спрямоване здійснення декількох видів діяльності. Це повинне відбитися в бізнес-планах таких організацій. Найчастіше в диверсифікованих організаціях окремі види діяльності здійснюються в спеціальних підрозділах – філіях ( бізнес-одиницях). У таких випадках організація виступає як многоточечная, і бізнес-план складається відповідно.

Бізнес-план для невиробничих організацій відрізняється тим, що замість розгорнутого плану проведення в ньому коротко викладається планований перелік послуг (робіт), які будуть надаватися. На першому місці тут – висвітлення умов надання послуг (виконання робіт), наявність ліцензій, дозволів, сертифікатів, забезпечення прав споживачів. Замість плану проведення в бізнес-плані невиробничої організації розробляється оперативний план, у якому прогнозуються кошти, приміщення й ресурси, які будуть необхідні для ведення бізнесу в майбутній період, а також потреба в матеріалах, робочій силі, засобах зв'язку і т.д. Інші розділи плану розробляються аналогічно планам виробничих організацій.

Менеджери компанії постійно працюють в умовах динамічно мінливої середовища. Тому достовірне планування, будучи важливою частиною ділової активності, забезпечує надійність функціонування підприємства. Однак, у значному числі компаній реальне планування далеке не завжди є комплексним і завершеним, оскільки багато менеджерів часом намагаються його уникати, уважаючи цю роботу нудної, рутинної й необхідної тільки для великих компаній. У колі цього персоналу існує думка, що можна ефективно керувати компанією без формально складеного бізнес-плану, що є лише атрибутом бюрократичної системи керування. Лише не багато менеджерів реально займаються плановою роботою, розуміючи свою недостатню кваліфікацію. Відсутність реального планування обходиться компаніям дуже дорого. Так, працівники, не розуміючи цілей і знаючи плани компанії, часом не сприймають і її вимог до своєї роботи.

Процес планування бізнесу — це також самооцінююча діяльність, що має істотне значення для компанії. Вона повинна здійснюватися на регулярній основі, навіть незалежно від впливу, такого привабливого фактору як можливе додаткове фінансування. Самооцінка компанії, приміром, може бути представлена в сукупності з фінансовим бюджетом наступного року.

Мети компанії можуть уточнюватися в результаті періодичної її оцінки. Це дозволяє краще зрозуміти стратегію й тактикові їх досягнення. Реалістичні й конкретні цілі необхідно встановлювати по всіх функціях керування бізнесом, ґрунтуючись на аналізі галузі, ринку й компанії.

Перед складанням бізнес-плану для нового проекту рекомендується, у першу чергу, забезпечити попередню можливість його вивчення. чи Необхідний він? Якщо так, то повинні бути зроблені певні додаткові дослідження з вивчення проекту. Надалі, після встановлення цілей компанії, складається стратегічний план, що включає постановку завдань для всіх функцій керування бізнесом. Цей план координує функції керування, зв'язуючи воєдино планові показники й вихідну інформацію. Для визначення стратегії досягнення цілей компанії повинні бути дані відповіді на наступні питання:

- чи буде ефект без зміни нинішньої організації?

- чи виявить підтримку місії компанії її новий бізнес?

- чи готова компанія прийняти новий проект?

- чи відповідає керування пред'явленим компанією вимогам або необхідна реорганізація цієї системи?

- яка фінансова звітність предпочтительней — у скороченому виді або розгорнута, і чи здатна компанія її становити?

- чи здатна компанія здійснювати необхідні інвестиції?

- чи може компанія побільшати необхідні фонди для впровадження проекту? Скільки необхідно коштів і коли?

- як має намір компанія використовувати свої сильні сторони і як мінімізуються її слабості?

- як будуть ознайомлені зі стратегією компанії її працівники й акціонери?

- чи погодиться Рада директорів з ідеєю проекту?

- чи є згода між Радою директорів і персоналом відносно ступеня ризику?

- яка буде реакція банкірів, акціонерів, покупців компанії й громадськості на проект?

- яка ймовірність успіху й що повинна зробити компанія для підвищення його шансів?

- чому ризикує компанія, не вживаючи ніяких дій?

- яка тривалість досягнення стратегічних цілей?

- яким образом буде мінімізований ризик?

- які наслідки помилок?

- коли буде досягнута крапка беззбитковості продукції або послуг?

- яке вплив зовнішніх факторів, таких як зміна споживчого попиту, уповільнення темпів розвитку економіки, посилення державного регулювання, конкуренції й т.п.?

- коли можливе коректування й переоцінка плану?

Якщо компанія потребує залучення додаткового капіталу з боку інвестиційних компаній або венчурних фірм, з якими вона раніше не співробітничала, то бізнес-план відіграє для неї роль візитної картки. Первісне завдання бізнес-плану полягає в тому, щоб змусити потенційного інвестора ознайомитися з ним, що дозволить менеджерам компанії ужити наступних заходів. Кожна компанія становить лише їй властивий бізнес-план, використовуючи власні підходи й структуру, що різняться залежно від характеру бізнесу, особливих цілей плану й індивідуальних вимог кредиторів. Так, наприклад, план для виробничої фірми повинен включити інші розділи, чому план для підприємства в сфері послуг. Бізнес-план використовуваний для внутрішніх цілей відмінний від плану спрямованого на залучення інвестицій.

Однак є ключові питання, на які повинні бути дані відповіді незалежно від його цілей:

- що являє собою бізнес компанії? На перший погляд це є настільки очевидним, що не жадає пояснень, однак як показує досвід, багато бізнесменів виявляються не заможними через неточність визначення сутності бізнесу.

- які мети компанії?

- які стратегія й тактика, здатні допомогти компанії в досягненні цілей?

- який розмір впливу фінансових і інших ресурсів необхідних компанії, а також протягом якого періоду і як будуть використані ці ресурси?

- коли і як будуть повернуті кошти кредиторам і інвесторам?

Крім того є **загальні вимоги до всіх планів:**

- План повинен бути коротким, але включати усе найбільш важливі особливості бізнесу. Обсяг від семи до десяти друкованих двосторонніх аркушів тексту може вважатися ідеальним. Проте, у ряді випадків потрібні більш детальні бізнес-плани обсягом у п'ятдесят сторінок. У кожному разі, не першочергова інформація не повинна включатися в бізнес-план, хоча такі відомості можуть бути підготовлені для наступного обговорення.

- Слід уникати докладного технічного опису продуктів, процесів і операцій. Потрібно використовувати загальноприйняті терміни. Бізнес-план повинен бути простим і повним.

- План повинен виявляти собою чесний аналіз, заснований на реальних допущеннях. Допущення й проекти повинні бути добре вивчені й мати посилання на ринкові й галузеві джерела й документи, результати економічних досліджень, висновку осіб, які будуть робити бізнес компанії. Не багато інвесторів або кредитори будуть ризикувати, ґрунтуючись на нереалістичних планах. Бізнес-план показує інвесторам і кредиторам якість і глибину лідерства компанії й відзначає управлінську здатність досягати поставлених цілей. Ці фактори лежать у серцевині інвестиційного розв'язку компанії.

- Слід обговорити ризики компанії. Довіра до компанії може бути серйозно підірване, якщо існуючі ризики й проблеми будуть розкриті не самостійно, а з боку.

- Не слід робити несуттєвих або невизначених затверджень. Наприклад, затвердження типу «продажі подвояться в наступному році» або «буде введена продуктова лінія» слід виключити й представити докладні пояснення. Затвердження повинні бути певними й підкріплені маркетинговою інформацією й іншими даними. Бізнес-план ґрунтується на правдивому аналізі й реальних допущеннях. Припущення й прогнози повинні бути ретельно вивчені з використанням різних джерел, а також даних економічних досліджень, а також висновків компетентних працівників фірми. Деякі інвестори будуть ризикувати, ґрунтуючись на нереалістичних планах. Бізнес-план показує інвесторам положення компанії на ринку, і характеризує можливість досягнення поставлених цілей.

- План повинен бути вичерпним і включати обговорення організаційної стратегії досягнення переваг компанії й подолання потенційних труднощів.

Бізнес-план повинен бути представлений у привабливій, а не надскладній формі й розмножений у достатньому для його розгляду кількості екземплярів.

Багато менеджерів некоректно оцінюють тривалість часу, протягом якого розробляється план. Але ввімкнувшись у цей процес, менеджер розуміє, що хоча труднощі його розробки надзвичайно велика, але цей процес важко переоцінити з погляду нормального функціонування компанії.

**4.3. Характеристика основних елементів структури бізнес-плану**

Оскільки бізнес-план є інструментом реалізації стратегії підприємства, то структура документа повинна бути уніфікована.

**Титульна сторінка бізнес-плану** містить наступні реквізити:

1. Назва компанії.

2. Адреса компанії.

3. Телефон компанії.

4. Назва, статус, адреси, телефони власників.

5. Параграф, що описує компанію й характер бізнесу. Потреба у фінансуванні. Компанія може скласти свої пропозиції по «портфелю інвестицій» — акцій, облігацій, позик і т.д. Тим часом багато венчурних фірм і інвестори воліють формувати цей портфель самостійно.

6. Конфіденційність звітності. Ці положення необхідні для безпеки й дуже важливі для компанії.

7. Місяць і рік складання бізнес-плану.

8. Імена укладачів.

Стандартний бізнес-план повинен містити в собі наступні основні розділи:

**1. Оглядовий розділ (резюме)**

**Резюме —**один з найбільш важливих розділів бізнес-плану, тому що в ньому коротко відображається суть проекту. Від того, як написано резюме, залежить, чи виникне інтерес у потенційних [инвесторов](http://www.grandars.ru/student/finansy/uchastniki-rcb.html" \o "Инвестор)  до [предприятию](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/predpriyatie.html" \o "Предприятие). Ця частина являє собою короткий і ясний підсумок бізнес-плану. Вона містить мети й стратегію бізнесу, підкреслює унікальність продукту або послуги й переконує кредиторів або інвесторів прочитати бізнес-план від початку до кінця. Серйозний інвестор одержує дюжини таких планів щотижня й має більше матеріалів, чим може прочитати. Тому резюме потрібно інвесторові щоб визначитися чи коштує читати весь бізнес-план у цілому. Якщо компанія пише резюме, «стріляюче» в інвестора, можна сказати, що половина роботи зроблена. Важливо відзначити також, що інвестори можуть не читати весь план для встановлення обсягу необхідних інвестицій. Таким чином, резюме повинне висвітлювати в стислій і переконливій формі ключові крапки бізнес-плану: фінансові потреби компанії, потенціал ринку й можливості одержання цієї підтримки. Тому резюме повинне ясно висвітлювати причини, чому хто-небудь повинен інвестувати компанію.

Резюме включає від однієї до чотирьох сторінок тексту й пишеться після того як усі інші розділи бізнес-плану складені.

Резюме повинне містити:

* мета проекту;
* короткий опис компанії;
* короткий виклад найбільш привабливих моментів із усіх інших розділів з акцентом на позитивні аспекти пропонованої бізнес-ідеї;
* обсяг приваблюваних інвестицій і/або кредитних ресурсів;
* основні фінансові показники, що характеризують ефективність проекту;
* передбачуваний строк і порядок повернення позикових коштів;
* номера й дати одержання патентів і сертифікатів;
* факти, що підтверджують надійність діяльності підприємства, юридичні й економічні гарантії.

**2. Опис підприємства.**

У цьому розділі плану слід детально описати компанію, включаючи її історію, справжній статус і майбутній проект. Ключові елементи цього розділу:

* історія компанії, форма власності;
* основні види діяльності й характер компанії;
* профіль компанії (проведення, торгівля або сфера послуг);
* стадія розвитку даного бізнесу;
* мети підприємства і його організаційно-правова форма;
* що і як компанія має намір пропонувати своїм клієнтам;
* основні техніко-економічні показники підприємства за минулі п'ять років;
* нинішні й перспективні географічні рамки діяльності компанії;
* показники конкурентоспроможності товарів і підприємств по конкретних ринках і періодам;
* відмінності даного підприємства від інших компаній.

Оскільки багато із цих даних і інформація є звітними або фактичними, то в цьому розділі частково використовуються відомості з попередніх бізнес-планів. Цей розділ бажане становити керівникові компанії, а не функціональним фахівцям, внаслідок широкого кола освітлюваних питань.

**3. Опис продукції або послуг**

У цей розділ слід включити повний опис продукту або послуги з аналізом їх конкурентних переваг і недоліків, а саме:

* фізичний опис продукції або послуг;
* опис можливостей їх використання;
* привабливі сторони пропонованої продукції або послуг, їх новизна;
* ступінь готовності продукції або послуг до виходу на ринок;
* список експертів або споживачів, які знайомі з товаром або послугами й можуть дати про них схвальний відгук ( при наявності такої інформації).

У деяких випадках необхідний підрозділ по модернізації продукту. Без використання спеціальної технічної термінології представляється рівень розвитку продукту, для того, щоб особа не знайома з даною технологією або галуззю могло зробити висновок про те, чи має воно справа з концепцією, дослідним зразком або готовим ринковим продуктом.

Відправні крапки цього підрозділу наступні:

\* впровадження винаходів або технічних вимог для успішної реалізації проекту;

\* опис основних конкурентів, що створюють аналогічні продукти;

\* права власності у використовуваних технологіях;

\* причини, що вплинули на вибір продукту, технології або послуг більш досконалих, чому існуючі.

Практично неможливо надати детальний опис по кожному окремому продукту або послузі. Важливо адекватно відбити домінуючу частину програми, що пояснює, принаймні, 80% виторгу від реалізації. Менш значним продуктовим групам може бути приділене менше уваги.

Одним із ключових положень цього розділу є життєвий цикл кожної продуктової групи, і її внесок у формування прибутки. На цих даних ґрунтуються розв'язки про припинення проведення продукції, інвестиціях у розробку нової продукції, проведенні заходів щодо зниження витрат проведення, шляхом його модернізації або вдосконалювання технологічних процесів.

**4. Аналіз ринку й маркетингова стратегія.**

Ціль **аналізу ринку** — роз'яснити, як передбачуваний бізнес має намір впливати на ринок і реагувати на обстановку, щоб забезпечити збут товару. Важливо оцінити галузь або галузі, у яких функціонує бізнес. Зокрема, бізнес-план оцінюється потенційними інвесторами по ряду критеріїв, одним з яких є галузь, у якій компанія конкурує. Приміром ринок, що швидко росте, може розглядатися потенційним інвестором як більш сприятливий. Бажане включити огляд галузі, у тому числі тенденції розвитку й історію становлення бізнесу. Важливою частиною цього розділу є аналіз конкуренції. Слід визначити всіх основних конкурентів, з описом їх сильних і слабких сторін, особливо те, як вони могли б сприяти потенційному успіху нової справи. Варто було б деталізувати інформацію про основних постачальників і покупцях.

Аналіз ринку містить:

* визначення попиту й місткості ринку;
* аналіз [конкуренции](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/konkurenciya.html" \o "Конкуренция) і інших факторів впливу на розвиток даного бізнесу;
* результати дослідження ринку, а саме:
* перешкоди входження в галузь, виходу й росту;
* інновації й технологічні зміни;
* законодавче регулювання;
* економічні тенденції;
* загальні обсяги продажів галузі протягом останніх років;
* очікуваний ріст галузі;
* кількість нових фірм, що ввійшли в галузь протягом декількох останніх років;
* нові продукти, отримані останнім часом у галузі;
* основні конкуренти;
* тенденції продажів основних конкурентів;
* сильні й слабкі сторони кожного конкурента;
* фінансове становище головних конкурентів;
* профіль діяльності кожного покупця.
* прогнози обсягів продажів;
* опис маркетингової стратегії даної компанії (стратегії збуту, реклами й просування товару, [ценообразования](http://www.grandars.ru/college/cenoobrazovanie/cenoobrazovanie.html" \o "Ценообразование), стимулювання продажів і т.д.).

Маркетинговий аналіз повинен бути, по можливості, сконцентрований на правдоподібних, взаємозалежних і порівнянних відомостях.

Ця частина роздягнула повинна продемонструвати можливості фірми на цільових ринках. Успіх у здатності продукту ввійти в ринок не менш важливий, чому розвиток самого продукту.

***Маркетингова стратегія включає:***

* технології й результати сегментації ринку;
* стратегію ціноутворення, прогнози цін на товари підприємства;
* стратегії охоплення ринку;
* стратегії розробки нових товарів;
* вибір ресурсної стратегії;
* вибір методів і способів поширення товарів;
* стратегію стимулювання побуту продукції;
* вибір стратегії реклами товару;
* вибір стратегії розвитку підприємства на перспективу.

У ринковій економіці джерелами інформації про базисному період, тенденції, сегменти, сильних і слабких сторонах конкурентів, постачальниках державному регулюванні, що відповідає, можуть бути публікації в пресі, періодичні ділові видання, аналітичні дослідження підготовлені спеціалізованими фірмами.

