

МІНІСТЕРСТВО АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ПРОДОВОЛЬСТВА УКРАЇНИ
ЗОЛОЧІВСЬКИЙ КОЛЕДЖ
ЛЬВІВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО АГРАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ



Основи агробізнесу і підприємництва

Навчальний посібник

для студентів

спеціальності 5.03050901 «Бухгалтерський облік»

2014

Укладачі:

Болюбаш Надія Богданівна – викладач економічних дисциплін, спеціаліст першої категорії Золочівського коледжу ЛНАУ;

Барило Віра Богданівна - викладач економічних дисциплін, спеціаліст першої категорії Золочівського коледжу ЛНАУ.

Рецензент:

Андрушко Манолій Іванович, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки і менеджменту ЗЕД Львівського НАУ.

Даний навчальний посібник розроблений для студентів спеціальності «Бухгалтерський облік». У посібнику наведені теоретичні відомості, які дозволять студентам засвоїти матеріал з дисципліни «Основи агробізнесу і підприємництва»: питання культури бізнесу, відкриття власної справи, розроблення засновницьких документів і бізнес-плану, державної реєстрації підприємницьких структур. Методичні матеріали охоплюють усі теми дисципліни, згідно навчального плану.

Рекомендовано цикловою комісією економічних дисциплін.
Протокол № 8 від 12 травня 2014 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1. Економічна суть, особливості організації і розвитку підприємництва та агробізнесу.....	5
2. Економічні засади підприємництва.....	11
3. Правові засади підприємництва.....	18
4. Організаційні основи підприємництва.....	25
5. Організаційні форми підприємництва.....	32
6. Формування підприємницького мислення. Якості підприємця....	41
7. Бізнес-планування.....	48
Тестові завдання для підсумкового контролю знань студентів.....	59
Список використаної літератури.....	70

Вступ

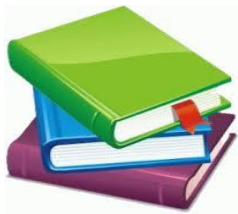
Подальший розвиток ринкових перетворень в економіці України потребує принципово нових підходів до розвитку аграрного сектора. Його реформування має ґрунтуватися на глибокому аналізі та врахуванні всіх чинників, які можуть вплинути на ефективність підприємництва й агробізнесу.

Успішний перехід до ринкових відносин, розвиток підприємництва та агробізнесу з виходом на світовий ринок передбачають високі ефективність виробництва, якість продукції, культуру обслуговування. Забезпечити ці параметри можна лише на основі глибоких знань законів і закономірностей ринкової економіки, їхніх особливостей в аграрній сфері.

Важливим напрямом подальшого розвитку агробізнесу є формування структур малого та середнього бізнесу на основі приватної власності на землю і майно.

Сьогодні сільськогосподарське виробництво і в цілому агропромисловий комплекс України перебувають у центрі суспільної уваги, оскільки і без того небагатий наш стіл останнім часом особливо збіднів, стрімко зросли ціни на продовольство — такі явища викликають у населення України велику стурбованість і загострюють соціальну напруженість.

В аграрному секторі виникають складні виробничі відносини, певна система земельних відносин власності у процесі виробництва сільськогосподарської продукції, її розподілу, обміну та використання. Звідси випливає основна мета навчального посібника - з'ясувати особливості сільськогосподарського виробництва, його роль у соціально-економічному процесі, розкрити основні тенденції та перспективи різних форм господарювання у сільському господарстві за умов формування соціально-орієнтованої ринкової економіки України.



ЕКОНОМІЧНА СУТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ І РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА АГРОБІЗНЕСУ

1. Потреба виникнення агробізнесу.
2. Підприємництво як елемент бізнесу і тип господарювання.
3. Ознаки агробізнесу.

1. Потреба виникнення агробізнесу

Характерною рисою соціально орієнтованої ринкової економіки на прикладі розвинутих країн є функціонування агропромислового комплексу (АПК), або агробізнесу. Це обумовлює суттєві особливості суспільного відтворення в цій надзвичайно важливій сфері економіки.

Агробізнес – це бізнес в аграрному секторі економіки України.

У сучасних умовах виробництво продовольства (зерно, м'ясо, молоко та ін.) і технічних культур (бавовна, льон тощо) ґрунтується на міжгалузевій виробничій системі, яка охоплює сільське господарство і суміжні галузі економіки, що поставляють йому засоби виробництва, переробляють і зберігають сільськогосподарську сировину і доводять продукти харчування, а також іншого застосування, вироблені з сільськогосподарської сировини, до споживача.

Формування і розвиток агробізнесу зумовлені переходом сільського господарства до машинної стадії виробництва в умовах науково-технічної революції. Остання значно поглибила і розширила економічні та технологічні зв'язки сільського господарства з іншими галузями, прискорила проникнення промислового капіталу в аграрну сферу і на цій основі привела до

виникнення агробізнесу, який є тепер одним з найдинамічніших секторів розвиненої економіки.

В сучасний період в розвинутих країнах склались такі структурні елементи агробізнесу:

а) групи промислових, торгових, банківських об'єднань та їх окремі ланки (фірми, підприємства, науково-дослідні підрозділи тощо);

б) сільськогосподарські підприємства (корпорації, кооперативи, окремі фірми);

в) законодавчі та виконавчі державні установи (міністерства, ради, парламентські комітети, комісії тощо).

Виходячи з викладеного вище, *агробізнес* є відтворювальним комплексом галузей і сфер економіки, державних законодавчих і виконавчих установ, які функціонують в єдності й забезпечують виробництво, переробку і збут продукції на основі сільськогосподарської сировини.

Рівень розвитку і структура АПК в розвинутих країнах різні залежно від ступеня економічного розвитку, природно-географічних, соціально-історичних особливостей його формування. Найбільшим є агробізнес США, на який припадає близько 19 відсотків валового національного продукту і близько 20 відсотків усіх зайнятих у країні. В країнах Західної Європи на відміну від США особливістю формування АПК є те, що цей процес відбувається не тільки в межах національної економіки, а й на основі світогосподарських зв'язків. Останнє обумовлено тим, що ці країни практично не забезпечують себе повністю сільськогосподарською сировиною і необхідними засобами виробництва. Окремі продовольчі об'єднання здійснюють свою діяльність далеко за межами національних кордонів. У зв'язку з цим можна вважати, що в майбутньому сформується міжнаціональний АПК Західної Європи. В її країнах частка АПК у валовому національному продукті різна. Так, найбільші масштаби агробізнесу в Європейському Союзі характерні для Данії (13 відсотків ВВП), Італії (12 відсотків), Франції (12 відсотків).

2. Підприємництво як елемент бізнесу і тип господарювання

Підприємництво як економічний феномен є категорією бізнесу. У господарській практиці категорії „підприємництво” і „бізнес” часто ототожнюють. Разом з тим, це не тотожні, хоча дуже близькі за значенням поняття.

Бізнес - поняття ширше, ніж підприємництво, і охоплює всі відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки, включаючи у дію не тільки підприємців, а й споживачів, найманих працівників, державні структури.

Підприємництво - динамічний, активний елемент бізнесу, що являє собою ініціативну, самостійну діяльність, яка здійснюється на свій ризик і під свою майнову відповідальність громадянами, об'єднаннями громадян з виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг з метою одержання прибутку. Підприємництво включає в оборот свого суб'єкта-підприємця, а не всіх учасників ринку. Звідси можемо вести мову про підприємницький бізнес, поряд із споживчим і трудовим.

В основному є дві моделі підприємницького бізнесу:

класична - орієнтується на максимізацію віддачі від ресурсів, які має підприємство (фірма, організація);

інноваційна - передбачає використання будь-яких можливостей (у межах закону) для підприємництва, навіть якщо власних ресурсів для цього недостатньо. Найчастіше ці моделі використовують у поєднанні.