Дані цього розділу більш відкриті для незалежної перевірки, чому дан, що ставляться безпосередньо до підприємства. От чому важливо, щоб управлінська система підприємства показала в цьому розділі своє власне бачення й розуміння галузі. Це також одна зі сфер, де керування часте втрачає свою об'єктивність, то до чого дуже сприйнятливі й пильні інвестори.

Винятково важливо, щоб міркування й аргументи, представлені в цьому розділі, були в повній згоді з деталями попереднього розділу, присвяченого аналізу індустрії. Вибір маркетингової стратегії дуже сильно залежить від існуючої обстановки, тому стратегія повинна бути пристосована до тем можливостям, які відкриваються в даних умовах. Як і в попередньому розділі, ступінь розуміння ринку менеджерами є предметом аналізу для зовнішніх інвесторів, які мають доступ до інших джерел інформації для незалежного підтвердження.

**5. Виробничий план**

Тут описуються існуючі й передбачувані процедури й кошту, необхідні фірмі для продукції, що випускається, або надаваних послуг. Якщо компанія є виробляючої, то необхідний виробничий план. Цей план повинен повністю описувати виробничий процес. Оперативні плани повинні бути обкреслені для різних стадій, наприклад, при створенні нового продукту, попередньої стадії проведення, відпрацьовування маркетингу, першого серійного випуску продукту. Більше того, повинні бути також включені опис виробничих потужностей, персоналу ( по категоріях), джерел сировини й компонентів, а також стратегія наступного сервісу. Якщо якісь частини виробничого процесу (або весь процес) передбачається передати субпідрядникам, потрібно включити опис усіх субпідрядників, із вказівкою їх місця розташування, міркувань, що обумовили їхній вибір, витрат і всіх укладених контрактів. Цей розділ повинен також містити опис приміщень, машин і встаткування, необхідного для проведення, інформацію про постачальників сировини й компонентів — адреси й умови, виробничі витрати й усі майбутні витрати на встаткування.

Якщо мова йде про бізнес-план не для виробника, а для торговельного або обслуговуючого підприємства, цей розділ повинен описувати процеси закупівлі товару, зберігання й контролю запасів.

Основний **виробничий план** містить:

* загальний підхід до організації проведення;
* необхідна сировина й матеріали, їх джерела й умови поставки;
* технологічні процеси на проведенні;
* необхідне встаткування і його потужність.
* вимоги відносно [трудовых ресурсов](http://www.grandars.ru/student/statistika/trudovye-resursy.html" \o "Трудовые ресурсы) (виробничий, інженерно-технічний і адміністративний персонал, умови праці, структура й склад підрозділів, [обучение персонала](http://www.grandars.ru/college/biznes/obuchenie-personala.html" \o "Обучение персонала), передбачувані зміни в структурі персоналу в міру розвитку підприємства).

**План відновлення продукції, що** випускається, повинен містити:

* опис наукових підходів, систем, принципів, методів і технології, які були застосовані при розробці стратегії відновлення, що випускається продукції;
* техніко-економічне обґрунтування інвестиційних проектів;
* показники конкурентоспроможності, якості й ресурсоемкости продукції підприємства й основних конкурентів;
* план НИОКР.

**План проведення й реалізації продукції** повинен включати наступні питання:

* розрахунки виробничої потужності підрозділів підприємства;
* оперативно-календарні плани;
* план реалізації продукції;
* аналіз використання виробничої потужності підприємства;

**План розвитку проведення** містить плани:

* підвищення технічного рівня проведення;
* підвищення організаційного рівня проведення;
* соціального розвитку колективу;
* заходів щодо охорони навколишнього середовища;
* інвестиційних проектів по розвиткові проведення.

Зовнішні інвестори зацікавлені в стратегічних елементах виробничого плану, таких як нинішній і планований ступінь використання виробничих потужностей, стан інфраструктури, трудові відносини в даній галузі промисловості, стратегічні союзники й технологічні можливості. Для інвестора дуже важливо оцінити величину нового капіталу, необхідного для підтримки довгострокового росту, і переконатися в достатній гнучкості підприємства для освоєння нових прибуткових ринків і виходу зі старих ринків, коли вони стають неприбутковими.

Використовуючи запроектований склад продукції й очікуваний виторг у виробничому плані й розглядаючи відповідні витрати, стає можливим планування доходів і грошових потоків. Це дозволяє підприємству передбачити, які спеціальні заходи фінансового контролю слід уживати й коли це потрібно робити, а також спланувати зовнішню підтримку, наприклад, банківський кредит.

Є й інші, додаткові, вигоди від інвестиції необхідного часу в детальний розвиток даного розділу з використанням надійних даних. Наприклад, і зовнішні аналітики, і команда, що становить бізнес-план, зможуть зробити огляд фізичного стану й розташування заводу й запропонувати більш ефективні конфігурації. Або якісь ключові розв'язки можуть бути обумовлені аналізом політики сервісних послуг для споживача, що може вплинути на стратегічні розв'язки в інших розділах. Наприклад, розв'язок провадити більше індивідуальної продукції, під замовлення, і менше — стандартної приведе до зменшення витрат, пов'язаних зі зберіганням. Це також зробить необхідним додаткові інвестиції в технологічні процеси для досягнення більшої гнучкості й швидкості проведення й досягненню в такий спосіб більшої конкурентоспроможності. Однак це буде також мати великий вплив на маркетингову стратегію, оскільки тепер підприємство зможе запропонувати споживачам більший вибір, що відкриє можливість для більших обсягів продажів і дасть додаткові переваги перед конкурентами.

Даний розділ повинен також містити два абсолютно критичні елементи всього бізнес-плану:

1) які вдосконалення плануються і як їх досягтися;

2) розробка «метрики», тобто кількісних критеріїв, які будуть використовуватися для оцінки результатів.

Стратегія вдосконалення повинна бути описана в термінах відносних пріоритетів, вимог до розміщення ресурсів, впливу на організацію, календаря очікуваних ефектів. Критерії оцінки повинні брати до уваги стратегічний напрямок, бачення й пріоритети інвесторів підприємства, які описані в початкових розділах бізнес-плану, і гармоніювати зі стратегічними маркетинговими планами й фінансовими перспективами, розкритими у відповідних розділах.

**6. Графік виконання робіт**

Графік виконання (календарний план) робіт у рамках проекту повинен включати перелік основних етапів реалізації проекту й потреби у фінансових ресурсах для їхньої реалізації, а також відображати плановані тимчасові рамки робіт на кожному з етапів.

**План забезпечення проведення** повинен містити:

* аналіз ефективності використання різних видів ресурсів;
* розрахунки потреби в різних видах ресурсів;
* план матеріально-технічного забезпечення проведення;
* інформаційне забезпечення керування проведенням;
* нормативно-методичне забезпечення проведення.

**7. Керування й організація**

У цьому розділі описуються структура організації й ключові працівники-керівники. По-перше, повинна бути описана форма власності (товариство, акціонерне товариство і т.д.). Якщо підприємство є корпорацією, то важливо включити відомості про випущені акції, імена, адреси й послужні списки директорів і основних співробітників компанії. Корисно також скласти схему організації з позначеними рівнями відповідальності членів організації.

Фінансисти інвестують у людей, які здатні успішно управляти операціями фірми. Тому потенційні інвестори будуть пильно вивчати команду менеджерів. Аналіз співробітників повинен містити поіменний склад по функціях або по відділах за певний проміжок часу. Команда повинна мати досвід і знаннями в найбільш важливих областях менеджменту, таких як розробка й впровадження, маркетинг і продаж, проведення й фінанси. Даний розділ бізнес-плану повинен, таким чином, представити членів команди менеджерів, висвітлюючи докладно стадії їх росту. Детальні послужні списки повинні бути винесені в додаток. Повинні бути також описані особи, що коштують за їхньою спиною. Для кожного із власників випливає також дати інформацію про їхні можливості й відповідальності. Повинне бути також даний опис персоналу, розподіл функцій, аналіз кваліфікації, зарплата, коло обов'язків усіх співробітників. Такий аналіз не тільки дозволить менеджерам краще планувати кадрову політику, але й продемонструє потенційним інвесторам чутливість бізнес-плану до важливої проблеми наймання ключових співробітників.

Керування підприємством включає:

* опис основних учасників підприємства (підприємець і його партнери, інвестори, члени ради директорів, що займають ключові пости співробітники і т.д.);
* організаційна схема компанії, що показує внутрішні зв'язки й поділ відповідальності в рамках організації;
* порядок добору, підготовки й оплати праці співробітників.

Організація реалізації бізнес-плану передбачає:

* розробку, узгодження й затвердження програми реалізації стратегічних планів;
* організацію обліку й контролю виконання планів;
* мотивацію виконання планів у встановлений термін, необхідного якості й з наміченими витратами;
* регулювання процесу реалізації стратегічних планів з появою змін у зовнішньому й внутрішньому середовищі підприємства.

Критичним аспектом цього розділу є демонстрація відповідності організаційної структури із завданнями бізнесу. Наприклад, необхідно зіставити організаційні обов'язки з відповідними питаннями звітності, так щоб ресурси направлялися в ті області, які в них найбільше бідують. Підприємство повинне визнавати існування інших продуктів і ринкових ніш, організувати при цьому стратегічні підрозділи з максимально можливою автономією й можливістю децентрализованно ухвалювати рішення.

**8. Фінансовий план**

**Фінансовий план** визначає потенційні інвестиції, які необхідні для бізнесу й показує чи є бізнес-план економічно здійсненним. Ця інформація визначає розмір потребной інвестиції й забезпечує основу для інвестора відносно визначення майбутнього значення інвестиції. Тому, перед підготовкою бізнес-плану менеджер повинен мати повну оцінку прибутковості підприємства. Ця оцінка, насамперед, показує потенційним інвесторам, чи буде бізнес прибутковим, скільки грошей необхідно, щоб запустити бізнес і зустріти короткострокові потреби в грошах, як ці гроші можуть бути отримані ( тобто акції, позики й т.п.).

[Финансовый план](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/finansovyy-plan-predpriyatiya.html) повинен бути погоджений з матеріалами, представленими в інших частинах бізнес-плану, оскільки в ньому узагальнюються й представляються у вартісному вираженні всі розділи бізнес-плану.

У фінансовий план повинні включатися:

* прогноз обсягів реалізації;
* баланс грошових видатків і вступів;
* фінансовий бюджет підприємства;
* прогнозний баланс;
* операційний бюджет підприємства;
* керування цінними паперами, ризиками, страхуванням;
* основні показники ефективності проекту ( строк окупності, чистий наведений дохід, внутрішня норма прибутковості, [рентабельность](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/rentabelnost-predpriyatiya.html" \o "Рентабельность)).

Для оцінки выполнимости бізнес-планів існує три області фінансової інформації: (1) очікувані значення обсягів продажів і видатків протягом, принаймні, трьох найближчих років, (2) грошові потоки протягом найближчих трьох років, (3) поточні значення компонентів балансу й прогнозні баланси на час інвестиційного проекту. Фінансові звіти й прогнози являють собою короткий опис (у грошових одиницях) історії й майбутніх планів організації. Оскільки це так, обоє виду фінансових документів повинні бути сполучені з оповідальним описом бізнесу, його планів і допущень, на яких ці плани базуються. Фінансові документи повинні супроводжуватися відповідними документами й поясненнями.

По-перше, у бізнес-плані повинні бути наведені прогнозовані обсяги продажів і відповідні видатки протягом, принаймні, трьох-п'яти років, з помісячним прогнозом протягом першого року. Сюди повинні бути включені прогнозовані обсяги продажів, вартість проданих товарів, а також загальні й адміністративні видатки. Потім за допомогою оцінки податків може бути спрогнозирована чистий прибуток після оподатковування. Визначення очікуваних значень обсягів продажів і величин видатків для кожного з перших 12 місяців і кожного наступного року базується на маркетинговій інформації, розглянутої раніше.

Друга важлива область фінансової інформації — це значення грошових потоків протягом часу проекту, з помісячним прогнозом протягом першого року. Оцінки грошових потоків показують здатність бізнесу забезпечити видатки в підходящі пори року. Прогноз грошових потоків повинен визначити початкове значення коштів на балансі, очікувані рахунки дебіторів і інші приходи, а також усі виплати для кожного місяця протягом усього року. Оскільки рахунку повинні оплачуватися в різні часи протягом року, важливо визначити помісячні потреби грошей, особливо протягом першого року. Тому що продажі можуть бути нерегулярними, і одержання грошей від клієнтів може бути також розосереджене в часі, стає необхідним короткострокова позика для погашення постійних видатків, такі як зарплата й комунальні послуги.

Останній пункт фінансової частини — прогнозовані баланси. Вони показують фінансовий стан бізнесу в певний час. Вони визначають кошти бізнесу, його зобов'язання, інвестиції власників і деяких партнерів, а також залишковий прибуток (або накопичені втрати). Потенційному інвесторові повинні будуть продемонстровані допущення, на основі яких складені баланси й інші частини фінансового плану.

Справжній розділ повинен включати наступні фінансові звіти й прогнозні відомості:

\* Звіти про прибуток за останні 3-5 років .

\* Баланси підприємства за останні3-5 років .

\* Звіти про зміни фінансового становища підприємства за останні 3-5 років.

\* Відомості про прибуток ( по місяцях або кварталах) на час інвестиційного проекту.

\* Відомості про потік коштів ( по місяцях або кварталах) на час інвестиційного проекту.

\* Прогнозовані баланси на наступні від трьох до п'яти років.

\* Аналіз беззбитковості.

\* Минулі й прогнозовані фінансові коефіцієнти в порівнянні з, що мають місце в даній галузі промисловості.

\* Документи, що підтверджують числа в прогнозованих фінансових відомостях.

\* Допущення для всіх прогнозованих відомостей.

\* Принципи обліку, використовувані у фінансовому плані.

\* Пояснення із приводу незвичайних особливостей у документах.

\* Думки аудиторів.

Істотна наявність спеціального розділу, у якому приводиться структура й пошук фінансових ресурсів для виконання проекту. Конкретно повинні бути включені наступні матеріали:

\* Загальна кількість необхідних фондів.

\* Фінансовий запит інвесторові або фінансовим інститутам, які одержать бізнес-план: обсяг, строк, забезпечення.

\* Графік повернення боргу.

\* Шляхи використання фондів.

\* Поточна структура капіталізації.

\* Розрахунки основних показників ефективності притягнутих фінансових ресурсів.

**9. Оцінка ризиків**

У розділі **«Оцінка ризиків»** потрібно оцінити, які ризики найбільш імовірні для проекту й у що вони у випадку їх реалізації можуть обійтися.

Кожна бізнес активність сполучена з певними ризиками, пов'язаними з особливостями галузі промисловості, конкурентами, а також загальним політичним і економічним становищем країни. Бізнес-план повинен розглянути труднощі в найближчі 2-5 років. Важливо, щоб менеджер установив потенційні ризики й підготував ефективну стратегію боротьби з ними.

У цьому розділі повинні бути розглянуті критичні ризики й потенційні проблеми, які можуть перешкоджати реалізації запропонованих компанією стратегій. Головний ризик для бізнесу може з'явитися як слідство

\* реакції конкурента,

\* слабостей персоналу, що займається маркетингом, проведенням або менеджментом,

\* сучасні досягнення в техніку, які можуть привести до життєздатності продукції.

Якщо навіть не очікується ризик від цих факторів, вони однаково повинні бути обговорені й повинне бути показане, чому вони не викликають ризику.

Для кожної з розглянутих складових ризику повинен бути представлений план її мінімізації. Точно також, повинна бути розглянута стратегія подолання кожного вузького місця (проблеми) із числа виявлених. Ці непередбачені плани й стратегії показують потенційному інвесторові, що менеджер відчуває найбільш важливі компоненти ризику й готовий їх зустріти, якщо вони з'являться.

Незважаючи на те, що ціль цього розділу очевидна, здатність розуміння ризиків і розробки відповідного плану дій є вирішальною для оцінки якості менеджменту. Цей розділ є важливим індикатором здатності менеджменту ефективно реагувати на ситуації, які викликають небезпека для досягнення цілей підприємства.

Відповідь на запитання, як мінімізувати ризики й можливі втрати від них, повинен складатися із двох частин: опис організаційних заходів профілактики ризиків і виклад програми самострахування або зовнішнього страхування.

**10. Додаток**

У даний розділ включаються документи, що підтверджують або доповнюють інформацію, яка втримується в бізнес-плані, наприклад, біографії управлінського персоналу, результати дослідження ринку, висновку аудиторів, світлини зразків продукції, план виробничих площ, договори, гарантійні листи.

Додаток звичайний містить матеріали, які не обов'язково повинні бути наведені в основному тексті. Тільки ті документи, які становлять безпосередній інтерес для потенційного інвестора, повинні бути наведені повністю. У частині інших, можна обмежитися короткими замітками. Посилання на які-небудь документи, використовувані в додатку, повинні бути зроблені в самому бізнес-плані.

Листа від клієнтів, дистриб'юторів або підрядників — от приклади інформації, яка повинна бути включена в додатки. У додаток повинні бути також включені вторинні дані, а також дослідницькі дані, використані для підтримки бізнес-плану. Можуть бути також включені висновки про оренду, контракти й інші типи угод. Нарешті, у додатки можна включити аркуші із цінами постачальників і конкурентів.

У додатки рекомендується помістити наступні документи:

\* Дані по аналізі ринку.

\* Специфікації продукту, світлини.

\* Копії рекламних проспектів.

\* Карта організації.

\* Резюме власників і менеджерів.

\* Реєстрації податків компанії і її власників.

\* Договору оренди.

\* Контракти.

\* Листа-Підтримки від головних клієнтів, постачальників і банків.

\* Рекомендаційні листи.

\* Кредитні звіти.

Отже, у розробці бізнес-плану найважливіша частина — фінансова, заснована на аналізі й оцінці грошових потоків, генерируемых фінансово-господарчою діяльністю підприємства, розрахунках основних показників їх ефективності.

Бізнес-план, в остаточному підсумку, повинен дати правильна відповідь на такі важливі питання ринкових відносин, як можлива вартість проекту й плановані доходи.

**Лекція 5. Основи організації фінансування підприємницької діяльності**

5.1 Сутність фінансів суб'єктів підприємницької діяльності

5.2. Основні форми фінансування бізнесу

5.3. Організація фінансової діяльності підприємства

**5.1 Сутність фінансів суб'єктів підприємницької діяльності**

Фінансам суб'єктів підприємництва - складеної фінансової системи країни - належить визначальне місце в структурі фин. відносин суспільства, на всіх рівнях господарювання й у всіх сферах суспільної діяльності.

**Фінанси** - це система економічних відносин, які виникають між економічними суб'єктами із приводу формування, розподілу й використання грошових ресурсів через особливі фонди й установи.

Фінансові відносини на відміну від грошових відносин не містять у собі обслуговування особистого споживання.

**Ознаки фінансів:**

1) грошова форма вираження;

2) розподільний характер відносин при відсутності еквівалентного обміну;

3) розподіл ВНП і НД через спеціальні фонди.

**Структуру фінансових відносин** утворюють зв'язки між суб'єктами ринкового господарства, а також між галузями й регіонами.

**Сутність фінансів проявляється в їхніх функціях**:

1) розподільна – пов'язана з розподілом і перерозподілом частини вартості валового національного продукту. У ході цих процесів формуються й використовуються цільові грошові фонди суб'єктів господарювання, держави, доходи населення. Вилучаючи у формі податків певну частину доходів економічних суб'єктів, у державному бюджеті концентруються кошти, які використовуються для вирішення народногосподарських проблем

2) контролююча – забезпечення правильності стягнення податків і використання їх по цільовому призначенню;

3) стимулююча – маніпуляція податковими ставками, пільгами, штрафами для прискореного розвитку певних галузей і проведень;

4) фіскальна – створення матеріальної основи існування держави й забезпечення його функціонування. Виконання фінансами фіскальної функції пов'язане з тим, що за допомогою податків здійснюється вилучення частини доходів підприємств і громадян для втримування державного апарата, на оборону країни, для підтримки тієї частини невиробничої сфери, яка не має зовсім власних джерел доходів (бібліотеки, архіви), або вони недостатні для забезпечення винного рівня розвитку (фундаментальна наука, театри, музеї).

**Фінанси суб'єктів підприємництва** – економічні відносини, пов'язані з формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів у процесі відтворення.

**Класифікація фінансових ресурсів по джерелах формування**

**По місці виникнення** [финансовые ресурсы предприятия](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/finansy-predpriyatiya.html" \o "Финансовые ресурсы предприятия) класифікуються на:

внутрішнє фінансування; зовнішнє фінансування.



**Внутрішнє фінансування**припускає використання тих фінансових ресурсів, джерела яких утворюються в процесі фінансово-господарчої діяльності організації. Прикладом таких джерел можуть служити чистий прибуток, амортизація, кредиторська заборгованість, резерви майбутніх видатків і платежів, доходи майбутніх періодів.

При **зовнішньому фінансуванні** використовуються кошти, що надходять в організацію із зовнішнього миру. Джерелами зовнішнього фінансування можуть бути засновники, громадяни, держава, фінансово-кредитні організації, нефінансові організації.

Угруповання фінансових ресурсів організацій по **джерелах їх формування** представлена на малюнку нижче.



Фінансові ресурси організації на відміну від матеріальних і трудових, відрізняються взаємозамінністю й схильністю інфляції й девальвації.

У цей час актуальною проблемою для вітчизняних промислових підприємств є стан [основных производственных фондов](http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/proizvodstvennyy-potencial.html" \o "Основные производственные фонды), зношеність яких досяглася 70%. При цьому мова йде не тільки про фізичний, але й про моральне зношування. Назріла необхідність переоснащення українських підприємств новим високотехнологічним обладнанням. При цьому важливий вибір джерела фінансування зазначеного переоснащення.

Виділяють наступні джерела фінансування:

* **Внутрішні джерела підприємства** ( чистий прибуток, амортизаційні відрахування, реалізація або здача в оренду невикористовуваних активів).
* **Притягнуті кошти** (іноземні інвестиції).
* **Позикові кошти** ([кредит](http://www.grandars.ru/student/finansy/kredit.html" \o "Кредит),[лизинг](http://www.grandars.ru/student/bankovskoe-delo/lizing.html),векселя).
* **Змішане** (комплексне, комбіноване) фінансування.

**Внутрішні джерела фінансування підприємства**

У сучасних умовах [предприятия](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/predpriyatie.html" \o "Предприятие) самостійно розподіляють прибуток, що залишається в їхнім розпорядженні. Раціональне використання прибутку припускає облік таких факторів, як реалізація планів подальшого розвитку підприємства, а також дотримання інтересів власників, інвесторів і працівників.

Як правило, чим більше прибутки направляється на розширення господарської діяльності, тем менше потреба в додатковому фінансуванні. Величина нерозподіленого прибутку залежить від [рентабельности](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/rentabelnost-predpriyatiya.html" \o "Рентабельность предприятия) господарських операцій, а також від прийнятої на підприємстві дивідендної політики.

До переваг **внутрішнього фінансування** підприємства слід віднести **відсутність додаткових видатків, пов'язаних із залученням капіталу із зовнішніх джерел**, і збереження контролю над діяльністю підприємства з боку власника.

**Недоліком** даного виду фінансування підприємства є **не завжди можливе його застосування на практиці**. Амортизаційний фонд втратив своє значення тому, що норми амортизації для більшості видів устаткування, використовуваних на російських промислових підприємствах, занижені й уже не можуть служити в якості повноцінного джерела фінансування, а дозволені прискорені методи нарахування амортизації не можуть бути використані для існуючого встаткування.

Друге **внутрішнє джерело фінансування** — прибуток підприємства, що залишився після сплати [налогов](http://www.grandars.ru/student/nalogi/nalogovaya-sistema.html" \o "Налог). Як показує практика, більшості підприємств не вистачає власних внутрішніх ресурсів для відновлення [основных фондов](http://www.grandars.ru/student/statistika/osnovnye-fondy.html" \o "Основные фонды).

**Притягнуті кошти**

При виборі в якості джерела фінансування іноземного інвестора підприємству слід ураховувати той факт, що **інвесторові цікаві високий прибуток, сама компанія і його частка власності в ній**. Чим вище частка іноземних інвестицій, тем менше залишається контролю у власника підприємства.

Залишається **фінансування з позикових коштів**, при якому встає вибір між [лизингом](http://www.grandars.ru/student/bankovskoe-delo/lizing.html" \o "Лизинг) і [кредитом](http://www.grandars.ru/student/finansy/kredit.html). Найчастіше на практиці ефективність лізингу визначають за допомогою порівняння його з банківським кредитом, що не зовсім коректно, тому що для кожної конкретної угоди доводиться враховувати свої специфічні умови.

**5.2. Основні форми фінансування бізнесу**

[**Кредит**](http://www.grandars.ru/student/finansy/kredit.html) — позика в грошовій або товарній формі, надаваний кредитором позичальникові на умовах зворотності, найчастіше з виплатою позичальником відсотка за користування позикою. Ця форма фінансування є найпоширенішою.

Переваги кредиту:

* кредитна форма фінансування відрізняється більшою незалежністю в застосуванні отриманих коштів без яких-небудь спеціальних умов;
* найчастіше кредит пропонує банк, що обслуговує конкретне підприємство, так що процес одержання кредиту стає досить оперативним.

До недоліків кредиту можна віднести наступне:

* строк кредитування в рідких випадках перевищує 3 року, що є непосильним для підприємств, націлених на довгостроковий прибуток;
* для одержання кредиту підприємству потрібне надання застави, найчастіше еквівалентного сумі самого кредиту;
* у деяких випадках банки пропонують відкрити розрахунковий рахунок у якості однієї з умов банківського кредитування, що не завжди вигідно підприємству;
* при даній формі фінансування підприємство може використовувати стандартну схему амортизації придбаного встаткування, що зобов'язує сплачувати податок на майно протягом усього строку користування.

Добре відомо, що між постачальником і покупцем існують конфлікти, що проявляються при висновку угоди, і одним з таких конфліктів є діаметрально протилежний підхід до строків оплати за поставлений товар. Постачальник прагне одержати платіж у повному обсязі якомога раніше, і бажане не пізніше моменту відвантаження, тоді як покупець зацікавлений в одержанні відстрочення платежу до того моменту, поки він сам не дістане прибуток від комерційного використання купленого їм у постачальника товару ( тобто перепродасть його або виготовлену на його основі продукцію своїм власним клієнтам і одержить від них повну суму). Оплата за фактом відвантаження товару постачальником означає для покупця вилучення власних коштів з обороту; зрозуміло, він бажає уникнути цього, а найчастіше не має змоги зробити таке вилучення через недостатність коштів. У цьому випадку при наявності зацікавленості покупця або продавця у висновку угоди може бути обрано один із трьох основних варіантів залучення зовнішнього фінансування:

1) банківський кредит у формі кредитування покупця (який одержує в банку відсутню для здійснення покупки суму);

2) комерційний кредит – зводиться в остаточному підсумку до відстрочення платежу за поставлений товар;

3)  змішаний кредит – варіант, коли в продавця відсутня можливість дати комерційний кредит із власних коштів, а покупець за якимись причинами не може ні самостійно оплатити поставку, не звернутися за кредитом у банк. У цьому випадку в банк за кредитом звертається продавець і за рахунок отриманих коштів надає покупцеві комерційний кредит. Ця форма кредитування являє собою перетворення банківського кредиту в комерційний, чинене продавцем в інтересах покупця.

Кожний із цих способів кредитування має істотні недоліки.

При *банківському кредитуванні* покупця банк, по суті справи, за певну плату (позичковий відсоток) продає кошти, які виступають у якості товару й ( як і будь-який куплений товар) надходять у повне розпорядження позичальника. Одержувач кредиту витрачає ці кошти за своїм розсудом – у загальному випадку банк не має права впливати на рішення позичальника на вибір напрямку їх витрати. Несумлінний позичальник цілком може використовувати ці кошти для покупки нового представницького автомобіля для директора, а не для придбання нових основних фондів (такі прецеденти відомі в практиці бізнесу). Відсутність контролю над позичальником об'єктивно підвищує ризики позикодавця. Далі, у своєму розв'язку про надання кредиту й про його умови банк відштовхується від свого внутрішнього регламенту, а не від потреб позичальника. Іншими словами, позичальник повинен вчасно вносити платежі по кредиту незалежно від того, чи отриманий прибуток від використання того товару, на придбання якого був отриманий кредит.

*Комерційний кредит* є ефективним інструментом стимулювання збуту й найбільш зручний для покупця. Як правило, ставка по ньому нижче банківської, а у випадку продажу товарів з малим строком оборотності (сировина, матеріали, що комплектують для проведення продукції або готові товари для наступного перепродажу через торговельну мережу покупця) ставка може бути нульовий. Таким чином, момент платежу по поставці наступає для покупця, як правило, уже після одержання їм доходу від комерційного використання закупленого товару, що повністю відповідає його інтересам як суб'єкта господарської діяльності й рятує його від необхідності вилучати для оплати власні обігові кошти.

При закупівлі основних фондів з більшим періодом відстрочки ( від року й більш) цей принцип не дотримується й покупець повинен виплачувати постачальникові регулярні платежі. Однак покупцеві дуже часто надається пільговий період ( до закінчення монтажу й пуску закупленого встаткування), протягом якого він не провадить ніяких виплат. Таким чином, навіть у випадку придбання основних фондів покупець починає розплачуватися за них тільки після початку їх використання й одержання від них доходу.

По цих же причинах комерційний кредит незручний для постачальника. Він змушено вилучати власні кошти з обороту, що загрожує його фінансової стабільності. Крім того, його функція – збут своїх товарів, а не надання кредитів; виконання непрофільної функції змушує його відволікати організаційні й людські ресурси.

Нарешті, *змішаний кредит* для покупця за умовами, нічим не одмінним від комерційного, найбільш незручний для продавця. Якщо у випадку комерційного кредиту продавець надавав його із власних коштів, то при змішаному кредитуванні він змушено оплачувати банку використання його фінансових ресурсів, що знижує рентабельність угоди. Крім того, графік платежів по банківському кредиту ніяк не прив'язаний до графіка вступу платежів у рахунок поставки від покупця. Постачальник виявляється змушено платити банку задовго до оплати купленого товару, що ще більше знижує його рентабельність і приводить до вилучень сум платежів по кредитах з обігових коштів.

Таким чином, традиційні форми кредитування виявляються незручними як для банку, так і для продавця й покупця. У такий спосіб випливає необхідність у появі непрофільних послуг, що спеціалізуються на наданні даних, незалежних фінансових організацій і у виникненні нових форм фінансового підприємництва, а саме:

1) **лізинг** – придбання на самостійно притягнуті кошти основних фондів в інтересах певного користувача в погодженого із цим користувачем постачальника й володіння цим основними фондами до їхньої повної оплати користувачем ( тобто кредитування лизингополучателя). Цікаво відзначити, що, хоча право власності на основні фонди, що здобуваються, служить в остаточному підсумку для захисту інтересів афілійованого з лизингодателем банку, ніякої комісії за це з банку не стягується – усі витрати несе лизингополучатель.

Переваги лізингу:

* Лізинг припускає 100%-ное кредитування й **не вимагає негайно починати платежі.** При використанні звичайного кредиту для покупки майна підприємство повинне близько 15% вартості оплачувати за рахунок власних коштів.
* Лізинг дозволяє підприємству, що не має значних фінансових ресурсів, почати реалізацію великого проекту.

Для підприємства набагато простіше одержати контракт по лізингові, чому позичку — адже **забезпеченням угоди служить саме встаткування**.

**Лізингова угода більш гнучка, чому позичка**. Позичка завжди припускає обмежені розміри й строки погашення. При лізингу підприємство може розраховувати вступ своїх доходів і виробити з лизингодателем відповідну зручну для нього схему фінансування. Погашення може здійснюватися з коштів, що надходять від реалізації продукції, яка зроблена на встаткуванні, узятому в лізинг. Перед підприємством відкриваються додаткові можливості по розширенню виробничих потужностей: платежі за договором лізингу розподіляються на весь термін дії договору, вивільняються додаткові кошти для вкладення в інші види активів.

Лізинг **не збільшує борг у балансі підприємства й не торкається співвідношень власних і позикових коштів**, тобто не знижує можливість підприємства по одержанню додаткових позик. Дуже важливо, що встаткування, придбане за договором лізингу, може не значитися на балансі лизингополучателя протягом усього терміну дії договору, а виходить, не збільшує активи, що звільняє підприємство від сплати податків на придбані основні кошти.

2)  **факторинг** – викуп (з дисконтом) на самостійно притягнуті кошти в постачальника короткострокових прав вимоги до покупця ( як правило, у формі рахунків за поставку) товарів, що виникли внаслідок продажу, і перевірка платоспроможності покупця. При цьому покупець розплачується з фактором у строки, застережені з постачальником ( тобто користується відстроченням платежу), і не виплачує йому нічого понад вартість поставки (дохід фактору складається винятково з дисконту).