Підприємництво як елемент бізнесу не може бути відокремлене від праці, від ведення господарства, від привласнення. Без праці бізнесу не буває. Праця і підприємництво - процеси цілеспрямованої діяльності на виробництво матеріальних і духовних благ, але якщо для підприємництва праця основна умова його розвитку і джерело створення життєвих благ, то підприємництво - це засіб, що надає праці творчості, це змістовна, якісна

сторона діяльності, яка характеризується самопримусом суб'єктів, що вибрали цю діяльність.

Підприємництво - якісно новий ефективний тип ведення господарства. Воно потребує прогресивних способів, прийомів, методів ведення та конкретного власника, господаря виробництва. Бо тільки господар прагне до примноження своєї власності і заради цього займається сам підприємницькою діяльністю або наймає працівників. Він не буде марно розбазарювати своє добро, не дасть це зробити й іншим. І в цьому розумінні поняття „підприємець" і „господар" тісно пов'язані одне з одним.

Підприємництво не можна ідеалізувати - це важка, складна праця, яка не кожному під силу, до того ж за певних умов вона не виключає і експлуатацію, але разом з тим внесок підприємництва у прогрес цивілізації величезний і на це необхідно зважати. Отже, підприємництво виступає як економічна категорія, елемент бізнесу, тип господарювання і спосіб життя.

3. Ознаки агробізнесу

До родових ознак бізнесу належить те, що залишила практика розвитку бізнесу, насамперед:

- обмін діяльністю між суб'єктами економіки;
- прагнення кожного учасника обміну діяльністю реалізувати свої інтереси незалежно від того, чи реалізуються при цьому інтереси контрагентів;
- прагнення до нав'язування своїх інтересів у випадку, коли контрагенти відмовляються приймати нав'язувані їм умови ділового спілкування (угоди);
- прояв особистої чи колективної ініціативи у процесі підготовки чи укладання угоди;
- здатність і готовність йти на особистий (чи колективний) ризик заради укладання угоди (операції) на вигідних умовах;

- готовність і уміння проводити різні прийоми ділового спілкування, які переслідують мету досягнення найбільшої вигоди;
- здатність робити різні кроки, у різних напрямках з метою забезпечення вигідної позиції для наступного проведення вибраних прийомів ділового спілкування;
- вміння диференціювати вірогідні й справжні результати угоди, визначати пріоритети діяльності та підпорядкувати їм логіку ділового спілкування.

Усі зазначені родові ознаки бізнесу повною мірою виявляються у сучасній ринковій економіці, де вони мають повністю визначені видові особливості, зумовлені товарно-грошовими відносинами. Інші особливості притаманні бізнесу у тих формах економіки, де таких відносин немає через історичні обставини, або вони мають обмежений характер розповсюдження чи існують у перекрученому вигляді, який не відповідає їх внутрішній природі.

У період, який передував першим бартерним угодам („товар" - „товар"), ділове спілкування, пов'язане з обміном діяльністю, здійснювалось у рамках замкнених економічних співтовариств (родів, племен, стад та ін.). І саме „ділова" природа цих первісних економічних контактів, діловий інтерес учасників первісного виробництва і привів у кінцевому підсумку до розпаду цих спільностей і до диференціації населення. Одні виявили себе в своєму бізнесі, і саме вони почали захоплювати ключові економічні та інші позиції, інші терпіли крах, поступово потрапляючи у рабську чи іншу залежність від своїх контрагентів.

Вважати, що в докапіталістичній економіці не було бізнесу - те саме, що заперечувати наявність до капіталізму економіки, як такої, хоч саме слово „бізнес" дійсно увійшло у науковий і побутовий обіг саме при переході до капіталізму. Так само наївним було б вважати, що бізнес був повністю ліквідований у радянській доперебудовній економіці. У колишньому СРСР

панувала думка, що бізнесу в нашій економіці бути не може, крім зовнішньоекономічних контактів, і що бізнесмени, як особлива соціальна група, назавжди щезли. Бізнесмени сприймалися хіба що як атрибут злочинного світу, причому їх наявність не була постійно відтворюваним явищем.

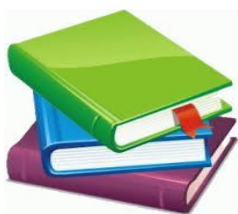
Однак бізнес був завжди поширеним явищем у планово-розподільчій економіці. Бізнесом займалися споживачі, які здійснювали пошук дефіцитних товарів, їх дії, включаючи диференціацію ринку за регіональними, ціновими, фірмовими, товарними та іншими ознаками, для подальшого залучення до дефіциту, очевидно, могли б оснастити характерними прикладами кожного фахівця з теорії бізнесу, якби вони вирішили звернутись у цьому до радянського досвіду.

Для керівників підприємств і їхніх економічних служб бізнес зводився до листування з контрагентами, складання довідок для керівництва, суперечки з керівництвом з приводу коригування планів, „отоварювання” фондів, добування транспортних засобів, обміну дефіцитним устаткуванням, „навішування” навантаження (неходових товарів) до дефіциту, давання та приймання хабарів, ведення подвійних рахунків та ін. Це пояснюється тим, що замість повноцінних товарно-грошових відносин у радянській економіці мали місце так звані планомірні товарні відносини, за яких ділові відносини між суб'єктами економіки встановлювались не за особистою ініціативою цих суб'єктів, а за волею плануючого і розподіляючого „об'єкти угод” керівництва. Однак родові ознаки бізнесу зберігались і в таких умовах. Щоправда вигода бізнесменів мала перехідний і централізовано регульований характер.

У сучасній економіці прояв родових ознак бізнесу безумовно повинен переломлюватись через історичну специфіку нинішнього періоду економічного розвитку. Фігура бізнесмена, здатного функціонувати в умовах ринкової економіки, повинна зайняти важливе місце в економічному житті суспільства.

Контрольні питання

1. Що таке агробізнес?
2. Які структурні елементи бізнесу вам відомі?
3. Дайте визначення бізнесу.
4. Що таке підприємництво?
5. Назвіть моделі бізнесу.
6. Які є ознаки агробізнесу?



ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

1. Підприємницьке середовище.
2. Формування підприємницького середовища в аграрній сфері економіки.
3. Економічне забезпечення підприємницької діяльності.

1. Підприємницьке середовище

Нормальний процес функціонування підприємництва можливий за наявності певної суспільної ситуації – підприємницького середовища.

Підприємницьке середовище – це суспільно-економічна ситуація, яка містить в собі:

- наявність різних економічних і юридично однакових форм власності та господарювання;
- економічна незалежність підприємців;

- еквівалентність обміну продуктів праці;
- конкуренція товаровиробників;
- економічна свобода і самостійність у господарській діяльності.

Середовище, в якому здійснюється підприємницька діяльність, можна уявити у вигляді економічної системи, де відбувається активний кругообіг між її складовими елементами – природними ресурсами, державою, домашніми господарствами, підприємництвом. Це основні елементи зовнішнього середовища бізнесу, між якими постійно здійснюється товарний та фінансовий кругообіг, формуються тісні зв'язки та проводяться обмінні операції для забезпечення нормального економічного розвитку системи в цілому.

Підприємницьке середовище можна поділити на внутрішнє та зовнішнє.

Внутрішнє середовище підприємства – це механізм життєздатності підприємства, що забезпечує його самовиживання. Воно відображає процеси та дії, що здійснюються усередині суб'єкту господарювання, основу його функціонування. Головне місце у внутрішньому середовищі займає підприємець, який створив свою фірму та керує нею. Підприємець самостійно приймає рішення по з багатьох питань:

- обсяг ресурсів, організація технології виробництва, наймання персоналу,
- результат виробництва.

Зовнішнє середовище підприємства – це структурно-просторове оточення, яке становить сукупність факторів прямого та непрямого впливу на функціонування підприємства.

Фактори середовища підприємства можна класифікувати за такими ознаками:

- ✓ за сферою оточення : фактори мікросередовища (внутрішні), макросередовища (зовнішні).