Факторинг ( від англ. factor - агент, посередник) є різновидом комісійної операції, що сполучається із кредитуванням обігового капіталу постачальника й пов'язаної з переуступкою факторинговой компанії неоплачених боргових вимог ( рахунків-фактур), після чого факторинговая компанія стає власником неоплачених рахунків- фактур і ухвалює на себе ризик несплати. У теорії розрізняють конвенційний (відкритий) і конфіденційний (схований) факторинг. При конвенційному факторингу постачальник повідомляє свого боржника про продаж виписаних на його ім'я рахунків- фактур, при конфіденційному- покупця не сповіщають про перехід прав вимоги до нього іншій особі.

3)  **форфейтинг** – викуп (з дисконтом) на самостійно притягнуті кошти середньострокових боргових зобов'язань (векселів і тратт) покупця перед постачальником дорогого встаткування й перевірка платоспроможності покупця. Як і у випадку з факторингом, ніяких додаткових виплат з покупця не стягується. Строки виплат форфейтинговой компанії збігаються зі строками, зазначеними в боргових зобов'язаннях.

Форфейтинг– метод кредитування постачальника, при якому всі кредитні ризики ухвалює на себе форфетирующий банк (компанія). На відміну від факторингу ці ризики ухвалюються без обороту на постачальника. При цьому форфетирующий банк забезпечує свої інтереси шляхом авалю зобов'язань покупця з боку його банку. Таким чином, форфейтинг- це покупка боргу, вираженого в оборотному документі, у кредитора на безобіговій основі. Форфейтинг використовується при поставках устаткування на великі суми й на тривалий строк ( до 5–6 років); уважається дорогою формою кредитування для експортера, тому що передбачає збільшення числа посередників і збільшення вартості ризиків, переданих експортером (продавцем) форфетирующей компанії. Механізм форфейтинга використовується у двох видах угод: у фінансових угодах - з метою швидкої реалізації довгострокових фінансових зобов'язань; в експортних угодах - для сприяння вступу готівки експортерові, що надав кредит іноземному покупцеві. Основними оборотними документами, використовуваними в якості форфейтинговых інструментів, є векселі, однак об'єктом форфейтинга можуть стати й інші види цінних паперів.

Основні характеристики досліджуваних форм фінансового підприємництва представлені у вигляді таблиць.

**Утримування лізингу, факторингу й форфейтинга**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Показники** | **Лізинг** | **Факторинг** | **Форфейтинг** |
| **Організаційна сутність** | Посередницьке фінансування (купівлі/продажу основних фондів) | Посередницьке фінансування (купівлі/продажу товарів з малим строком оборотності) | Посередницьке фінансування (купівлі/продажу дорогих і унікальних основних фондів) |
| **Фінансово-кредитна сутність** | Перетворення банківського кредиту в комерційний в інтересах лизингодателя й постачальника з одержанням прав власності на об'єкт лізингу | Перетворення банківського кредиту в комерційний в інтересах постачальника й покупця | Перетворення банківського кредиту в комерційний в інтересах постачальника й покупця |
| **Економічна сутність** | Аутсорсинг капіталу у фізичній і грошовій формі в інтересах лизингополучателя | Аутсорсинг капіталу в грошовій формі в інтересах постачальника | Аутсорсинг капіталу в грошовій формі в інтересах постачальника |

**Характеристики нових форм фінансового підприємництва**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Характеристика** | **Лізинг** | **Факторинг** | **Форфейтинг** |
| **Тривалість фінансування** | Середньо- і довгострокове | Короткострокове | Середньо- і довгострокове |
| **Об'єкт угоди** | Основні фонди | Дебіторська заборгованість | Боргові зобов'язання покупця |
| **Товар, що купується в ході угоди** | Основні фонди | Товари з малим строком оборотності | Основні фонди (дорогі або унікальні) |
| **Оператор (організація, що фінансує угоду)** | Лизингодатель | Фактор | Форфейтинговая компанія |
| **Гарантії оператора** | Право власності на об'єкт лізингу | Можливість регресу на постачальника | Природою угоди не передбачені; можуть залучатися банківські гарантії й поручництва [2] |
| **Число сторін в угоді** | Три (постачальник, лизингодатель, лизингополучатель) | Три (постачальник, фактор, покупець) | Три (постачальник, форфейтинговая компанія, покупець) |
| **Сторона, що оплачує послуги оператора** | Лизингополучатель | Постачальник | Постачальник |
| **Можливість регресу на постачальника** | Неможливий (суперечить самій природі угоди, тому що право власності на об'єкт лізингу переходить до оператора) | Можливий (але необов'язковий) | Заборонений |

**5.3. Організація фінансової діяльності підприємства**

Зі збільшенням кількості підприємств різних організаційно-правових форм, з ускладненням господарських зв'язків збільшився обсяг фінансової роботи, виконуваної фінансовими службами.

Під ***фінансовою службою підприємства***розуміється самостійний структурний підрозділ, що виконує певні функції в системі керування підприємством.

Недооцінка діяльності фінансової служби може привести до втрати фінансової стабільності — ***неспроможності.***

***Метою***діяльності фінансових служб підприємств є забезпечення фінансової стабільності, створення стійких передумов для економічного росту й одержання прибутку'.

***Утримування фінансової роботи***на підприємстві полягає в наступному:

- у забезпеченні й ефективному управлінні фінансовими ресурсами підприємств;

- організації взаємин з фінансово-кредитною системою й іншими суб'єктами ринкової економіки;

- збереженні й раціональному використанні основного й обігового капіталу;

— забезпеченні своєчасності платежів по зобов'язаннях.

***Основні напрямки фінансової роботи:***

- фінансове планування;

- оперативне планування;

- контрольно-аналітична робота.

***У ході фінансового планування,***яке здійснюється на основі аналізу бухгалтерської, статистичної й управлінської звітності, підприємство:

- всебічно оцінює своє фінансове становище;

- визначає можливості збільшення фінансових ресурсів;

- виявляє напрямки їх найбільш ефективного використання.

***Завдання фінансового планування:***

- розробка проектів фінансових і кредитних планів;

- визначення потреби в обіговому капіталі;

- розробка плану капітальних вкладень;

- складання касових планів;

- виявлення джерел фінансування господарської діяльності:

- складання плану реалізації продукції й визначення планової суми прибутку за рік і по кварталах, розрахунки рентабельності.

Значення фінансового планування для господарюючого суб'єкта полягає в тому, що воно:

- втілює вироблені стратегічні цілі у форму конкретних фінансових показників;

- забезпечує фінансовими ресурсами закладені у виробничому плані економічні пропорції розвитку;

- надає можливості визначення життєздатності проекту підприємства в умовах конкуренції;

- служить інструментом одержання фінансової підтримки від зовнішніх інвесторів.

Планування зв'язане, з одного боку, із запобіганням помилкових дій в області фінансів, з іншого боку — зі зменшенням числа невикористаних можливостей. Практика господарювання в умовах ринкової економіки виробила певні підходи до планування розвитку окремого підприємства в інтересах її власників і з урахуванням реальної обстановки на ринку.

Використання фінансового планування на підприємствах обмежується дією ряду факторів:

- високий ступінь невизначеності на ринку, пов'язана із триваючими глобальними змінами у всіх сферах суспільного життя;

- незначна частка підприємств, що розташовують фінансовими можливостями для здійснення серйозних фінансових розробок;

- відсутність ефективної нормативно-правової бази вітчизняного бізнесу.

***В області оперативної роботи***фінансова служба вирішує наступні завдання:

- забезпечення у встановлений термін платежів у бюджет, виплат відсотків по позичках банків, видачі заробітної плати працівникам, оплати рахунків постачальників;

- забезпечення фінансування планових витрат;

- оформлення кредитів відповідно до договорів;

- ведення щоденного оперативного обліку: реалізації продукції, прибутки від реалізації, інших показників фінансового плану;

- складання відомостей про вступ коштів і довідок про хід виконання фінансового плану.

Від ефективності ***контрольно-аналітичної роботи***на підприємстві залежить результат фінансової діяльності. Фінансова служба здійснює постійний контроль над виконанням показників фінансового, кредитного, касового планів і планів по прибутку й рентабельності, а також контроль над використанням власного й позикового капіталу й цільовим використанням банківських кредитів.

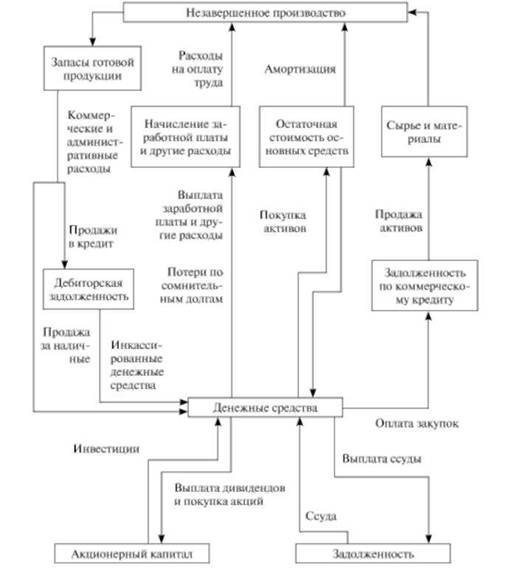
Фінансова служба підприємства тісно пов'язана з діяльністю таких відділів, як бухгалтерія, маркетинговий відділ і ін.

Ефективне управління фінансовими ресурсами може здійснюватися лише в рамках ***фінансового менеджменту,*** який являє собою систему раціонального керування рухом грошових потоків, що виникають у процесі господарської діяльності підприємств, і пов'язаний з оптимізацією фінансових коштів підприємств для одержання максимального доходу.

***Об'єктом керування*** у фінансовому менеджменті є грошовий обіг підприємства, що представляє собою потік грошових вступів і виплат (малюнок).

***Суб'єктом керування па підприємстві***є фінансова служба, яка виробляє й реалізує стратегію й тактикові фінансового менеджменту з метою підвищення ліквідності й платоспроможності підприємства за допомогою одержання й ефективного використання прибутку.

**Потоки коштів у рамках господарюючого суб'єкта**



**Організаційна структура керування підприємством**



У керуванні фінансовою діяльністю важливу роль відіграють ***фінансові менеджери —***це висококваліфіковані фахівці, що володіють знаннями в області фінансів, бухгалтерського обліку, кредиту й грошового обігу, ціноутворення, податкового законодавства й техніки банківської й біржової діяльності. У своїй роботі фінансовий менеджер виходить із економічної ситуації й опирається на чинне законодавство.

Організація фінансового керування на підприємстві допомагає фірмі вижити в умовах конкурентної боротьби, забезпечити стійке фінансове становище, максимізацію «ціни» підприємства, прибутки, мінімізацію видатків, рентабельність діяльності, ріст обсягу виробництва й реалізації продукції. Підприємство має право нарощувати власні доходи за рахунок основної діяльності й активно поводитися на фондовому ринку (ринку цінних паперів), брати участь у діяльності інших підприємств і організацій, освоювати суміжні сфери діяльності, використовувати іншу фінансову роботу підприємства, де немає протиріччя закону, усе це необхідно для можливості збільшення сукупного фінансового результату.

**Лекція 6. Основи оподатковування підприємницької діяльності**

6.1.Сутність податків і їх функції

6.2. Види систем оподатковувань для комерційних організацій

**6.1.Сутність податків і їх функції**

Податки становлять обов'язковий елемент ринкової економіки. Для того щоб держава мала можливість забезпечувати бюджетні організації, виплачувати соціальні допомоги, містити всілякі некомерційні структури, потрібні кошти. Для цього організації й індивідуальні підприємці повинні платити податки. Таким чином, **система оподатковування** - це сукупність усіх податків і зборів, які у встановленому порядку стягуються з учасників комерційної діяльності відповідно до чинного законодавства.

**Податок** – обов'язковий платіж на користь держави частини доходу самостійно господарюючого суб'єкта в заздалегідь певному й установленому законодавстві порядку.

**Збір** — обов'язковий внесок, що стягується з організацій і фізичних осіб, сплата якого є однією з умов здійснення відносно платників зборів державними органами, органами місцевого самоврядування, іншими вповноваженими органами й посадовими особами юридично значимих дій, включаючи надання певних прав або видачу дозволів (ліцензій).

**Характерні риси податку як платежу наступні:**

* обов'язковість;
* індивідуальна безплатність;
* відчуження коштів, що належать організаціям і фізичним особам на праві власності, господарського ведення або оперативного керування;
* спрямованість на фінансування діяльності держави або муніципальних утворів.

**Характерними рисами збору як внеску є:**

* обов'язковість;
* одне з умов здійснення державними й іншими органами в інтересах платників зборів юридично значимих дій.

**Функція податку** — це прояв його соціально-економічної сутності в дії. Функції свідчать, яким образом реалізується суспільне призначення даної економічної категорії.

**У сучасних умовах податки виконують дві основні функції:**

* **фіскальна** функція, яка укладається в забезпеченні держави [финансовыми ресурсами](http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/finansy-predpriyatiya.html" \o "Финансовые ресурсы), необхідними для здійснення його діяльності (**джерело доходів держави)**;
* **регулююча** функція, завдяки якій податки або стимулюють, або стримують ту або іншу [хозяйственную деятельность](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/process-vosproizvodstva.html" \o "Хозяйственная деятельность) (**регулятор економічної системи**).

Ступінь реалізації функцій податків залежить від того, яким [набором экономических инструментов](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/ekonomicheskie-funkcii-gosudarstva.html) користується держава. У сукупності вони являють собою податковий механізм, за допомогою якого реалізується **податкова політика держави**.

Використовуючи податки як інструмент регулювання держава спонукує економічних агентів що-небудь робити (податки знижуються) або, навпаки, перешкоджає в здійсненні їх діяльності (податки підвищуються).

**Податкову систему держави становлять** сукупність існуючих у державі податків, внесків, мит і інших платежів, а також форм і методів оподатковування.

**Оподатковування** – це спосіб регулювання доходів і джерел поповнення державних коштів.

Як говорив А.Смит – «Податки для тих, хто їх виплачує ознака не рабства, а волі».

Сучасні принципи побудови податкової системи:

1) загальність – охоплення податками всіх суб'єктів, що одержують доходи, незалежно від організаційно-правової форми;

2) стабільність – стабільність видів податків і податкових ставок у часі;

3) рівнонапруженість – стягнення податків по ідентичних для всіх платників податків ставкам у долі від доходу й прибутки;

4) обов'язковість – примусовість податку, неминучість його виплати, самостійність суб'єкта в обчисленні й сплаті податку;

5) соціальна справедливість – установлення податкових ставок і податкових пільг, що ставлять усі в приблизно рівні умови, що й виявляють щадне вплив на низкодоходные підприємства й групи населення.

Так, нейтральність податкової системи укладається в наявності однакових податкових стандартів для осіб, що сплачують податки. У країнах з перехідною економікою, до яких ставиться й Україна, на жаль, цієї нейтральності практично не існує. Широка диференціація податків, різноманітність існуючих пільг часто дискредитують суспільство й підривають економічну стабільність.

***КЛАСИФІКАЦІЯ ПОДАТКІВ***

**Залежно від суб'єкта оподатковування податки діляться на:**

- податки, що сплачуються юридичними особами;

- податки, що сплачуються фізичними особами.

**По призначенню розрізняють**:

а) загальні податки – кошту від яких не закріплені за окремими напрямками видатків держави ( податок на прибуток, ПДВ, НДФЛ);

б) маркіровані (спеціальні) податки – мають цільове призначення (земельний податок, ЕСН).

**По суб'єкті сплати виділяють**:

а) податки, що стягуються з фізичних осіб;

б) податки, що стягуються з юридичних осіб.

Розрізняють джерело й об'єкт оподатковування.

**Джерело** – незалежно від об'єкта оподатковування – чистий дохід суспільства.

**Об'єкт** – це кількісно вимірний економічний феномен, який служить базою для обчислення податків.

Об'єкти оподатковування:

- дохід (з підприємства або населення);

- майно (нерухоме й спонукуване);

- передача майна в спадщину, при даруванні, а також певні види угод (операції із цінними паперами) і вивіз товарів за кордон ( мита).

**По об'єкту оподатковування розділяють**:

майнові податки;

ресурсні податки (рентні платежі);

податки, що стягуються від виторгу або доходу;

податки на споживання.

**По джерелу сплати існують:**

- податки, относимые на індивідуальний дохід;

- податки, относимые на витрати проведення й обігу;

- податки, относимые на фінансові результати;

- податки, що стягуються з виторгу від продажів.

**По механізму формування розрізняють прямі й непрямі податки**.

**Прямий податок** стягується безпосередньо із власників майна, одержувачів доходів, його платять конкретні фізичні і юридичні особи. Це податки на доходи й майно: прибутковий податок з фізичних осіб, податок на прибуток підприємств, податок на соціальне страхування й на фонд заробітної плати й робочу силу ("соціальні" податки), майнові податки, у т.ч., податки на власність (землю й іншу нерухомість), податки на переклад прибутки й капіталу за рубіж і ін.

**Непрямий податок** стягується в сфері реалізації або споживання товарів і послуг, тобто в остаточному підсумку перекладається на споживачів продукції. Непрямі податки частково або повністю переносяться на ціну товару або послуги. Це податки на товари й послуги: по продажах, замінені в більшості країн податком на додану вартість, на спадщину, на угоди із цінними паперами, нерухомістю й ін.

Але такий розподіл не зовсім точний, оскільки прямі податки через підвищення цін можуть перекладатися на споживача.

Поряд з об'єктами в системі оподатковування не меншу роль відіграють податкові ставки й податкові пільги.

**Розрізняють ставки**:

- тверді ставки, установлювані в абсолютній сумі на одиницю обкладання незалежно від розміру доходу;

- пропорційні ставки встановлюються в однаковому процентному відношенні до об'єкта податку без обліку диференціації його величини;

- прогресивні ставки означають прогресивне підвищення ставки податку зі збільшенням доходу;

- регресивні ставки передбачають зниження ставки податку зі збільшенням розміру доходу.

**Види податків залежно від джерел їх покриття:**

* податки, видатки по яких ставляться на **собівартість продукції** (робіт, послуг):
  + земельний податок;
  + податок на користувачів автомобільних доріг, податок із власників транспортних засобів, збори за використання природних ресурсів;
* податки, видатки по яких ставляться **на виторг від реалізації продукції** (робіт, послуг):
  + ПДВ;
  + акцизи;
  + експортні тарифи;
* податки, видатки по яких ставляться на **фінансові результати**:
  + податки на прибуток, майно підприємств, рекламу;
  + цільові збори на утримання, благоустрій і збирання території;
  + податок на утримання житлового фонду й об'єктів соціальної сфери;
  + збір на потреби освітніх установ;
  + збори за паркування автомобілів;
* податки, видатки по яких покриваються із **прибутку**, що залишається в розпорядженні підприємств. До цієї групи ставиться частину місцевих податків: податок на перепродаж автомобілів і обчислювальної техніки, ліцензійний збір за право торгівлі, збір з угод, чинених на біржах, податок на будівництво об'єктів виробничого призначення в курортних зонах і ін.

**Податкові пільги** – зменшення податкових ставок або повне звільнення від податків окремих підприємств залежно від їхнього профілю, характеру виробленої продукції й виконуваних робіт, використовуваної робочої чинності, зони розташування.

Податкова система будь-якої держави - це динамічна структура, яка постійно міняється й поліпшується. Податковій системі України вкрай необхідна реформа, тому що вона одна із самих заплутаних і не сприяє розвитку економіки через надмірний податковий тягар і різноманітності податкових пільг, які відчутно знижують реальну ставку податку.

**6.2. Види систем оподатковувань для комерційних організацій**

Базовими Законами України в сфері оподатковування є: ЗК " Про систему оподатковування" - "Про систему оподаткування", ЗК " Про податок на додану вартість" - "Про податок на додану вартість", ЗК " Про оподаткування прибутку підприємств" -"Про оподаткування прибутку підприємств", " Про податок з доходів фізичних осіб" .

При встановленні податків повинні бути визначені всі елементи оподатковування. Податок уважається встановленим лише в тому випадку, коли визначені платники податків і елементи оподатковування, а саме:

• Об'єкт оподатковування;

• Податкова база;

• Податковий період;

• Податкова ставка;

• Порядок обчислення податку;

• Порядок і строки сплати податку.

У необхідних випадках при встановленні податку в акті законодавства про податки й збори можуть передбачатися податкові пільги й підстави для їхнього використання платником. При встановленні зборів визначаються їхні платники й елементи обкладання стосовно до конкретних зборів.

Обкладання в рамках спеціального податкового режиму означає, що суб'єкти підприємництва застосовують особливий порядок нарахування й сплати податків і зборів протягом певного часу. Цей порядок установлює НК. Установлення цих спеціальних податкових режимів у цей час базується на наступних підставах:

1. Спеціальні режими спрямовані на створення більш щадного податкового тягаря, в основному для суб'єктів малого й середнього бізнесу. Це обґрунтовано тим, що державним пріоритетом є створення конкурентного середовища в розвитку ринкової економіки, а вона можлива лише при певному балансі присутності на ринку великої маси організацій і індивідуальних підприємців.

2. Найважливішим принципом оподатковування є принцип економії. Малі й середні суб'єкти підприємницької діяльності не мають можливості скоротити питомі видатки по обчисленню, обліку й звітності по податках, не можуть містити достатній штат кваліфікованих фахівців для організації оподатковування по загальновстановленій системі. У той же час, і податкові органі несуть досить вагомі видатки по податковому адмініструванню маси дрібних платників податків. Усе це може привести до того, що сума зібраних податків не покриє видатків на їхнє стягнення.

**Основні податки в Україні і їх ставки**

Податок на прибуток підприємств – 18% - прямий податок, що стягується із прибутку організації.

Єдиний соціальний внесок – 22% - замінив сукупність страхових внесків, що сплачуються раніше обов'язкових, у державні позабюджетні фонди. При цьому цільове призначення ЕСВ збереглося: він призначений для мобілізації коштів для реалізації права громадян на державне пенсійне й соціальне забезпечення (страхування), медичну допомогу. ЕСВ є прямим податком і обов'язковий до сплати на всій території України.

Податок на доходи фізичних осіб – 18% - є прямим податком. На відміну від організацій, індивідуальні підприємці при використанні основної системи оподатковування не сплачують податок на прибуток, замість нього вони платять НДФЛ. За загальним правилом до складу оподатковуваної бази включаються всі доходи платника податків, отримані їм як у грошовій, так і в натуральній формах, або право на розпорядження, яке в нього виникло, а також доходи у вигляді матеріальної вигоди.

Податок на додану вартість (ПДВ) – 20% - форма вилучення в бюджет частини вартості, створюваної на всіх стадіях проведення й обумовленої як різниця між вартістю реалізованих товарів (робіт, послуг) і вартістю матеріальних витрат, віднесених на витрати проведення й обігу. ПДВ це непрямий податок, тобто є надбавкою до ціни товару**.**

Також деякі податки й порядок їх взымания додатково регулюються Декретом Кабінету Міністрів України " Про місцеві податки й зборах", Законами України " Про загальнодержавне пенсійне страхування" і інш, що встановлюють ставки податків і зборів із зарплати й з фонду оплати праці (далі "на зарплату" -авт.), інструкціями й роз'ясненнями ГНА України. Зміни, як правило, також утримуються в щорічному Законі України " Про Державний бюджет на 200х рік".

Податкова система регулюється Податковим кодексом України. Вибір системи оподатковування - один із самих хвилюючих питань починаючих підприємців. Цей розв'язок повинний бути обміркованим, адже саме від нього залежить, скільки податків потрібно платити і як часто прийде здавати звітність. Системи оподатковування в Україні для господарюючих суб'єктів, як юридичних осіб, так і фізичних осіб - підприємців представлено двома формами: **загальної й спрощеної**.

Почнемо зі **спрощеної системи оподатковування**, так званих "спрощенців" ( Розділ 14, Розділ 1 Податкового Кодексу). Перехід до УСНО означає, що сплачується єдиний податок, який передбачає звільнення від обов'язку по сплаті декількох податків, що стягуються при загальному режимі оподатковування.

Спрощенці розділені на 4 групи, а саме:

***1 група:*** фізичні особи – підприємці з річним оборотом до 300 тис. грн., без права наймання співробітників, що виявляють побутові послуги населенню (стаття 291.7 Податкового Кодексу) і торгуючі на базарі зі ставкою єдиного податку від 1% до 10% прожиткового мінімуму (мінімальна зарплата). По Києву – 10%;

***2 група:*** фізичні особи – підприємці з річним оборотом до 1,5 млн. грн., що мають право наймання до 10 співробітників, що виявляють послуги як населенню так і іншим спрощенцям, а також зайняті в ресторанному бізнесі зі ставкою єдиного податку від 2% до 20% мінімальної заробітної плати ( по Києву – 20% мінімальної зарплати + ЕСВ 22% від мінімальної заробітної плати за кожного працівника;

***3 група:*** фізичні особи – підприємці й підприємства з річним оборотом до 5 млн. грн., без обмежень по кількості найманих співробітників і права вибору ставки податку виходячи з обліку ПДВ, а саме: 3% за умови реєстрації підприємства платником ПДВ або 5% - при зачитанні розміру ПДВ у єдиний податок + ЕСВ 22% від мінімальної заробітної плати за кожного працівника;

***4 група:*** юридичні особи, с/г товаровиробники, у яких частка сільськогосподарського товаропроизводства за попередній податковий рік рівна або перевищує 75%. Ставка податку - 0,16 - 5,4% від нормативно грошової оцінки ( залежно від виду земель).

Варто відзначити той факт, що згідно статті 291.5 Податкового Кодексу існують обмеження, на які не поширюються пільги по видах діяльності, які необхідно врахувати вибираючи спрощену систему оподатковування, а саме:

організація й проведення азартних ігор і гастрольних заходів;

обмін валюти;

проведення, експорт, імпорт, продаж підакцизних товарів;

видобуток і продаж дорогоцінних металів і корисних копалин;

фінансове посередництво, крім страхування, і діяльність по організації керування підприємствами;

наданню поштових послуг і послуг зв'язки,

торгівля предметами мистецтва й антикваріатами.

Не можуть бути платниками єдиного податку (стаття 291.5 Податкового Кодексу):   фізичні особи – підприємці, що проводять технічні дослідження й випробування, що виявляють аудиторські, бухгалтерські послуги, а, що також одержують прибуток від здачі в оренду земельних ділянок, площею більш 0,2 га, житлові приміщення й нежитлові приміщення площею 100 і 300 кв. м. відповідно; нерезиденти; фізичні особи, що мають борги по оплаті податкових зобов'язань; юридичні особи, державним регулятором діяльності яких є Національний Банк і Державна комісія регулювання ринку фінансових послуг, дочірні утвори неединщиков, що хазяюють суб'єкти, у складі засновників яких неединщики становлять 25% і більш, а також нерезиденти і юридичні особи, що мають борги по оплаті податкових зобов'язань; нерезиденти як фізичні, так і юридичні особи.   Істотним моментом у спрощеній системі оподатковування також є передбачена можливість розрахунків винятково в грошовій формі (наявний / безготівковий розрахунки).   Податковий Кодекс статтею 294  визначає звітні податкові періоди для 1, 2 і 4 груп – календарний рік, для групи 3 - квартал. При цьому фізичні особи – підприємці 1 – 2 груп платять єдиний податок щомісяця авансовим платежем до 20 числа поточного місяця. Фізичні особи – підприємці і юридичні особи 3 групи платять єдиний податок щокварталу протягом 10 днів після завершення звітного періоду. Фізичні особи – підприємці і юридичні особи на спрощеній системі оподатковування 3 групи, що зареєструвалися як платники ПДВ зобов'язано звітувати по ПДВ щомісяця до 20 числа місяця наступного за звітним.   Склад доходів і порядок їх обліку визначений статтею 292 Податкового Кодексу.

Перехід на УСНО - повідомний, а не дозвільний. Діючі організації й підприємці, що виявили бажання перейти на цю систему, подають заява в податковий орган, при цьому заяві повідомляють про розмір доходів за 6 місяців поточного року, а також про середню чисельність працівників за зазначений період і залишкової вартості основних коштів і нематеріальних активів. Знову створені організації (зареєстровані підприємці) має право подати заява про перехід на УСНО в п'ятиденний строк з дати постановки на податковий облік. У цьому випадку організація й індивідуальний підприємець має право застосовувати УСНО з дати постановки їх на податковий облік.

Повернутися до іншого режиму оподатковування платники податків не має права до закінчення податкового періоду. Якщо за підсумками звітного (податкового) періоду доходи платника податків перевищили встановлений законодавством ліміт або протягом цього періоду допущена невідповідність перерахованим вище вимогам, такий платник уважається, що втратили право на застосування УСНО з початку того кварталу, у якому допущено це перевищення або невідповідність зазначеним вимогам.

***Важливо:***   1) перевищення річного ліміту обороту, одержання доходу від видів діяльності, незазначених у свідоцтві платника єдиного податку, одержання доходу іншим, ніж у грошовій формі, способом, а також дохід від видів діяльності по КВЕД, які не підлягають спрощеному оподатковуванню фізичними особами – підприємцями 1 – 3 груп підлягає оподатковуванню по ставці 18%;

2) перевищення річного ліміту обороту, одержання доходу іншим, ніж у грошовій формі, способом, а також дохід від видів діяльності, які не підлягають спрощеному оподатковуванню юридичними особами 3 групи підлягає оподатковуванню в розмірі подвійної ставки;

3) фізичні особи – підприємці, які не залучають найманих співробітників, звільняються від сплати єдиного податку строком на 1 місяць у році на час відпустки;

4) при розрахунках загальної кількості осіб, які перебувають у трудових відносинах із платником єдиного податку, не враховуються особи, що перебувають у декретній відпустці, а також у відпустці по догляду за дитиною до досягнення їм 3-літнього віку.

Гідності й недоліки спрощеної системи оподатковування*.*

*Гідності:*

-спрощене ведення бухгалтерського обліку;

- спрощене ведення податкового обліку;

- відсутність необхідності надання бухгалтерської звітності в податкові органі;

- можливість вибрати об'єкт оподатковування;

- скорочення кількості податків;

- податковим періодом, відповідно до НК зізнається календарний рік, тому декларації подаються всього лише 1 раз у рік ( крім физлиц 3 групи);

- звільнення від сплати НДФЛ, що стосується доходів, отриманих від підприємницької діяльності.

*Недоліки:*

- обмеження по видах діяльності;

- неможливість відкриття представництв або філій (даний фактор є перешкодою для компаній, які планують у перспективі розширення бізнесу);

- обмежений перелік видатків, що зменшують податкову базу при виборі об'єкта оподатковування УСН «доходи мінус видатки»;

- відсутність обов'язку складання рахунків-фактур при спрощеній системі оподатковування, з одного боку, є позитивним чинником для компанії: економія рабочего часу й матеріалів. З іншого боку, це ймовірність втрати контрагентів, платників ПДВ, оскільки останні в цьому випадку не можуть пред'явити ПДВ до відшкодування з бюджету;

- відсутність можливості зменшення податкової бази на суму збитків, отриманих у період застосування УСН, при переході на інші режими оподатковування й навпаки,

- неможливість обліку збитків, отриманих у період застосування інших податкових режимів, у податковій базі УСН. Інакше кажучи, якщо компанія переходить із УСН на загальний режим оподатковування або, навпаки, із загального режиму на спрощений, те минулі збитки не будуть ухвалюватися при розрахунках єдиного податку або податку на прибуток. Переносяться лише збитки, отримані в період застосування поточного податкового режиму;

- наявність збитків не звільняє від сплати мінімального розміру податку, установленого законодавчо.

**Загальна система оподатковування**.

Фізичні особи – підприємці. Незаперечним плюсом при виборі загальної системи оподатковування для фізичних осіб – підприємців є повна відсутність обмежень по видах діяльності, кількості найманих співробітників і розміру доходу. Однак, до мінусів, слід віднести обов'язкове використання реєстратора розрахункових операцій (РРО) при веденні розрахунків готівкою й 22% ЕСВ від щомісячного чистого доходу (база оподатковування обмежена 25-тью розмірами прожиткового мінімуму) на тлі досить заплутаної схеми комунікації з контролюючими органами. C 2017 року підприємці зобов'язано платити ЕСВ незалежно від наявності доходу в розмірі мінімального страхового платежу - 704 грн.

Юридичні особи. З 1 січня ставка податку на прибуток – 18%; звітний період – квартал або рік. Якщо ж юридична особа є платником ПДВ, то необхідно пам'ятати про те, що звітність по ПДВ є щомісячною й про те, що податкова накладна підлягає обов'язковій реєстрації в Єдиному реєстрі податкових накладних.   Нагадаємо, що раніше окремою підгрупою юридичних осіб на загальній системі оподатковування були так звані «пільговики», які до 01 січня 2016 року обкладали дохід податком на прибуток по ставці 0%. До цієї підгрупи були віднесені господарюючі суб'єкти, відповідні до критеріїв статті 154.6 Податкового Кодексу України.

Переваги й недоліки застосування загальної системи оподатковування.

*Переваги:*

• Практично немає обмежень по видах діяльності;

• Організація або індивідуальний підприємець є платником ПДВ, а, отже, вигідним партнером для підприємств, платників ПДВ;

• Відсутні обмеження на розмір виручки організації;

• Відсутні обмеження на розміри робочих площ;

• Відсутні обмеження на кількість працівників;

• Відсутні обмеження на розмір майна на балансі кампанії;

• У випадку якщо організація одержує збиток - вона не платить податок на прибуток.