- ✓ залежно від ступеня впливу: прямий та непрямий (побічний) вплив;
- ✓ за характером дії: фінансово-економічні, організаційно-правові, соціально-психологічні;
- ✓ залежно від ролі факторів у створенні підприємницького клімату: стимулюючі та стримуючі.

Кожна фірма має зовнішнє оточення, що впливає на її функціонування. Особливого значення набуває вплив таких факторів зовнішнього середовища: стан ринкової ситуації, аналіз умов торгівлі на ринку, господарські зв'язки, конкуренти, економіка, демографічні процеси, наука і техніка, правова система, споживачі та їхні вимоги до товарів.

2. Формування підприємницького середовища в аграрній сфері економіки

Організаційний механізм здійснення підприємницького бізнесу в умовах переходу до ринкової економіки закладений у *Законі України „Про підприємництво”*. Відповідно до нього підприємництво здійснюється на основі таких принципів:

- вільний вибір видів діяльності;
- залучення на добровільних засадах до здійснення підприємницької діяльності майна та коштів юридичних осіб і громадян;
- самостійне формування програм діяльності та вибір постачальників і споживачів вироблюваної продукції;
- встановлення цін відповідно до законодавства;
- вільний найм працівників;
- залучення та використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших видів ресурсів, використання яких не заборонено або не обмежено законодавством;

- вільне розпорядження прибутком, що залишається після внесення платежів, встановлених законодавством;
- самостійне здійснення підприємцем - юридичною особою зовніш-ньоекономічної діяльності;
- використання підприємцем частки валютної виручки, що йому належить, за власним розсудом.

Принципи організації бізнесу не можна абсолютизувати. Вони розвиваються, взаємодіють між собою і відображають відносини, що склалися у суспільстві на певний період.

Для розвитку підприємницької діяльності необхідні певні умови, які в основному можна звести до наступного:

- потреба створення законодавчої та нормативної баз;
- додержання конкурентного режиму господарювання;
- формування ринкової інфраструктури, стимулювання бізнесу.

Потреба створення законодавчої бази продиктована потребою надати всім господарюючим суб'єктам гарантії для збереження їх власності, виключення можливості націоналізації, експропріації, створення для всіх учасників бізнесу однакових прав, повної економічної свободи, неприпустимості втручання органів державного управління в діяльність підприємницьких структур.

Конкурентний режим господарювання передбачає вільне суперництво між учасниками бізнесу:

- за джерела сировини;
- вигідні умови вкладення капіталу;
- за більшу частину прибутку.

Формування елементів ринкової інфраструктури відкриває можливість для бізнесмена брати участь у системі товарних і фондових бірж, користуватися послугами комерційних банків, підприємств оптової торгівлі; доступ до ресурсів, кредитів, інформації тощо. Стимулювання бізнесу передбачає заохочення та розвиток підприємництва, малого бізнесу,

створення сприятливого економічного середовища (податкові пільги), прямі державні дотації, фінансування ризикових проектів інноваційного характеру та ін.

Принципи та умови організації бізнесу не залишаються незмінними. З розвитком суспільства розвиваються та змінюються відносини, створюються нові умови для вдосконалення і розвитку бізнесу.

3. Економічне забезпечення підприємницької діяльності

Для формування підприємництва необхідні визначені умови: економічні, соціальні, правові та інші.

Економічні умови – це в першу чергу, пропозиція товарів та попит на них, види товарів, які можуть бути куплені покупцем; об'єми грошових сум, які можуть бути витрачені на ці покупки; надлишок чи нестача робочих місць, робочої сили, яка впливає на рівень заробітної плати робітників, тобто на їх можливість купляти товар.

На економічну ситуацію суттєво впливають наявність та доступність грошових ресурсів, рівень доходів на інвестований капітал, а також величина займаних сум, до яких готові звернутися підприємці для фінансування своїх ділових операцій і які готові передати їм кредитні установи.

Всім цим займається багато різних інстанцій, які складають інфраструктуру ринку, за допомогою якої підприємці можуть встановлювати ділові взаємовідносини, вести комерційні операції. Це банки, надання фінансових послуг, постачальники – забезпечення сировиною, матеріалами, напівфабрикатами, комплектуючими виробами, паливом, енергією, машинами та устаткуванням, інструментами та іншим; оптові та роздрібні продавці – надання послуг по доведенню товарів до покупця; спеціалізовані фірми і установи – надання професійних, юридичних, бухгалтерських, послуг посередників; агентства по працевлаштуванню – надання допомоги в підборі

робочої сили, учбові заклади – навчання робочих та спеціалістів - службовців; інші агентства – рекламні, транспортні, страхові та інші; засоби зв'язку та передачі інформації.

Систему економічних відносин в агробізнесі можна показати у вигляді схеми (рис. 1).

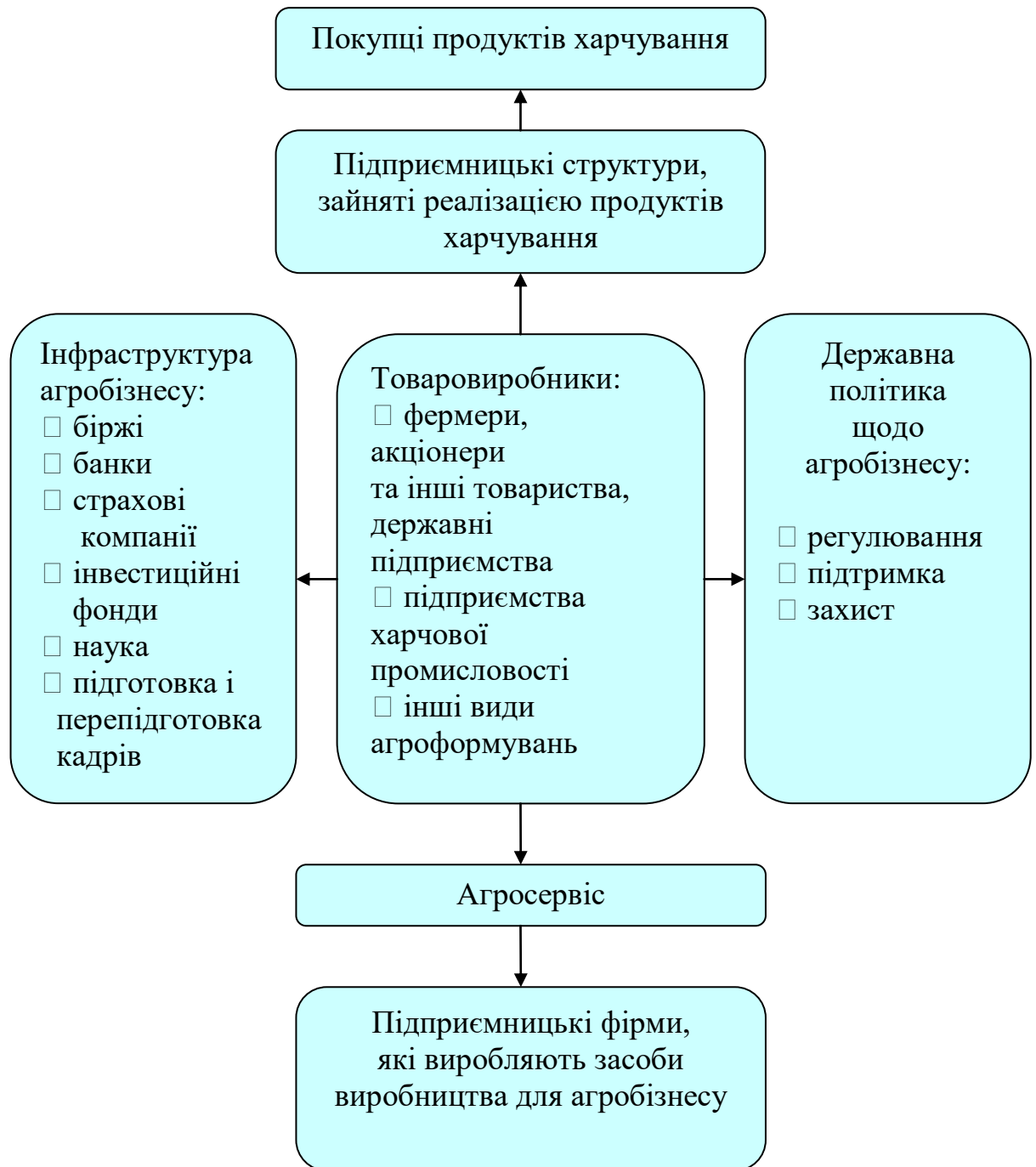


Рис. 1. Система економічних відносин в агробізнесі

Усі проблеми, які існують в підприємстві мають бути вирішені. Причому на перший план висувається проблема формування корпусу підприємців (з числа управляючих і спеціалістів, робітників, селян), а також необхідних компонентів підприємницької інфраструктури.