*Недоліки:*

• Великий обсяг податків, що сплачуються;

• Обов'язок вести повний бухучет;

• Високий рівень уваги з боку податкової й правоохоронних органів.

• Обов'язок представляти звітність по кожному податкові, що сплачується.

• Високі вимоги до кваліфікації бухгалтера при веденні бухгалтерського обліку.

Цей податковий режим не завжди вигідний. Особливо на старті бізнесу. Організації повинні в повному обсязі весті бухгалтерський облік, а індивідуальним підприємцям потрібно формувати непросту книгу обліку доходів і видатків і господарських операцій, так само прийде платити всі загальні податки й представляти в податковий орган за місцем перебування організації бухгалтерську й податкову звітність.

Таким чином, основні види податків при ОСН - це податок на прибуток, НДФЛ, ПДВ, податки на майно й страхові внески. До них можуть додаватися додаткові збори: мита, акцизи, збори за користування біологічними ресурсами, автотранспортний, земельний і водний податок.

Будь-яка система оподатковування ефективна, оскільки в її рамках можна налагодити діючий податковий контроль. У цей час, існують окремі види діяльності, грошовий обіг яких, в умовах, що склалися, складно проконтролювати. Про нього можна судити по більш-менш адекватних оцінках. Учасникам ринку, що здійснюють ці види діяльності, простіше «поставити» одержання доходу, ґрунтуючись на статистичній і податковій інформації про доходи, одержувану від такої діяльності в минулому.

**Лекція 7. Аналіз фінансових результатів діяльності комерційних організацій**

7.1Беззбиткова діяльність як фактор забезпечення фінансової стабільності підприємства

7.2 Система показників ефективності проведення й фінансового стану комерційних організацій

**7.1 Беззбиткова діяльність як фактор забезпечення фінансової стабільності підприємства**

Поняття комерційної організації безпосередньо пов'язане з одержанням прибутку як результату виробничої, господарської й фінансової діяльності.

Прибуток – найважливіший економічний показник ефективності діяльності організації. У зміні суми прибутку проявляються всі сторони діяльності організації:

• cнижение або збільшення обсягів виробництва й продажів товарів, продукції, робіт, послуг;

• ефективне або неефективне використання ресурсів, якими розташовує організація (матеріальних, трудових, основних фон-дов і т.д.);

• цінова політика на ринках збуту в боротьбі з конкурентами;

• ефективність фінансових операцій (з коштами, цінними паперами);

• ефективність угод з майном;

• ефективність участі в діяльності інших організацій;

• ефективність керування дебіторською заборгованістю;

• наявність або відсутність збитків від безгосподарності (штрафи, пени, неустойки за порушення умов договорів з контрагентами; відшкодування збитків, заподіяних іншим організаціям і т.д.).

Виконавчий орган керування (генеральний директор, рада директорів) зобов'язано пояснити власникам організації ( власникам акцій) причини виникнення збиткових операцій по основній діяльності, збиткових угод з нерухомістю, валютою й іншим майном.

Прибуток ураховується на рахунку 44 «Нерозподілений прибуток (непокриті збитки)» наростаючим підсумком з початку року:

• по кредиту – прибутки, доходи;

• по дебету – збитки, видатки.

Прибуток – це найважливіше джерело інвестицій комерційних організацій, а також джерело матеріального стимулювання персоналу, соціальних виплат.

Нерозподілений прибуток звітного року й минулих років є джерелом поповнення власного обігового капіталу організації, тобто сприяє підвищенню рівня її ринкової стабільності й платоспроможності.

Основні завдання аналізу фінансових результатів:

• оцінка виконання плану по прибутку в цілому по організації й по її внутрішніх структурних підрозділах;

• визначення планових і фактичних темпів зростання показників прибутки від продажів, бухгалтерському й чистому прибутку до рівня попереднього періоду. Визначення фактичних темпів росту дає можливість спостерігати за динамікою показників прибутки від продажів, бухгалтерському й чистому прибутку;

• аналіз факторів, що обумовлюють ступінь виконання бізнес-плану й показники динаміки прибутки від продажів, бухгалтерському й чистому прибутку;

• виявлення впливу результатів діяльності окремих внутрішніх структурних підрозділів на показники виконання бізнес-плану організації, а також на показники динаміки прибутки від продажів, бухгалтерському й чистому прибутку;

• виявлення можливих резервів збільшення сум прибутку від продажів, бухгалтерському й чистому прибутку;

• виявлення й організація використання внутрішніх резервів підвищення ефективності проведення, підготовка управлінських розв'язків. Економічний аналіз покликано організувати роботу з використання внутрішніх резервів проведення, для цього потрібно дати їм економічну оцінку, після чого можна приступати до стадії підготовки управлінських розв'язків. Економіст, що займається аналізом, зобов'язано підготувати варіанти розв'язків завдань по управ-лению проведенням. Для цього потрібно знати, які відбулися відхилення, і який характер ці відхилення мають. Необхідно також стежити за тенденцій відхилень. Відхилення можуть бути позитивні й наростаючі, таку тенденцію треба підтримати. Відхилення можуть бути негативні й наростаючі. У цьому випадку потрібно виробляти заходу, які перешкоджали б наростанню цих тенденцій і, в остаточному підсумку, привели до погашення таких відхилень. Можуть бути відхилення, які носять негативний, але загасаючий характер. Це значить, що в ході керування проведенням раніше вжиті заходи діють позитивно, виправляють положення на проведенні. Треба залишити в дії ці заходи, підтримати або підсилити їхній вплив.

**Основні завдання аналізу показників рентабельності:**

• оцінка виконання по показниках рентабельності продукції й по системі показників рентабельності комерційних організацій;

• аналіз динаміки показників рентабельності продукції й рента-бельности комерційних організацій;

• аналіз факторів, що обумовлюють динаміку показників рента-бельности продукції й рентабельності комерційної організації;

• виявлення можливих резервів підвищення рентабельності продукции й рентабельності комерційної організації.

**7.2 Система показників ефективності проведення й фінансового стану комерційних організацій**

Ефективність проведення належить до ключових показників ринкової економіки, яка безпосередньо пов'язана з досягненням кінцевої мети розвитку суспільного виробництва в цілому й кожного підприємства окремо. У найбільш загальному виді **економічна ефективність проведення**являє собою кількісне співвідношення двох величин – результатів господарської діяльності й виробничих витрат. Сутність проблеми підвищення економічної ефективності проведення полягає в збільшенні економічних результатів на кожну одиницю витрат у процесі використання наявних ресурсів.

Підвищення ефективності проведення може досягатися як за рахунок економії поточних витрат (споживаних ресурсів), так і шляхом кращого використання діючого капіталу й нових вкладень у капітал (застосовуваних ресурсів).

Найважливішим економічним результатом ринкової діяльності підприємства з урахуванням довгочасної перспективи його розвитку є одержання максимального прибутку на вкладений капітал. Співвідношення прибутки й одноразових витрат стає вихідною основою для реального підвищення ефективності проведення. Однак відповідно до законів ринку не можна ототожнювати ефективність проведення із продуктивністю праці. *Продуктивність праці* означає плодотворність виробничої діяльності людей і визначається величиною витрат живого й упредметненого праці, що доводиться на одиницю продукції. Звідси ріст продуктивності праці відображає використання лише споживаних ресурсів (поточних витрат), тоді як підвищення ефективності проведення характеризує використання всіх ресурсів, включаючи поточні й одноразові витрати. Також можна відзначити, що поняття одноразових витрат, капітальних вкладень і вкладень у капітал мають однаковий економічний зміст, який зводиться до необхідності дотримання загального правила окупності цих ресурсів за рахунок прибутку, одержуваної в процесі проведення.

У ринковій практиці господарювання зустрічаються всілякі форми прояву економічної ефективності. Технічні й економічні аспекти ефективності характеризують розвиток основних факторів проведення й результативність їх використання. Соціальна ефективність відображає розв'язок конкретних соціальних завдань (наприклад, поліпшення умов праці, охорону навколишнього середовища і т.д.). Звичайно соціальні результати тісно пов'язані з економічними, оскільки основу всякого прогресу становить розвиток матеріального проведення.

В умовах ринку кожне підприємство, будучи економічно самостійним товаровиробником, має право використовувати будь-які оцінки ефективності розвитку власного проведення в рамках установлених державою податкових відрахувань і соціальних обмежень. Особливості функціонування ринку (суб'єктивність інтересів різних учасників ринкового процесу, невизначеність досягнення кінцевих результатів, рухливість параметрів проведення й збуту продукції, множинність критеріїв оцінки та ін.) також відторгаються розподіл ефективності на загальну й порівняльну, характерну для вітчизняної теорії й практики, оскільки можливості способу розвитку проведення й вибір найкращого варіанта залежать від ринкової кон'юнктури. Ринкова ж стихія досить складна, і перехід до ринку обумовлює важливість розробки єдиних підходів до виміру витрат і результатів для відбору й реалізації справжнього ефективних розв'язків на всіх рівнях керування проведенням, які перетворюють розрахунки економічної ефективності з формальної господарської процедури в життєву необхідність.

Визначення ефективності проведення починається із установлення ***критеріїв ефективності***, тобто головної ознаки оцінки ефективності, що розкриває його сутність. Зміст критерію ефективності проведення випливає з необхідності максимізації одержуваних результатів або мінімізації вироблених витрат виходячи з поставлених цілей розвитку підприємства. Такими цілями можуть бути забезпечення виживаності, досягнення стійкого росту, структурна перебудова, соціальна стратегія й т.п.

При різноманітті цих цілей домінуючим стає досягнення найкращих економічних результатів, прагнення до витягу найбільшої маси прибутки з урахуванням довгочасної перспективи розвитку. Звідси в якості вихідного кількісного критерію ефективності проведення повинна виступати ***річна норма прибутку***на вкладений капітал:

Е = П/K = Ц – З/K

де Е – норма прибутку на вкладений капітал, %;

П – чистий прибуток (річна) за винятком податків, грн.;

ДО – вкладення в капітал прибутки, що забезпечують одержання, грн.;

Ц – річний обсяг виробництва продукції в продажних цінах, грн.;

C – повна собівартість річного випуску продукції, грн.

Розрахункові значення норми прибутки можуть змінюватися залежно від структури капіталу, рівня прогнозованих цін на продукцію, обсягу попиту й інших факторів. Обраний критерій ефективності проведення у вигляді норми прибутки на капітал застосовується як для порівняння різних варіантів розвитку підприємства, так і для оцінки єдиного варіанта ринком. Відповідно до прийнятого критерію визначаються конкретні показники ефективності проведення, що відображають основні характеристики витрат і результатів.

У міжнародній практиці обґрунтування ефективності інвестиційних проектів використовуються наступні **узагальнюючі показники ефективності проведення**:

• *чиста поточна вартість* - різниця між вступом і видатком коштів за весь період передбачуваного функціонування підприємства з урахуванням фактору часу. Звичайно чиста поточна вартість розглядається як норма інвестування капіталу (норма мінімального доходу), підтвердження доцільності здійснення капітальних вкладень;

• *рентабельність капіталу* – це відношення чистому прибутку ( за винятком податків) до власного капіталу. В умовах ринку рентабельність капіталу характеризує мінімальну норму прибутковості капітальних вкладень і явищ більш стабільним показником, чому рентабельність продукції;

• *внутрішній коефіцієнт ефективності* – граничне значення рентабельності капіталу, при якому стає можливим рівність припливів-відтоків наявних коштів, а сама поточна вартість перетворюється в нульову величину. Проект розвитку підприємства вважається рентабельним, коли внутрішній коефіцієнт ефективності не опускається нижче цієї вихідної норми окупності вкладень;

• *період повернення капітальних вкладень ( строк окупності)* – це період часу, який необхідний для того, щоб майбутній прибуток підприємства досягся величини здійснених капітальних вкладень. Показник строку окупності характеризує інтенсивність повернення витрачених коштів на певному інтервалі часу після їхнього вкладення:

T = ДО / П

де Т – строк окупності капітальних вкладень, років;

ДО – вкладення в капітал прибутки, що забезпечують одержання, грн.;

П – чистий річний прибуток за винятком податків, з урахуванням амортизації, грн.

• *максимальний грошовий відтік* – це найбільше негативне значення чистої поточної вартості, розрахованої наростаючим підсумком. Цей показник відображає загальну вартість підприємницького проекту й погоджує її із джерелами фінансування витрат;

- *крапка беззбитковості* – це мінімальний розмір партії, що випускається продукції, при якому досягається «нульовий прибуток», тобто рівність доходів від продажів і витрат проведення. Подальше збільшення обсягу продажів приводить до появи прибутки. Крапка беззбитковості перебуває графічним і аналітичним способами. Графічно крапка беззбитковості перебуває на перетинанні лінії обсягу продажів і повних витрат проведення (у розбивці останніх на постійні й змінні). Аналітично крапка беззбитковості визначається по формулі:

Н0 = FС/ Цед – AVC

де Н0 – крапка (норма) беззбитковості обсягу реалізації продукції в натуральних одиницях;

FС – постійні витрати проведення;

Цед – ціна одиниці продукції, грн.;

AVC – змінні витрати проведення, грн.

Кількісне визначення економічного значення фактору часу ґрунтується на порівнянні витрат і результат згодом і опирається на приведення (дисконтирование) вартості майбутніх витрат (капітальних вкладень) і результатів (прибутки) до єдиного моменту часу – початковому або кінцевому, тобто до початку здійснення або до моменту завершення проекту. На практиці облік фактору часу пов'язаний з використанням *коефіцієнта приведення* (дисконтирования), розрахованого по формулі складних відсотків:

Ввр = (1 + Ед)\*t'

де Ввр – коефіцієнт приведення різночасних витрат і результатів у порівнянний вид з метою виміру;

Eд – норма дисконту для порівняння різночасних витрат і результатів, рівна ставці банківського відсотка за кредитні ресурси або внутрішньому коефіцієнту ефективності підприємства, %;

ť – рік приведення.

Іншим не менш відомим методом оцінки грошових доходів є ***метод рентабельності****, що* характеризує розмір отриманого прибутку залежно від обсягу продажів і вартості активів підприємства. На основах прибутки розраховуються відносні показники:

• *рентабельність загальна (Робщ*) розраховується як відношення прибутки до середньорічної вартості основних і нормованих обігових коштів:

Робщ = Пб / Ǒc + Ǒб

де Пб – балансовий прибуток;

Ǒc і Ǒб – середньорічна вартість основних і нормованих

обігових коштів.

• *фондовіддача*

Фот = Q / Ǒc

і *фондомісткість*

Фемк = Ǒc / Q

де Q – випуск продукції. **Фондовіддача** – це випуск продукції на 1 грн. середньорічної вартості основних коштів; **фондомісткість** – це середньорічна вартість основних коштів, що доводиться на 1 грн. продукції;

• *рентабельність продажів (обороту):*

Рп =(прибуток / обсяг продажів) \* 100%

Прибуток (валова або чиста) і обсяг продажів беруться за той самий звітний період, як правило, за рік;

• *рентабельність основного капіталу:*

Ро.к. = (прибуток / основний капітал) \* 100%

• *рентабельність власного капіталу:*

Рс.к. = (прибуток / власний капітал) \* 100%

Рентабельність власного капіталу характеризує ефективність використання капіталу, інвестованого в проведення за рахунок власних джерел фінансування.

Важливим показником є й *обсяг продажів*. За обсягом продажів судять про масштаби діяльності фірми, її виробничих можливостях. Аналіз обсягу продажів за ряд років дає вистава про темпи зростання виробництва фірми. Обсяг продажів використовується для визначення оборотності *активів капіталу* ( До.а) і оборотності *основного капіталу* ( До.к):

До.а. = обсяг продажів / загальна сума активів

До.к. = обсяг продажів / основний капітал

Конкурентоспроможність фірми пов'язана з конкурентоспроможністю її продукції. Збільшення обсяг продажів, як правило, веде до збільшення прибутки, зростання показників рентабельності. Завантаження виробничих потужностей, збільшення портфеля замовлень, збільшення капіталовкладень у проведення свідчить про підвищення конкурентоспроможності підприємства.

**Показники фінансового стану підприємства**

Фінансовий стан підприємства характеризується платоспроможністю, прибутковістю, ефективністю використання активів і власного (акціонерного) капіталу, ліквідністю.

*Платоспроможність підприємства* – здатність підприємства виконувати свої зовнішні (короткострокові й довгострокові) зобов'язання, використовуючи свої активи. **Коефіцієнт платоспроможності** (Кп) визначається співвідношенням:

Кп = (власний капітал / загальні зобов'язання) \* 100%

Коефіцієнт вимірює фінансовий ризик, тобто ймовірність банкрутства. Високий коефіцієнт платоспроможності відображає мінімальний фінансовий ризик і гарні можливості для залучення додаткових коштів з боку.