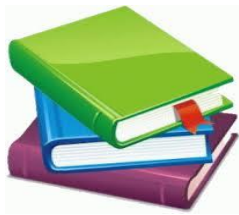
Важливими передумовами розвитку підприємництва є подальша демократизація та урізноманітнення форм власності, подолання недоторканності принципу підпорядкування нижчих економічних структур вищим, формування повноцінного конкурентного ринку, забезпечення законних прав господарств тощо.

Крім того, на розвитку підприємництва негативно позначається кризове становище економіки. Так, лібералізація цін і пов'язана з нею інфляція призвели до ліквідації фінансової бази малого бізнесу через обезцінення заощаджень населення і різке підвищення відсоткових ставок. Слід враховувати й таке: економічна суть підприємницької діяльності полягає в одержанні прибутку не будь-яким шляхом, а за рахунок зниження витрат виробництва стосовно до ринкової ціни через науково-технічний прогрес. Інфляція, спричинена надто високими цінами на засоби виробництва, фактично закриває доступ багатьом підприємствам до сучасних технологій, найновіших досягнень науково-технічного прогресу.

Негативно позначається на розвитку підприємництва також глибокий спад виробництва. Він посилює монополістичний характер економіки, її дефіцитність, розширює інфляцію, породжує економічний хаос і невпевненість. До того ж постійна інфляція, коли зростання цін перевищує збільшення номінальних доходів населення, веде до звуження ємності внутрішнього ринку, істотно стримує розвиток підприємницької діяльності у виробничій сфері. Крім того, недосконалими залишаються організаційні й правові засади розвитку підприємництва, фінансово-кредитна й податкова системи. Процес становлення підприємництва як форми господарювання відбувається нині досить суперечливо. На його шляху необхідно подолати багато труднощів як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру.

Контрольні питання

1. Що таке підприємницьке середовище?
2. Як поділяється підприємницьке середовище?
3. Який основний закон регулює підприємницький бізнес?
4. Які умови необхідні для розвитку підприємницької діяльності?
5. Поясніть економічну та правову ситуацію. Як вони впливають на діяльність агрофірм?



ПРАВОВІ ЗАСАДИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

1. Правове регулювання підприємницької діяльності.
2. Умови здійснення підприємництва.
3. Сучасні проблеми підприємництва в Україні.

1. Правове регулювання підприємницької діяльності

Підприємництво - це самостійна ініціатива, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг та заняття торгівлею з метою одержання прибутку.

Напрямки діяльності взаємозв'язані й у сукупності характеризують стратегію функціонування й розвитку підприємництва, механізм його господарювання. Підприємство (фірма) має діяти та господарювати в межах законодавства, що регулює всі напрямки його (її) діяльності. З великої кількості юридичних актів визначальним є Закон України „ Про підприємництво ”, статут підприємства, а також узгоджений з чинним

законодавством колективний договір, що регулює відносини трудового колективу з адміністрацією підприємства (фірми).

Закон України „ Про підприємництво ”

Цей Закон визначає загальні правові, економічні та соціальні засади здійснення підприємницької діяльності (підприємництва) громадянами та юридичними особами на території України, встановлює гарантії свободи підприємництва та його державної підтримки.

Створення, реєстрація, ліквідація та реорганізація підприємства.

Будь-яке підприємство може бути створене:

- 1) відповідно до рішення власника (власників) майна чи повноваженого ним (ними) органу, організації-засновника; засновника;
- 2) унаслідок примусового поділу іншого підприємства згідно з чинним антимонопольним законодавством;
- 3) через виокремлювання зі складу діючого підприємства одного або кількох структурних підрозділів з рішення їхніх трудових колективів і за згодою власника майна (уповноваженого органу).

Підприємство має право створювати свої філії (представництва, відділення або інші відокремлені підрозділи) з поточними й розрахунковими рахунками в банку.

Кожне створене підприємство підлягає державній реєстрації за місцем перебування у відповідному виконавчому комітеті Ради народних депутатів за певну плату. Для цього підприємство подає органу місцевої влади заяву, рішення засновника про створення, статут та інші визначені Кабінетом Міністрів України документи. Дані про державну реєстрацію повідомляються Міністерству економіки і Держкомітету статистики, саме підприємство заноситься до державного реєстру України згідно зі своїм ідентифікаційним цифровим кодом.

Підприємство може бути ліквідоване (реорганізоване) у випадках: прийняття відповідного рішення власником майна, визнання його банкрутом, заборони діяльності за невиконання встановлених законодавством умов.

Ліквідація підприємства здійснюється ліквідаційною комісією, створюваною власником або вповноваженим ним органом, а за банкрутства — судом чи арбітражем. Про таку акцію повідомляється в пресі з визначенням строків претензій до підприємства, що ліквідується. Ліквідаційна комісія повинна оцінити наявне майно такого підприємства, розраховуватись з кредиторами, скласти й передати власнику ліквідаційний баланс. Підприємство вважається ліквідованим (реорганізованим) з моменту виключення його з державного реєстру України.

2. Умови здійснення підприємництва

Суб'єктами підприємницької діяльності (підприємцями) можуть бути:

- громадяни України, інших держав, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності;
- юридичні особи всіх форм власності, встановлених Законом України "Про власність".

Не допускається заняття підприємницькою діяльністю таких категорій громадян: військовослужбовців, службових осіб органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного арбітражу, державного нотаріату, а також органів державної влади і управління, які покликані здійснювати контроль за діяльністю підприємств.

Особи, яким суд заборонив займатися певною діяльністю, не можуть бути зареєстровані як підприємці з правом здійснення відповідного виду діяльності до закінчення терміну, встановленого вироком суду.

Особи, які мають непогашену судимість за крадіжки, хабарництво та інші корисливі злочини, не можуть бути зареєстровані як підприємці, не можуть виступати співзасновниками підприємницької організації, а також займати в підприємницьких товариствах та їх спілках

(об'єднаннях) керівні посади і посади, пов'язані з матеріальною відповідальністю.

Підприємці мають право без обмежень приймати рішення і здійснювати самостійно будь-яку діяльність, що не суперечить чинному законодавству.

Особливості регулювання окремих видів підприємництва встановлюються законодавством України.

Перелік видів діяльності, що підлягають ліцензуванню, а також перелік видів діяльності, підприємництво в яких не застосовується у зв'язку з підвищеними вимогами до безпеки робіт та необхідністю централізації функцій управління, встановлюється Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України. Визначення видів діяльності, що підлягають ліцензуванню, в інших законодавчих актах, крім цього, не допускається.

Обмеженню (ліцензуванню) підприємницької діяльності підлягають тільки ті види підприємницької діяльності, які безпосередньо впливають на здоров'я людини, навколишнє природне середовище та безпеку держави. Для здійснення підприємницької діяльності, що ліцензується, необхідно отримати відповідну ліцензію та дотримуватись певних умов та правил здійснення даного виду діяльності (ліцензійні умови), які встановлює Кабінет Міністрів України або уповноважений ним орган.

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

У видачі ліцензії може бути відмовлено у разі виявлення недостовірних даних у документах, поданих заявником, а також у разі неможливості здійснення заявником певного виду діяльності відповідно до ліцензійних умов. У рішенні про відмову у видачі ліцензії зазначаються підстави відмови. Відмова у видачі ліцензії видається заявнику в письмовій

формі у термін, зазначений у частині десятій цієї статті. Відмова у видачі ліцензії може бути оскаржена в судовому порядку. Передача ліцензій іншим юридичним і фізичним особам забороняється.

Термін дії ліцензії встановлюється органом, що її видає, але не може бути меншим ніж три роки.

Орган, що видає ліцензію, має право зупинити дію ліцензії на певний термін у разі порушення суб'єктом підприємницької діяльності ліцензійних умов; невиконання суб'єктом підприємницької діяльності у визначений термін обов'язкових для виконання розпоряджень щодо додержання ліцензійних умов органу, спеціально уповноваженого Кабінетом Міністрів України, або органу, що видав ліцензію.

У разі усунення порушень, що призвели до зупинення дії ліцензії, орган, що видав ліцензію, приймає рішення про поновлення її дії.

Суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють підприємницьку діяльність без ліцензії, якщо її отримання передбачено цим Законом, несуть відповідальність згідно з законодавством.

3. Сучасні проблеми підприємництва в Україні

Головним напрямком політики ринкової трансформації економіки України є створення умов становлення та розвитку національного підприємства, у першу чергу малого і середнього бізнесу. Його місце і роль у структурі ринкової економіки визначаються тим, що цей бізнес становить основу дрібного виробництва. Він відіграє важливу роль у процесі формування ринкової конкуренції рівноваги цін, забезпеченні зайнятості населення, заповнює ринкові "ніші", неефективні для великих підприємств. Незважаючи на те, що малі і середні приватні підприємства постійно стикаються з проблемою захисту своєї економічної незалежності, як дрібні суб'єкти ринку мають досить нетривалий термін ділового існування, в той же час добрих результатів вони досягають саме в співробітництві з іншими

компаніями. Світовий досвід і практика господарювання доводять, що саме існування і взаємодія великих, середніх і малих підприємств, їх природно регульоване оптимальне співвідношення становлять характерну рису ринкової економіки. .

Особливе значення малого і середнього бізнесу виявляється під час перехідного періоду до ринкової економіки в стимулюванні структурної перебудови економіки, формуванні нового соціального про шарку підприємців-власників як соціальної бази ринкової трансформації економіки, які забезпечують стабільність суспільства і гарантії незворотності руху до ринку

Соціально-культурний ґрунт становлення українського підприємництва. Кожному часу, кожній епосі відповідала своя культура, своя етика, зрештою - своя ідеологія. Які ж етичні принципи мають бути провідними за наших днів. Від яких етичних посилок слід рухатися, щоб робити висновок про ступінь культурності українського підприємництва і перспективи його розвитку в процесі ринкової трансформації економіки та формування громадянського суспільства в Україні.

Становлення, функціонування і розвиток вітчизняного підприємництва в Україні відбувається не в соціальному вакуумі й ґрунтується не на абстрактному суспільному базисі. Ці процеси здійснюються в конкретному суспільному контексті й під впливом конкретно-історичних умов, які, з одного боку, сприяють розвитку, а з іншого, - гальмують їх. У свою чергу підприємництво як соціальне явище не тільки піддається впливу суспільних процесів, але й саме торкається цих процесів, що також впливає, видозмінює, трансформує їх. Розгляд проблем підприємництва в контексті суспільних, насамперед політико-економічних, відносин, що створюють соціальне середовище його буття.

Насамперед слід враховувати, що українське підприємництво зароджується в умовах так званого пост-тоталітарного суспільства, тобто суспільства, яку поки що спонтанно переборює обмеження колишньої

радянської державно-монополістичної системи господарювання та управління, спираючись головним чином на ті самі політичні сили, структури, теорії, масову свідомість, соціальну психологію та ін. , що склалися в рамках цієї системи на певній стадії її еволюції та функціонували протягом понад сімдесят років.

Взагалі розвиток малого підприємництва - важлива економічно-політична проблема, розв'язання якої потребує цілісної системної методології розвитку малого підприємництва з точки зору як бюджету і податків, так і ставлення держави до малого бізнесу. Початок дійсного піднесення в розвитку малого підприємництва в цілому є неминучим, проте воно значною мірою детермінуватиметься реальним піднесенням та пожвавленням розвитку всієї економічної системи України.

Одним із найбільш помітних явищ в економіці України останніми роками стало масове створення акціонерних товариств. Так, зокрема, переважна частина комерційних банків України має саме таку організаційно-правову форму. До того ж у ході приватизації середні та великі підприємства перетворюються в акціонерні товариства з подальшим продажем акцій фізичним і юридичним особам.

Контрольні питання

1. Дайте визначення підприємництва.
2. Який основний закон регулює підприємницьку діяльність?
3. Як відбувається реєстрація підприємства?
4. Який порядок ліквідації підприємства?
5. Хто є суб'єктами підприємницької діяльності?
6. Які категорії громадян не мають права займатися підприємницькою діяльністю?
7. Що таке ліцензія?
8. Які проблеми існують сьогодні в українському підприємстві?



ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ **ПІДПРИЄМНИЦТВА**

1. Етапи та складові підприємницької діяльності.
2. Організаційно-підготовчі заходи і реєстрація.
3. Розробка установчих документів.

1. Етапи та складові підприємницької діяльності

Статистика американських і європейських ринків свідчить, що зі 100% новостворених компаній лише 20% продовжують своє існування після 3 років роботи. При чому з цих 20% після 6-8 років існування залишається знову лише 20%. Якщо підрахувати загальний результат, побачимо, що тільки 4-5% компаній існують більше 9-10 років. При чому така закономірність працює в усіх країнах, на всіх типах ринків.

Тобто в житті кожної фірми є критичні періоди, що виникають через певні проміжки часу – цикли. На нашу думку, знання фази життєвого циклу дає підприємству цілий масив корисної інформації (типові проблеми, типові ризики, заходи по недопущенню та нейтралізації криз, інструменти оптимізації діяльності тощо), що може сприяти його розвитку та попереджати кризові явища і можливе банкрутство. Знання етапів життєвого циклу дозволяє з високою вірогідністю прогнозувати розвиток підприємства, а також визначати критичні точки розвитку, в яких зростає рівень ризику. Підприємець, знаючи стадію, на якій знаходиться його фірма, може підготуватися до майбутніх змін і відповідним чином зреагувати.

Як і продукт підприємництва, будь-яка підприємницька структура у своєму розвитку проходить певні етапи, які формують історичний розвиток

суб'єкта підприємництва. Період, який проходить підприємство від моменту створення до припинення його існування називають **життєвим циклом підприємства**.

Основними етапами підприємницької діяльності є:

- організаційно-підготовчий;
- зародження та становлення;
- розвиток та поглиблення діяльності;
- стагнація (*відсутність росту);
- занепад;
- ліквідація і припинення існування.

Не всі ці етапи є обов'язковими для підприємства, деяких вдається уникати, певні етапи можуть періодично повторюватися.

Усі етапи життєвого циклу підприємства є однаково важливими і потребують специфічних підходів. Нехтування будь-яким етапом або його особливостями може спричинити значні матеріальні втрати і дестабілізацію підприємницької діяльності.

В процесі своєї діяльності підприємство зустрічається з великим різноманіттям ризиків - економічних, фінансових, політичних і т.д., що загрожують його нормальній діяльності і можуть привести до виникнення кризи і, навіть, банкрутства. Ризиків багато, і немає необхідності їх всі контролювати, оскільки це потребує значних зусиль, та й врахувати всі ризики неможливо. Отже, необхідно виділити групу ризиків, актуальних для конкретного підприємства і вести їх посилений моніторинг.

2. Організаційно-підготовчі заходи і реєстрація

Державна реєстрація завершує процес створення підприємства (фірми). Вона здійснюється у виконавчому комітеті міської (районної) Ради народних депутатів державною адміністрацією за місцем діяльності або проживання суб'єктів бізнесу.