*Ліквідність підприємства* відображає його здатність вчасно оплатити майбутні борги (зобов'язання) або можливість перетворити статті активу балансу (основні й обігові кошти, включаючи цінні папери та інші активи) у гроші для оплати зобов'язання.

**Схема ліквідності балансу**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Активи** | **Зіставлення** | **Пасиви** |
| *Найбільш ліквідні:*   |  | | --- | | Кошти в банку й касі підприємства  Короткострокові цінні папери  *Швидко реалізовані:*  Депозити  Дебіторська заборгованість  *Повільно реалізовані:*  Сировина й матеріали  Незавершене проведення  Готова продукція | | ≥  ≥  ≥ | *Найбільш термінові зобов'язання:*  Кредиторська заборгованість  *Короткострокові зобов'язання:*  Короткострокові кредити й позики  *Довгострокові зобов'язання:*  Довгострокові кредити й позики  Орендні зобов'язання |
| *Важко реалізовані:*  Земля  Будинку й спорудження  Устаткування  Транспортні засоби | ≤ | *Постійні пасиви:*   |  | | --- | | Власні кошти, за винятком орендних зобов'язань і заборгованості  перед засновниками | |

*Коефіцієнт загальної ліквідності* ( До.л.) визначається відношенням:

До.л. = обігові кошти в грошах / короткострокові зобов'язання

*Коефіцієнт покриття* (Кпо) визначається відношенням:

Кп.о. = усі обігові кошти / короткострокові зобов'язання

Коефіцієнт показує, якою мірою короткострокова заборгованість підприємства покривається його оборотними активами. Вибір і використання тих або інших показників диктується цілями проведеного аналізу. Слід зазначити, що для визначення реального стану справ підприємства необхідний аналіз його балансу й основних показників не менш чому за три роки.

Крім крапки беззбитковості важливе значення мають такі показники, як безпека комерційної діяльності (запас фінансової міцності) фірми й чинність впливу операційного важеля.

***Показник безпеки комерційної діяльності***Бк (або запас фінансової міцності) – це сума, на яку підприємство може собі дозволити зменшити виторг від реалізації, не виходячи із зони прибутки.

Визначається по формулі:

Бк = Виторг від реалізації – Крапка беззбитковості

Ефект операційного важеля полягає в тому, що будь-яка зміна виторгу від реалізації приводить до ще більш сильної зміни прибутки. Дія даного ефекту пов'язане з непропорційною дією умовно-постійних і умовно-змінних витрат на фінансовий результат при зміні обсягу виробництва й реалізації. Чим вище частка умовно-постійних видатків у собівартості продукції, тем сильніше вплив операційного важеля. І, навпаки, при росту обсягу продажів частка умовно-постійних видатків у собівартості падає, і вплив операційного важеля зменшується.

Чинність впливу операційного важеля = маржинальная прибуток / прибуток

**Маржинальная прибуток** визначається як різниця виторгу від реалізації й змінних витрат. Чинність дії операційного важеля показує ступінь комерційного ризику фірми. Чим більше ефект операційного важеля, тим більше комерційний ризик фірми.

Дотримання даних співвідношень – найважливіша умова платоспроможності підприємства. При цьому рівність постійних пасивів і важко реалізованих активів показує нижню границю платоспроможності за рахунок власних коштів підприємства.

**Система показників ефективності проведення й фінансового стану підприємства**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Основні**  **показники** | **Коротка характеристика** | **Методика розрахунків** |
| *I. Показники ефективності використання окремих видів ресурсів і витрат* | | |
| 1.Трудових –  продуктивність праці:  a) вироблення | Результативність праці в сфері матеріального проведення  Відображає кількість продукції, виробленої в одиницю робочого часу або, що доводиться на один среднесписочного працівника на місяць, квартал, рік. | Відношення кількості виробленої продукції до витрат робочого часу на одиницю цієї продукції. |
| б) трудомісткість | (Зворотний показник). Сума всіх витрат праці на проведення одиниці продукції на даному підприємстві. | Відношення кількості праці, витраченого на проведення продукції, до її обсягу в натуральному або вартісному вираженні. |
| 2.Матеріальних  ресурсів:  матеріалоємність | Характеризує сумарний видаток усіх матеріальних ресурсів на проведення одиниці продукції | Відношення суми матеріальних витрат, включених у собівартість реалізованої продукції, до її обсягу. |
| Основних коштів:  a) фондовіддача | Відображає кількість продукції розраховуючи на 1 грн. основних виробничих коштів | Річний обсяг реалізованої продукції, ділений на середньорічну вартість основних виробничих коштів |
| б) фондомісткість | (Зворотний показник). Відображає вартість основних виробничих коштів, що доводяться на 1 грн. обсягу реалізованої продукції | Середньорічна вартість основних виробничих коштів, ділена на річний обсяг реалізований-ний продукції |
| в) фондовоору-женность праці | Показує оснащеність підприємства основними виробничими коштами | Середньорічна вартість основних виробничих коштів, ділена на среднесписочную чисельність |
| г) коефіцієнт интен-сивности використання встаткування | Характеризує ефективність використання встаткування | |  | | --- | | Відношення фактичного обсягу випущеної продукції до встановленої виробничої потужності встаткування (пропускної здатності) | |
| Обігових коштів:  a) коефіцієнт обора-чиваемости обігових коштів | Показує, скільки оборотів зробили обігові кошти за аналізований період (квартал, півріччя, рік) | Відношення обсягу реалізованої продукції за від-парний період до середнього залишку обігових коштів за цей же період |
| б) коефіцієнт завантаження коштів в обороті | (Зворотний показник). Характеризує суму обігових коштів, авансируемых на 1 грн. виторгу від реалізації. | Відношення середнього залишку обігових коштів за звітний період до обсягу реалізації за цей же період |
| в) тривалість одного обороту | Показує, за який строк до підприємства вертаються його обігові кошти у вигляді виторгу від реалізації продукції. | Число днів у звітному періоді, ділене на коефіцієнт оборотності обігових коштів |
| г) показник віддачі обігових коштів | Відображає ефективність використання обігових коштів для прибуткових підприємств | Відношення прибутки від ре-ализации до середніх залишків обігових коштів |
| |  | | --- | | 5. Інвестиції  а) абсолютна эффек-тивность капітальних вкладень | |  | Відношення приросту прибутки за рахунок інновацій  до капітальних вкладень |
|  | Частка збиткових підприємств = (Обсяг випуску продукції після використання капітальних вкладень \* Різниця собівартості одиниці продукції до й послу вкладення інвестицій) / Капітальні вкладення | |
| б) строк окупності ка-питальных вкладень | Характеризує час, за який вступу від виробничої діяльності підприємства покриють витрати | Вкладення в капітал прибутки, що забезпечують одержання, ділені на чистий річний прибуток за винятком податків, але з урахуванням амортизації |
| |  | | --- | | *II. Показники рентабельності* | | | |
| 1.Рентабельність  продажів (обороту) | Показує, який прибуток має підприємство з кожного рубля реалізовану продукцію | Відношення прибутки від реалізації продукції до обсягу продажів |
| 2.Рентабельність майна підприємства | Показує, який прибуток одержує підприємство з кожного рубля, вкладеного в активи | Відношення чистого прибутку до середньої за період величини чистих активів |
| 3.Рентабельність власного капіталу | Показує ефективність використання коштів, що належать власникам підприємства. Служить основним критерієм при оцінці рівня котирування акцій на біржі | Відносин чистого прибутку до середньої за період величини власного капіталу |
| 4.Рентабельність  продукції | Ефективність витрат, зроблених підприємством на проведення й реалізацію продукції. Показник може бути орієнтиром в оцінці конкурентоспроможності продукції. Динаміка коефіцієнта може свідчити про необхідність перегляду цін або посилення контролю над собівартістю реалізованої продукції. | Відношення прибутки від реалізації продукції до суми витрат на проведення й реалізацію продукції |
| 5.Рентабельність проведення (загальна) | Характеризує прибутковість (збитковість) виробничої діяльності підприємства за звітний період часу (рік, квартал) | Відношення балансового прибутку до середньорічної вартості основних виробничих коштів і нормованих обігових коштів |
| 6.Рентабельність інвестицій | Спосіб оцінки «майстерності» керування інвестиціями | |  | | --- | | Відношення прибутки ( до сплати податків) до інвестованих у підприємство коштів (сума власного капіталу й довгострокових зобов'язань визначається по балансу підприємства) | |
| *III. Показники ділової активності* | | |
| 1. Загальний коефіцієнт оборотності капіталу | Показує швидкість обороту всіх кошту підприємства | Відношення виторгу від реалізації продукції до вартості майна (підсумок балансу) |
| 2.Коефіцієнт стабільності економічного росту | Характеризує стабільність і перспективу економічного розвитку; показує, якими темпами в середньому збільшується економічний потенціал підприємства | Відношення реінвестованого прибутку до середньої за період величини власного капіталу й резервів |
| 3.Коефіцієнт оборотності обігового капіталу | Показує швидкість обороту матеріальних і грошових ресурсів підприємства за аналізований період | Відношення розміру чистої виручки від реалізації продукції до середньої за період величини вартості матеріальних обігових коштів, коштів і короткострокових цінних паперів |
| 4.Коефіцієнт оборотності власного капіталу | Відображає швидкість обороту вкладеного власного капіталу або активність коштів, якими розташовують акціонери | Відношення чистого виторгу від реалізації до середнього за період обсягу власного капіталу |
| |  | | --- | | *IV. Показники платоспроможності* | | | |
| 1.Коефіцієнт платоспроможності | Вимірює фінансовий ризик підприємства | Відношення власного капіталу до загальних зобов'язань підприємства |
| 2.Загальний коефіцієнт покриття | Відображає достатність обігових коштів у підприємства, які можуть бути використані їм для погашення своїх короткострокових зобов'язань (1 – 2) | Відношення поточних активів ( обігових коштів) до поточних пасивів ( коротко-терміновим зобов'язанням) |
| 3.Коэффциент ліквідності | Характеризує прогнозовані платіжні можливості підприємства за умови своєчасного проведення розрахунків з дебіторами  ( 1 і вище) | Відношення коштів і короткострокових цінних паперів плюс суми мобілізованих коштів у розрахунках з дебіторами до короткострокових зобов'язань |
| 4.Коефіцієнт ліквідності при мобілізації коштів | Відображає ступінь залежності платоспроможності підприємства від матеріально-виробничих за-витрат і запасів з погляду мобілізації коштів для погашення своїх короткострокових зобов'язань ( 0,5 – 0,7) | Відношення матеріально-виробничих запасів і витрат до суми короткострокових зобов'язань |
| |  | | --- | | *V. Показники фінансової стабільності* | | | |
| 1.Коефіцієнт забезпеченості власними коштами | Відображає наявність власних обігових коштів підприємства, необхідних для його фінансової   |  | | --- | | стабільності (0,1 – 0,5) | | Відношення власних обігових коштів до загальної величини оборотних  коштів підприємства |
|  |  |  |
| 2.Коефіцієнт маневреності власних обігових коштів | Показує здатності підприємства підтримувати рівень власного обігового капіталу й можливість поповнювати обігові кошти якщо буде потреба за рахунок власних джерел (0,2 – 0,5) | Відношення власних обігових коштів до загальної величини власних коштів (власного капіталу) підприємства |
| 3.Співвідношення позикових і власних коштів | Показує, скільки позикових коштів залучило підприємство на 1 руб. вкладених в активи власних коштів (менш 0,7) | Відношення власних обігових коштів до загальної величини обігових коштів підприємства |

**Лекція 8. Ризик у підприємництві й погроза банкрутства**

8.1. Поняття й види ризику

8.2 Втрати від ризику і його страхування

8.3 Поняття й процедура банкрутства

**8.1. Поняття й види ризику**

В умовах ринкових відносин, при наявності конкуренції й виникненні непередбачених ситуацій, господарська, виробнича й комерційна діяльність неможлива без ризиків. Однак і відсутність *ризику*, тобто небезпеки настання непередбачених і небажаних для суб'єкта підприємницької діяльності наслідків його дій, в остаточному підсумку, шкодить економіці, підриває її динамічність і ефективність. Нормальний хід економічного розвитку вимагає досить повної й різноманітної « ризикової стратифікації», яка забезпечує кожному суб'єктові можливість зайняти позиції в такій зоні господарювання, у якій ризик відповідає його похилостям і особистим якостям. Існування ризику й неминучі в ході розвитку зміни його ступені виступають постійним і сильнодіючим фактором руху підприємницької сфери економіки.

**Ризик** – це можливість виникнення несприятливих ситуацій у ході реалізації планів і виконання бюджетів підприємства.

До основних видам ризику ставляться *виробничий, комерційний, фінансовий (кредитний), інвестиційний і ринковий.*

*Виробничий ризик* пов'язаний із проведенням і реалізацією продукції (послуг, робіт), здійсненням будь-яких видів виробничої діяльності. Цей вид ризику найбільш чутливий до зміни намічених обсягів виробництва й обсягу реалізації продукції, планових матеріальних і трудових витрат, до зміни цін, шлюбу, дефектності виробів і т.д.

Виробничий ризик включає ризики:

• невиконання господарських договорів;

• зміни кон'юнктури ринку й посилення конкуренції;

• виникнення непередбачених витрат;

• втрати майна підприємства.

Причиною невиконання господарських договорів частини стає неплатоспроможність партнерів. При цьому неплатоспроможність одного з них негативно впливає на всіх підприємців у цьому ланцюзі.

Однієї з основних причин зміни кон'юнктури ринку, посилення конкуренції може бути недосконала маркетингова політика. Неправильний вибір ринків збуту, неточна інформація про конкурентів, витік секретної інформації, несумлінність конкурентів, що використовують недозволені методи, усе це – може негативно відбитися на результатах діяльності підприємця.

У сучасних умовах збільшення цін на ті або інші ресурси й послуги приводить до виникнення непередбачених видатків. Попередити такий вид ризику можна шляхом ретельного аналізу й прогнозування ринкової кон'юнктури на ринку ресурсів.

На ризик втрати майна підприємства впливають стихійні лиха (землетрусу, повені, пожежі й т.п.), аварійні ситуації на проведенні, а також розкрадання майна, як працівниками підприємства, так і сторонніми особами. Уникнути подібних втрат або максимально знизити їхній рівень можна шляхом страхування майна, а також установлення строгої майнової відповідальності, твердої охорони території підприємства.

*Комерційний ризик* виникає в процесі реалізації закуплених підприємцем товарів і надання послуг. У комерційній справі необхідно враховувати такі фактори, як невигідне зміною (підвищення) цін закуповуваних засобів виробництва, зниження ціни, по якій реалізується продукція, втрата товару в процесі обігу, підвищення витрат обігу.

*Фінансовий ризик* може виникнути при здійсненні фінансового підприємництва або фінансових (грошових) угод. На фінансовий ризик поряд з факторами, характерними для інших видів підприємницького ризику, впливають і такі, як неплатоспроможність однієї зі сторін фінансової угоди, обмеження на валютно-грошові операції й т.п.

До фінансових ризиків ставляться:

• кредитний ризик;

• процентний ризик;

• валютний ризик;

• ризики фінансової діяльності підприємства й упущеної фінансової вигоди.

*Кредитний ризик* пов'язаний з несплатою позичальником основного боргу й відсотків, нарахованих за кредит. *Процентний ризик* – небезпека втрат комерційними банками, кредитними організаціями, інвестиційними фондами в результаті підвищення процентних ставок, виплачуваних ними по притягнутих коштах, над ставками по надаваних кредитах. *Валютні ризики* відображають небезпека валютних втрат, пов'язаних зі зміною курсу однієї іноземної валюти стосовно іншої, у тому числі національної валюти, при проведенні зовнішньоекономічних, кредитних і інших валютних операцій.

Ризики фінансової діяльності підприємстві впливають на його платоспроможність, фінансову стабільність. До даних ризиків можна віднести:

• ризик недоодержання або несвоєчасного одержання коштів за відвантажену продукцію (ризик дебіторської заборгованості);

• ризик зриву укладених угод про надання позик, інвестицій, кредитів. Даний ризик впливає на процес формування фінансових ресурсів підприємства; їхню структуру;

• ризик банкрутства як ділових партнерів підприємства (контрагентів, постачальників), так і самого підприємства.

*Інвестиційний ризик* може виникнути через знецінювання інвестиційно-фінансового портфеля, що полягає із власних і при-знайдених цінних паперів.

Залежно від виду або напрямку інвестування виділяють:

• ризик інвестування в цінні папери, або «портфельний ризик», який характеризує ступінь ризику зниження прибутковості конкретних цінних паперів і сформованого портфеля цінних паперів;

• ризик зниження прибутковості реальних інвестицій у результаті зміни зовнішніх факторів, що не залежать від діяльності підприємства (світові ціни на сировину, законодавчі акти й т.п.); помилок техніко-економічного обґрунтування проекту; форс – мажорних обставин і т.д.;

*Ринковий ризик* пов'язаний з можливими коливаннями ринкових процентних ставок, національної грошової одиниці або закордонних курсів валют, а можливо, з тим і з іншим одночасно.