Для державної реєстрації необхідно подати такі документи:

заповнену реєстраційну картку встановленого зразка (видається органами реєстрації), статут чи засновницький договір, якщо це необхідно для створеної організаційної форми підприємництва, письмове підтвердження про наявність юридичної адреси, яке подається власником або уповноваженим ним органом, квитанцію, що підтверджує оплату за державну реєстрацію.

Підприємці-громадяни, які здійснюють свій бізнес без отримання статусу юридичної особи, подають тільки заповнену реєстраційну картку і документ, який підтверджує оплату за реєстрацію. Державна реєстрація проводиться при наявності всіх документів протягом п'яти робочих днів. Орган, який здійснює реєстрацію, зобов'язаний протягом десяти днів видати свідоцтво про державну реєстрацію, а також подати відомості до податкової інспекції та органів державної статистики. Органи статистики встановлюють коди підприємницької діяльності.

Свідоцтво про державну реєстрацію є основою для відкриття рахунків в установах банку за місцем реєстрації підприємства (фірми) або у будь-яких установах банків за погодженням сторін. Банк, у свою чергу, зобов'язаний відкрити банківський рахунок та протягом трьох днів повідомити про це податкову інспекцію.

Перереєстрація суб'єктів підприємницького бізнесу здійснюється у порядку, встановленому для реєстрації.

Перереєстрація проводиться у разі зміни:

- форм власності, організаційної форми чи назви суб'єкта бізнесу;
- основних положень статуту.

Відмова у державній реєстрації може бути оскаржена у суді.

Відповідальність за відповідність засновницьких документів, які реєструються, несе власник або уповноважений ним орган, що подає документи на реєстрацію.

Державна реєстрація для підприємств пов'язана з певними витратами, що включають у себе реєстраційний збір (мито), витрати на розробку засновницьких документів (якщо засновник не може сам скласти їх), нотаріальне засвідчення, оплату статистичному управлінню за присвоєння кодів діяльності. Крім того, необхідно оплатити ліцензію (якщо діяльність підприємства підлягає ліцензуванню), відкрити розрахунковий рахунок у комерційному банку, виготовити печатки, штамп, бланки, товарні знаки та інші атрибути, без яких підприємство не може діяти.

З моменту отримання свідоцтва про реєстрацію підприємство набуває статусу юридичної особи. Проте слід зазначити, що і після юридичного оформлення створення підприємства (фірми) організаційний період ще триває. Відбувається, зокрема, остаточне формування органів управління, розроблюють і затверджують відповідні внутрішні організаційні регламенти функціонування підприємства, встановлюють процедури роботи і взаємодії структурних підрозділів, співробітників та ін. Цей процес у структурах підприємницького бізнесу відбувається по-різному. Корективи тут вносить ринок, прискорюючи чи гальмуючи організаційний період.

3. Розробка установчих документів

До основних засновницьких документів, що підтверджують статус юридичних осіб, відносять **статут та засновницький договір**. Створення малих підприємств, фірм, товариств, банків, фінансових груп, бірж, асоціацій, концернів, об'єднань, підприємств та інших підприємницьких структур без цих документів неможливе. Для тих, що створюватимуть індивідуальні, приватні фірми на правах малих підприємств з індивідуальною формою організації бізнесу необхідним документом є статут підприємства, для повного, командитного товариства з колективною формою бізнесу - засновницький договір, а для акціонерних, товариств з обмеженою,

а також додатковою відповідальністю та різних об'єднань підприємств - необхідні обидва ці документи. Процедура та механізм їх організації мало чим відрізняються. Це зовсім не означає можливості та доцільності укладання учасниками бізнесу, що ґрунтується на колективній власності, статуту або засновницького договору в тих випадках, коли один із документів не є обов'язковим.

Оскільки статут і засновницький договір підприємств, фірм мають самостійне значення та однакову юридичну силу, їх слід затверджувати і змінювати в тому самому порядку. Вони не повинні дублювати один одного, хоча найбільш принципові положення слід формулювати ідентично. Це стосується, зокрема, найменування підприємства (фірми) та його місцезнаходження; обсягу статутного фонду; розміру і вкладу кожного учасника; порядку і строків внесення вкладів; розподілу прибутку; формування і повноваження органів управління; умов ліквідації. При суперечливості формулювань перевагу слід віддавати положенням засновницького договору, зареєстрованого нарівні зі статутом.

Чинне законодавство не містить спеціальних вимог щодо розмежування змісту засновницького договору та статуту.

Завдання статуту - дати повне уявлення про правовий статус підприємства (фірми) як самостійного господарського суб'єкта, що має всі права юридичної особи, про його внутрішній механізм управління і самоуправління, режим формування і використання майна підприємств (фірм), розпорядження його коштами і прибутком. У цьому розумінні статут - це акт підприємства, що внутрішньо регламентується, доповнює та конкретизує більшість положень засновницького договору. Таке призначення статуту виявляється і в його структурі, яка, на відміну від договору, докладніша і, як правило, складається з наступних розділів: „Загальні положення”, „Предмет (вид), основні цілі та напрями діяльності” „Зовнішньоекономічна діяльність” „Права фірми” „Майно фірми” „Фонди фірми” „Виробничо-господарська діяльність” „Управління фірмою та її

трудовим колективом" „Організація та оплата праці" „Розподіл прибутку (доходу) та відшкодування збитків" „Облік, звітність і контроль" „Припинення діяльності фірми (реорганізація та ліквідація)".

Засновницький договір - це один з різновидів згоди про спільну господарську діяльність з утворенням самостійної юридичної особи. Його зміст - об'єднання майна (капіталів) і підприємницьких зусиль з метою отримання прибутку. Тому основним для засновницького договору є визначення всіх параметрів взаємовідносин між учасниками фірми, насамперед майнового та організаційного характеру. Це виявляється і в структурі договору, яка має такі розділи: „Преамбула" „Предмет договору", „Загальні положення договору", „Юридичний статус фірми", „Види діяльності", „Статутний фонд і вклади засновників (учасників)", „Права та обов'язки засновників (учасників)", „Управління фірмою", „Розподіл прибутку (доходу) та відшкодування збитків", „Решта умов", „Відповідальність за порушення договору", „Умови розірвання договору", „Умови та строки набуття договором чинності".

При формуванні договору особливу увагу слід звернути на конкретні розміри, строки і порядок участі партнерів у формуванні майнової бази; умови участі у розподілі прибутків та ризиків; конкретні одно- та двосторонні права й обов'язки учасників; порядок передавання прав на об'єкти промислової власності (винаходи, промислові зразки тощо) та їх комерційне використання; відповідальність партнерів за неналежне виконання своїх обов'язків; форс-мажорні обставини (тобто обставини так званої „непоборної сили"), що вивільняють учасників від відповідальності у зв'язку з неможливістю виконання прийнятих на себе зобов'язань; порядок вирішення суперечок між учасниками і право, що застосовується; конфіденційність у ході створення і діяльності фірми; строк діяльності.

Крім зазначених, до статуту та засновницького договору можуть бути включені й інші положення, які не суперечать чинному законодавству.

У деяких випадках в засновницькі документи намагаються включити якомога більше прав, властивих кожній юридичній особі. В цьому немає практичної потреби, оскільки правами, визначеними цивільним законодавством, наділяється кожний суб'єкт господарювання, який є власником завдяки статусу юридичної особи. В засновницьких документах необхідно фіксувати ті особливості правового статусу, які впливають з конкретної організаційно-правової форми, або з вимог закону до фіксації тих чи інших положень статуту.

Засновницькі документи - важливий атрибут підприємницького бізнесу, що підтверджують юридичний статус підприємства, тому потребують професійного підходу до укладання. Тому таку роботу, як правило, доручають фахівцям (юристам, економістам). Разом з тим, користуючись кваліфікованими довідковими матеріалами, а також ознайомившись з основними положеннями законодавчих актів щодо підприємницьких структур, можна провести цю роботу самостійно.