**8.2 Втрати від ризику і його страхування**

У підприємницькій діяльності втрати ризику підрозділяються на матеріальні, трудові, фінансові, втрати часу, спеціальні види втрат.

*Матеріальні втрати* – це не передбачені проектом витрати або прямі втрати матеріальних об'єктів у натуральному вираженні (будинку, спорудження, передатні устрої, напівфабрикати, матеріали, сировина, що комплектують виробів).

*Трудові втрати* – втрати робочого часу, викликані випадковими або непередбаченими обставинами.

*Фінансові втрати* виникають у результаті прямого грошового збитку (не передбачені підприємницьким проектом платежі, штрафи, виплати за прострочені кредити, додаткові податки, втрата коштів або цінних паперів).

*Втрати часу* виникають у випадку, якщо процес підприємницької діяльності йде повільніше, чим передбачене проектом (виміряється годинником, цілодобово, декадами, місяцями і т.д.).

До *спеціальних* можна віднести втрати, пов'язані із завданням збитків здоров'ю й життя людей, навколишньому середовищу, престижу підприємця й з іншими несприятливими соціальними й морально-психологічними факторами.

Особлива група спеціальних видів втрат – *втрати від впливу непередбачених факторів політичного характеру*. Вони вносять плутанину в сложившиеся економічні умови життя людей, порушують ритм виробничо-господарської діяльності, породжують підвищені витрати живого й упредметненого праці, знижують прибуток. До типових джерел політичного ризику можна віднести: зниження активності людей; падіння рівня трудової й виконавчої дисципліни; невиконання прийнятих законодавчих актів: порушення платежів і взаєморозрахунків; нестійкості податкових ставок; примусові відрахування; відчуження майна або коштів.

Фактори, що впливають на підприємницькі, ділові ризики підприємства:

* Стратегія й тактика ведення справ
* Невизначеність майбутнього
* Інформаційні й технологічні прориви
* Рухливість міжнародної фінансової системи
* Особистість підприємця
* Глобальні зміни у світовій економіці
* Акціонери й інвестори
* Діяльність конкурентів
* Підвищення ролі регулювання
* Політичні зміни

Найважливішим фактором, що впливають на ризикованість ситуації підприємства, служить особистість підприємця. Його переваги й учинки тут визначальні. Не менш важливі стратегія й тактика ведення справ, які віддає перевагу підприємець.

**Страхування ризиків**

*Страхування ризику* – це передача відповідальності за певні ризики страхової компанії. Так, при глибокій реконструкції великого промислового підприємства можуть бути використано два способи страхування: майнове й від нещасних випадків.

*Майнове страхування* – страхування ризику виконавця реконструкції, морських вантажів і власності підрядника, стандартного або нестандартного встаткування, технологічного оснащення.

Залежно від страхових ризиків договір страхування ризиків виконавця реконструкції (наприклад, підрядним способом) може бути трьох типів.

Стандартний договір страхування від пожеж служить захистом від прямих матеріальних втрат або ушкоджень зазначеної в договорі власності. Розширений договір страхування від пожежі містить стандартний договір страхування від пожежі й одне (або трохи) специфічне доповнення, що враховує потреби конкретного страхувальника. У таке доповнення можуть бути включені ризики від урагану, градів, вибуху, цивільних хвилювань.

*Страхування від усіх видів ризиків* ураховує в договорі певні потреби підрядника, допускає надання йому більш широкого спектра послуг, гарантує страхування майна всіх ризиків матеріальних втрат, крім нестрахуемых, що оговорюються в договорі.

Договір страхування охоплює всі стадії незавершеного будівництва (проведення), матеріальні ресурси, основне й допоміжне устаткування, у тому числі орендоване, а також результати праці. У такому страхуванні зацікавлені, насамперед, замовники. Іноді вони вимагають від підрядника й субпідрядника проводити страхування з метою зменшення ризику втрат, викликаних порушенням графіків будівельно-монтажних робіт внаслідок виходу з ладу різних видів устаткування.

*Страхування морських вантажів* проводиться з метою захисту від матеріальних втрат або ушкоджень будь-яких перевезених по морях, ріках або повітряним транспортом вантажів. Страхування охоплює всі ризики, включаючи війну, страйки.

*Страхування стандартного й нестандартного встаткування, технологічного оснащення, що* є власністю підрядника, широко використовується підрядниками й субпідрядниками. Це форма поширюється й на орендоване або взяте в лізинг в устаткування.

У *страхування від нещасних випадків* входить страхування загальної цивільної й персональної відповідальності.

*Страхування загальної цивільної відповідальності* – форма страхування від нещасних випадків, спрямована на захист генерального підрядника, якщо в результаті його діяльності третя сторона (наприклад, працівник) зазнає тілесне ушкодження, особистий збиток або ушкодження майна.

Страхування персональної відповідальності проводять тільки в тому випадку, коли генеральний підрядник відповідає за підготовку архітектурного або технічного проекту, керування проектом, надання інших професійних послуг із проекту.

Одним з розповсюджених і надійних методів зниження ризику є *самострахування*, здійснюване за допомогою створення на підприємстві спеціальних резервних фондів (страхових запасів).

Самострахування доцільне у випадках, коли:

• вартість страхуемого майна відносно невелика в порівнянні з майновими й фінансовими параметрами всього бізнесу;

• імовірність збитків надзвичайно мала;

• фірма володіє більшою кількістю однотипного майна.

Страхування використовується, наприклад, транснаціональними нафтовими компаніями, що володіють декількома сотнями танкерів, коли втрата одного з них майже не відіб'ється на їхнім загальному благополуччі.

До основних способам зниження ризику в діяльності підприємства ставляться:

• залучення до розробки проекту компетентних партнерів, компаньйонів і консультантів;

• глибока предпроектная пророблення супутніх проблем;

• прогнозування тенденцій розвитку ринкової кон'юнктури, попиту на дану продукцію або послуги;

• розподіл ризику між учасниками проекту, його співвиконавцями;

• резервування коштів на покриття непередбачених видатків.

При прийнятті розв'язків, сполучених з ризиком, підприємець повинен ураховувати об'єктивні й суб'єктивні фактори. Особа, що ухвалює розв'язок, пов'язане з ризиком, повинне мати такі якості, як оригінальність мислення, агресивність, самостійність і т.п.

*Граничні випадки розв'язків*, сполучених з ризиком, - перестраховка й авантюризм. При перестраховці ризик зводиться до нуля, а авантюризм приводить до максимально можливого ризику. Перестраховка може привести до заниженого ефекту, авантюризм – до неотримання запланованого результату, викликаного надмірним ризиком. Необхідно оптимальний розв'язок, який повинний містити обґрунтований ризик. Слід використовувати переваги наукового прогнозування. Обґрунтований ризик підвищує ефективність підприємницької діяльності.

*Розв'язок* – основа керування, вибір кращого способу дії з декількох можливих. Оптимальний розв'язок повинний відповідати умовам проведення, бути прийнятним для роботи, а також забезпечувати малий ступінь ризику й досягнення проектних результатів. Оптимальний розв'язок – це досягнення підприємцем головного результату своєї праці.

Підприємець може попередити або суттєво скоротити ризик за допомогою лізингу, висновок договорів на продаж товарів, надання послуг, перевезення й зберігання продукції. В умовах лізингу істотна частина ризику псування майна або його загибелі може бути покладена на орендаря шляхом особливих умов у договорі лізингу ( фінансової оренди). При висновку договорів продажу товарів або надання послуг перевага переходить до покупця або посередника в покупці. У договорі передбачається відповідальність виробника за усунення дефектів у ході експлуатації продукції або заміна недоброякісного товару. Таким чином, ризик покладає на виробника.

Під час перевезення або зберіганні вантажів виникає обопільний ризик сторін, що укладають договір. Втрати від падіння цін у період перевезення або зберігання продукції несе її виробник. Матеріальні витрати під час зберігання або перевезення продукції покладають на транспортні або інші організації, що здійснюють таке зберігання або перевезення.

Ухвалення правильного рішення – запорука успіху діяльності підприємця, тому що правильний розв'язок значний знижує ступінь ризику й дозволяє одержати високий кінцевий результат.

**8.3. Поняття й процедура банкрутства**

Під **неспроможністю (банкрутством)** розуміється визнана арбітражним судом нездатність боржника в повному обсязі задовольнити вимоги кредиторів по грошових зобов'язаннях і (або) виконати обов'язок по сплаті обов'язкових платежів. *Боржником* зізнається громадянин, у тому числі індивідуальний підприємець, або юридична особа, оказавшееся нездатним задовольнити вимоги кредиторів по грошових зобов'язаннях і (або) виконати обов'язок по сплаті обов'язкових платежів протягом 3 місяців з дати, коли вони повинні були бути виконані.

**Грошовим зобов'язанням** є обов'язок боржника сплатити кредиторові певну суму по цивільно-правовій угоді й (або) іншому передбаченому ГК підставі. **Обов'язковими платежами** зізнаються податки, збори й інші обов'язкові внески в бюджет відповідного рівня й державні позабюджетні фонди в порядку й на умовах, які визначаються законодавством України. **Кредиторами** зізнаються особи, що мають стосовно боржника права вимоги по грошових зобов'язаннях і іншим способом, про сплату обов'язкових платежів, про виплату вихідних допомог, про оплату праці осіб, що працюють за трудовим договором. Підприємство - боржник має право подати в арбітражний суд **заява боржника** у випадку передбачення банкрутства, при наявності обставин, що очевидно свідчать про те, що він не в змозі буде виконати грошові зобов'язання й (або) обов'язки по сплаті обов'язкових платежів у встановлений строк.

При розгляді справи про банкрутство боржника – юридичної особи застосовуються наступні **процедури банкрутства**: спостереження; фінансове оздоровлення; зовнішнє керування; конкурсне проведення; світові угоди.

**Досудовою санацією** є заходи щодо відновлення платоспроможності боржника, прийняті власником майна боржника – унітарного підприємства, засновниками (учасниками) боржника, кредиторами боржника й іншими особами з метою попередження банкрутства боржника. Засновниками (учасниками) боржника, власником майна боржника – унітарного підприємства, кредиторами й іншими особами в рамках запобіжний заходів щодо банкрутства боржникові може бути надана фінансова допомога в розмірі, достатньому для погашення грошових зобов'язань і обов'язкових платежів і відновлення платоспроможності боржника-організації (підприємства). Надання фінансової допомоги може супроводжуватися прийняттям на себе боржником або іншими особами зобов'язань на користь осіб, що виявили фінансову допомогу.

**Спостереженням** зізнається процедура банкрутства, застосовувана до боржника з метою забезпечення збереження майна боржника, проведення аналізу фінансового стану боржника, складання реєстру вимог кредиторів і проведення перших зборів кредиторів. При введенні спостереження керівник боржника й інші органі керування не відстороняються від виконання своїх повноважень, але можуть робити винятково за згодою тимчасового керуючого, вираженого в писемній формі, угоди або трохи взаємозалежних між собою угод.

Аналіз фінансового стану боржника проводиться з метою визначення вартості приналежних боржникові майна для покриття судових видатків, на виплату винагороди арбітражному керуючому, а також з метою визначення можливості або неможливості відновлення платоспроможності боржника в порядку й у строки, установлені Законом. У випадку якщо в результаті аналізу фінансового стану боржника встановлене, що вартість приналежного боржникові майна недостатня для покриття судових видатків, кредитори має право ухвалити рішення щодо введення зовнішнього керування тільки при визначенні джерел покриття судових видатків.

**Фінансове оздоровлення** є процедура банкрутства, застосовувана до боржника з метою відновлення його платоспроможності й погашення заборгованості відповідно до графіка її погашення.

План фінансового оздоровлення, підготовлений засновниками (учасниками) боржника, власником майна боржника – унітарного підприємства, затверджується зборами кредиторів і повинен передбачати способи одержання коштів, необхідних для задоволення вимог кредиторів відповідно до графіка погашення заборгованості в ході фінансового оздоровлення. Графіком погашення заборгованості повинне передбачатися погашення всіх вимог кредиторів, включених до реєстру вимог кредиторів, не пізніше чому за місяць до дати закінчення фінансового оздоровлення, а також погашення вимог кредиторів першої й другої черги – не пізніше чому через 6 місяців з дати введення фінансового оздоровлення. Графік погашення заборгованості по обов'язкових платежах (податкам, зборам) установлюється відповідно до вимог законодавства про податки й збори.

**Зовнішнє керування** є процедура банкрутства, застосовувана до боржника з метою відновлення його платоспроможності. З дати введення зовнішнього керування вводиться **мораторій** – призупинення виконання боржником грошових зобов'язань і сплати обов'язкових платежів. Мораторій на задоволення вимог кредиторів поширюється на грошові зобов'язання й обов'язкові платежі, строк погашення яких настали до введення зовнішнього керування. Так, припиняє виконання виконавчих документів по майнових стягненнях, інших документів, стягнення по яких проводиться в безперечному порядку, не допускається їхнє примусове виконання, за винятком виконання виконавчих документів, виданих на підставі, що вступили в законну чинність до введення зовнішнього керування розв'язків про стягнення заборгованості по заробітній платі, про виплату винагород по авторських договорах, про витребування майна із чужого незаконного володіння, про відшкодування моральної шкоди, а також заборгованості по поточних платежах. У ході дії мораторію не нараховуються неустойки (штрафи, пени) і інші фінансові санкції за невиконання або неналежне виконання грошових зобов'язань і обов'язкових платежів, що виникло після прийняття заяви про визнання боржника банкрутом, а також підмети до сплати по них неустойки (штрафи, пени).

**План зовнішнього керування** повинен бути розроблений зовнішнім керуючим не пізніше чому через місяць із дати його затвердження й представлений зборам кредиторів для його затвердження. У ньому намічаються заходи щодо відновлення платоспроможності боржника, умови й порядок реалізації зазначених заходів, видатки на їхню реалізацію й інші видатки боржника.

Планом зовнішнього керування можуть бути передбачені наступні заходи щодо відновлення платоспроможності боржника:

• перепрофілювання проведення;

• закриття нерентабельних проведень;

• взыcкание дебіторської заборгованості;

• продаж частини майна;

• поступка прав вимог боржника;

• виконання зобов'язань боржника власником майна боржника - унітарного підприємства, засновниками (учасниками) боржника або третьою особою або третіми особами;

• збільшення статутного капіталу боржника за рахунок внесків учасників або третіх осіб;

• розміщення додаткових звичайних акцій боржника;

• продаж підприємства боржника;

• заміщення активів боржника;

• інші заходи щодо відновлення платоспроможності боржника.

У випадках, передбачених планом зовнішнього керування, після проведення інвентаризації й оцінки майна боржника зовнішній керуючий має право приступитися до продажу майна боржника на відкритих торгах у тому ж порядку, як здійснюється продаж на торгах підприємства, але продаж майна боржника не повинна приводити до неможливості здійснення боржником своєї господарської діяльності.

При розгляді арбітражним судом справи про банкрутство боржник, його конкурсні кредитори й уповноважені органі має право укласти світову угоду, під яким розуміється процедура банкрутства, застосовувана на будь-якій стадії розгляду справи про банкрутство з метою припинення проведення в справі про банкрутство шляхом досягнення угоди між боржником і кредиторами.

Розв'язок про висновок світової угоди з боку конкурсних кредиторів і вповноважених органів ухвалюється зборами кредиторів більшістю голосів від загального числа голосів конкурсних кредиторів і вповноважених органів відповідно до реєстру вимог кредиторів і вважається прийнятим за умови, якщо за нього проголосували всі кредитори по зобов'язаннях, забезпеченою заставою майна боржника. Розв'язком про висновок світової угоди з боку боржника – юридичної особи ухвалюється керівником боржника – юридичної особи, виконуючим обов'язки керівника боржника, зовнішнім керуючим або конкурсним керуючим. Допускається участь у світовій угоді третіх осіб, які ухвалюють на себе права й обов'язки, передбачені світовою угодою.

У випадках, установлених Законом, керівник боржника – фізична особа, члени органів боржника – фізичні особи, а також боржник-громадянин можуть бути притягнуті до карної або адміністративній відповідальності.

Неправомірне задоволення майнових вимог окремих кредиторів керівником або власником організації-боржника або індивідуальним підприємцем, що знають про свою фактичної неспроможності (банкрутстві), свідомо на шкоду іншим кредиторам, а рівне прийняття або задоволення вимоги кредитора, що знає про відданий йому перевазі неспроможним боржником на шкоду іншим кредиторам, якщо ці дії завдали великої шкоди караються обмеженням волі, або арештом, або позбавленням волі зі штрафом.