Контрольні питання

1. Що таке життєвий цикл підприємства?
2. З яких етапів складається життєвий цикл підприємства?
3. Які документи необхідно подати, щоб здійснити державну реєстрацію підприємства?
4. Які документи необхідно подати, щоб здійснити державну реєстрацію без отримання статусу юридичної особи?
5. Який документ засвідчує державну реєстрацію?
6. В яких випадках проводиться перереєстрація підприємництва?
7. Які вам відомі засновницькі документи?



ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

1. Класифікація організаційно-правових форм господарювання
2. Види підприємств.
3. Господарські товариства.
4. Об'єднання підприємств та відокремлені підрозділи.

1. Класифікація організаційно-правових форм господарювання

Важливою передумовою успішної підприємницької діяльності є вибір організаційно-правової форми її здійснення, який зазвичай зумовлюється низкою чинників (мірою відповідальності, системою оподаткування, потребою у фінансових коштах, можливістю зміни власника, управлінськими здібностями підприємця тощо).

Організаційно-правова форма господарювання - форма здійснювання господарської (зокрема підприємницької) діяльності з відповідною правовою основою, яка визначає характер відносин між засновниками (учасниками), режим майнової відповідальності по зобов'язаннях підприємства (організації), порядок створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу одержаних прибутків, можливі джерела фінансування діяльності тощо.

В нашій країні є розроблено Державний класифікатор "Класифікація організаційно-правових форм господарювання" (КОПФГ). Об'єктом класифікації є визначені чинним законодавством організаційно-правові форми юридичних осіб та їх відокремлені підрозділи: філії, представництва, а також підприємці - фізичні особи, які не мають статусу юридичної особи.

Класифікатор призначено для використання органами державного управління та іншими користувачами для обліку, збирання й оброблення статистичної та адміністративної інформації щодо державної реєстрації, аналізування та узагальнювання результатів економічної діяльності суб'єктів господарської (зокрема підприємницької) діяльності, ведення державних реєстрів: Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ), Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, Реєстру корпоративних прав держави та інших.

Таблиця 1

Класифікація організаційно-правових форм господарювання

Код	Назва
100	Підприємства
110	Фермерське господарство
120	Приватне підприємство
130	Колективне підприємство
140	Державне підприємство
145	Казенне підприємство
150	Комунальне підприємство
160	Дочірнє підприємство
170	Іноземне підприємство
180	Підприємство об'єднання громадян (релігійної організації, профспілки)
185	Підприємство споживчої кооперації
190	Орендне підприємство
191	Індивідуальне підприємство
192	Сімейне підприємство
193	Спільне підприємство
200	Господарські товариства
230	Акціонерне товариство
231	Відкрите акціонерне товариство
232	Закрите акціонерне товариство
235	Державна акціонерна компанія (товариство)
240	Товариство з обмеженою відповідальністю
250	Товариство з додатковою відповідальністю

260	Повне товариство
270	Командитне товариство
300	Кооперативи
310	Виробничий кооператив
<u>320</u>	<u>Обслуговуючий кооператив</u>
<u>321</u>	<u>Житлово-будівельний кооператив¹</u>
<u>322</u>	<u>Гаражний кооператив¹</u>
330	Споживчий кооператив
340	Сільськогосподарський виробничий кооператив
350	Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив
390	Кооперативний банк
400	Організації (установи, заклади)
<u>410</u>	<u>Орган державної влади</u>
420	Орган місцевого самоврядування
425	Державна організація (установа, заклад)
430	Комунальна організація (установа, заклад)
435	Приватна організація (установа, заклад)
<u>440</u>	<u>Організація (установа, заклад) об'єднання громадян (релігійної організації, профспілки, споживчої кооперації тощо)</u>
490	Організація орендарів
495	Організація покупців
500	Об'єднання підприємств (юридичних осіб)
510	Асоціація
520	Корпорація
530	Консорціум
540	Концерн
550	Холдингова компанія
590	Інші об'єднання юридичних осіб
600	Відокремлені підрозділи без статусу юридичної особи
610	Філія (інший відокремлений підрозділ)
620	Представництво
800	Об'єднання громадян, профспілки, благодійні організації та інші подібні організації
810	Політична партія
815	Громадська організація
820	Спілка об'єднань громадян
825	Релігійна організація

830	Профспілка
835	Об'єднання профспілок
840	Творча спілка (інша професійна організація)
845	Благодійна організація
850	Організація роботодавців
855	Об'єднання співвласників багатоквартирного будинку
860	Орган самоорганізації населення
900	Інші організаційно-правові форми
910	Підприємець - фізична особа
915	Товарна біржа
920	Фондова біржа
925	Кредитна спілка
930	Споживче товариство
935	Спілка споживчих товариств
<u>940</u>	<u>Недержавний пенсійний фонд</u>
<u>950</u>	<u>Садівниче товариство</u>
995	Інші організаційно-правові форми

2. Види підприємств

ПІДПРИЄМСТВО - самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності. Підприємства можуть створюватись як для здійснення підприємництва, так і для некомерційної господарської діяльності.

Підприємство, якщо законом не встановлено інше, діє на основі статуту.

Підприємство є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків, печатку із своїм найменуванням та ідентифікаційним кодом.

Види підприємств

Фермерське господарство - форма підприємницької діяльності громадян із створенням юридичної особи, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, займатися її переробкою та реалізацією з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм для ведення фермерського господарства.

Приватне підприємство - підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці чи з використанням найманої праці. Приватним є також підприємство, що діє на основі приватної власності суб'єкта господарювання - юридичної особи.

Колективне підприємство - підприємство, що діє на основі колективної власності.

Державне підприємство - підприємство, що діє на основі державної власності.

Комунальне підприємство - підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади.

Дочірнє підприємство - підприємство, єдиним засновником якого є інше підприємство (підприємство, залежне від іншого).

Іноземне підприємство - підприємство, створене за законодавством України, що діє виключно на основі власності іноземців або іноземних юридичних осіб, або діюче підприємство, придбане повністю у власність цих осіб. Іноземні підприємства не можуть створюватися в галузях, визначених законом, що мають стратегічне значення для безпеки держави.

Орендне підприємство - підприємство, створене орендарем на основі оренди цілісного майнового комплексу існуючого державного або комунального підприємства чи майнового комплексу виробничого структурного підрозділу (структурної одиниці) цього підприємства з метою здійснення підприємницької діяльності.

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

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

Спільне підприємство - підприємство, засноване на базі об'єднання майна різних власників.

3. Господарські товариства

ГОСПОДАРСЬКІ ТОВАРИСТВА - підприємства або інші суб'єкти господарювання, створені юридичними особами та (або) громадянами шляхом об'єднання їх майна і участі в підприємницькій діяльності товариства з метою одержання прибутку.

До господарських товариств належать: акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства .

Акціонерне товариство – це товариство, яке має статутний фонд, поділений на визначену кількість акцій рівної номінальної вартості. Розрізняють такі види акціонерних товариств:

Відкрите акціонерне товариство, акції якого можуть розповсюджуватися шляхом відкритої підписки та купівлі – продажу на біржах; а купівлі – продажу на біржах;

Закрите акціонерне товариство, акції якого розподіляються між засновниками і не можуть розповсюджуватися шляхом відкритої підписки, купуватися та продаватися на біржі. Закрите акціонерне товариство може бути реорганізовано у відкрите шляхом внесення змін до статуту та перереєстрації.

Товариство з обмеженою відповідальністю - господарське товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном. Учасники товариства, які повністю

сплатили свої вклади, несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах своїх вкладів.

Товариство з додатковою відповідальністю - товариство, статутний фонд якого поділено на частки визначених установчими документами розмірів. Учасники такого товариства відповідають за його боргами своїми внесками до статутного фонду, а за недостатністю цих сум - додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до внеску кожного учасника.

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

Командитне товариство - товариство, в якому разом з одним або більше учасників, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, є один або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства (вкладників).

КООПЕРАТИВ - юридична особа, утворена фізичними та (або) юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування.

ОРГАНІЗАЦІЯ (УСТАНОВА, ЗАКЛАД) - організаційна структура, створена однією або кількома особами (засновниками), які не беруть участі в управлінні нею, шляхом об'єднання (виділення) їхнього майна для досягнення мети, визначеної засновниками, за рахунок цього майна.

4. Об'єднання підприємств та відокремлені підрозділи

ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ (ЮРИДИЧНИХ ОСІБ) - господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств (юридичних осіб) з метою координації їх виробничої, наукової та іншої

діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань. Об'єднання підприємств утворюються підприємствами на добровільних засадах або за рішенням органів, мають право утворювати об'єднання підприємств.

Асоціація - договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації. У статуті асоціації повинно бути зазначено, що вона є господарською асоціацією. Асоціація не має права втручатися у господарську діяльність підприємств - учасників асоціації. За рішенням учасників асоціація може бути уповноважена представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями.

Корпорація - договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації.

Консорціум - тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів тощо). Консорціум використовує кошти, якими його наділяють учасники, централізовані ресурси, виділені на фінансування відповідної програми, а також кошти, що надходять з інших джерел, в порядку, визначеному його статутом. У разі досягнення мети його створення консорціум припиняє свою діяльність.

Концерн - статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій, на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання, з централізацією функцій науково-технічного і

виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності.

Холдингова компанія - господарюючий суб'єкт, який володіє контрольними пакетами акцій дочірнього підприємства (підприємств). Між холдинговою компанією та її дочірніми підприємствами встановлюються відносини контролю-підпорядкування.

ВІДОКРЕМЛЕНІ ПІДРОЗДІЛИ БЕЗ СТАТУСУ ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ

Філія - відокремлений підрозділ юридичної особи, що розташований поза її місцезнаходженням та здійснює всі або частину її функцій. Філії не є юридичною особою. Філії наділяються майном юридичної особи, що її створила і діє на підставі затвердженого нею положення Крім філії, як назву організаційно-правової форми можна зазначати інші види відокремлених підрозділів: структурний підрозділ, відділення тощо.

Представництво - відокремлений підрозділ юридичної особи, що розташований поза її місцезнаходженням та здійснює представництво і захист інтересів юридичної особи. Представництва наділяються майном юридичної особи, що її створила і діє на підставі затвердженого нею положення. Керівник представництва призначається юридичною особою і діє на підставі виданої нею довіреності .

Контрольні питання

1. В якому документі наводиться класифікація організаційно-правових форм господарювання?
2. Яке підприємство називають сімейним?
3. Дайте визначення акціонерного товариства.
4. Охарактеризуйте товариство з додатковою відповідальністю.
5. Що таке концерн?
6. Що таке філія?



ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО МИСЛЕННЯ. ЯКОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ

1. Моральні принципи та норми поведінки підприємця.
2. Культура підприємництва.

1. Моральні принципи та норми поведінки підприємця

Етика - це сукупність норм поведінки, мораль якоїсь суспільної групи, професії.

Етика - це наука, яка вивчає мораль. Мораль - особливий спосіб практичного або духовного пізнання світу, через оцінку його в таких поняттях, як добро, честь, совість, гідність.

Етика (теорія моралі) - в широкому розумінні є збір систематичного обґрунтування правил і наказів, які визначають та регулюють відносини між людьми. Етикет — це встановлений порядок і манери поведінки, а також ритуали й форми поводження, прийняті в певних соціальних групах.

Реалізація норм і правил етикету в спілкуванні — це ввічливість, тактовність, коректність, доброзичливість, чуйність, скромність, простота та ін.

Правила ділового етикету визначають порядок поведінки працівників при виконанні ними професійних обов'язків. Серед них виділяють групу норм, які регламентують характер відносин "керівник — підлеглий". До їх числа входять форми привітання, правила ведення ділової розмови, правила прийому відвідувачів, етикетні норми службового спілкування з працівниками в типових виробничих ситуаціях.

Звичайно, наслідування етикету керівника — це лише форма прояву уваги до підлеглого, проява поваги до його гідності. Однак реалізація норм і правил етикету допоможе ефективніше організувати процес управління колективом в нових умовах господарювання, позитивно вплинути на виховання підлеглих.

Етика наказу й прохання — важливі поняття службового етикету. Використання того чи іншого ступеня категоричності цілком визначається ситуацією. Наказова форма, жорсткий стиль вимог виправдані лише в деяких ситуаціях. Наказ - синонім адміністрування. Критерії доречності наказу такі: наказ недоречний скрізь і всюди, де можна обійтись проханням. Чим твердіше відданий наказ, тим більше він позбавляє підлеглого можливості проявити ініціативу. Одночасно він нав'язує лише один варіант виконання. У цьому випадку вимагати відповідальності за результат було б просто аморально.

Етика покарання - важливий елемент службового етикету спілкування. Тут мова йде не стільки про ефективність покарання (догана, осуд, стягнення, штраф та ін.), скільки про покарання як елемент службового спілкування. Покарання має бути насамперед заслужене, відповідати своєму рівню відповідальності, ступеню провини, глибині наслідків і мірі усвідомлення. Потрібно враховувати деякі принципи покарання.

Етичні норми службових відносин ґрунтуються на загальнолюдських цінностях, нормах і правилах поведінки, але мають деякі особливості.

Ділова етика в широкому розумінні — це сукупність етичних принципів і норм, якими повинна керуватись діяльність організації, у сфері управління й підприємництва.

Рівень морального розвитку як окремої особистості, так і організації в цілому вданий час визначається орієнтацією на сформовані в ХХ столітті універсальні принципи справедливості, рівності людських прав і повагу гідності людини; принцип благочинності життя.

Праця стає моральною цінністю, якщо вона сприймається не як джерело існування, а як спосіб формування людської гідності. Індивідуальна мораль у професійній сфері передбачає також усвідомлення професійного обов'язку. Досягнення успіху в будь-якій професії пов'язано з визначенням самообмеження, без чого неможлива професійна реалізація особистості і виражається в бажанні сформувати в собі такі якості, як дисциплінованість, організованість, діловитість, охайність, наполегливість.

Моральні та ділові якості людей для менеджера з управління персоналом є об'єктом професійної діяльності

Адміністрації потрібно знати, які норми складаються в колективі. Від їх якості залежить робота організації. Головне завдання полягає в тому, щоб працівників сприймали не як робочу силу, а як особистість, однаковими правами і гідністю, як керівників, а трудові відносини формувались як партнерство. Трудові відносини вимагають від людини напруження розуму, фізичних і духовних сил. Багато керівників не враховують душевного стану своїх працівників. У таких випадках працювати довго й ефективно працівник не може. Всі транснаціональні корпорації світу приділяють значну увагу питанням ділової етики, і це не випадково, оскільки корпоративна мораль дозволяє посилити самоорганізацію і самодисципліну працівників.

Етика є моральною категорією, що охоплює різноманітні форми діяльності фірми, і не може бути викладена за допомогою певного переліку правил поведінки і спілкування. Етика свою закінчену форму набуває у вигляді ділового етикету, який в цілому можна охарактеризувати як основу кодексу поведінки, прийнятого у бізнес-середовищі.

Етика відносин із партнерами:

- дотримання зобов'язань;
- недопущення маніпулювання інвестиціями;
- урахування інтересів партнерів під час розподілу прибутку.

Етика взаємовідносин із конкурентами:

- запобігання таємних угод на ринках;

- використання соціально прийнятних пріоритетів і критеріїв для оцінки конкурентних стратегій;
- вихід із сумнівних ринків під час виникнення значних етичних проблем.

2. Культура підприємництва

Важливу роль у функціонуванні підприємства, фірми відіграє культура підприємництва. Вона не тільки забезпечує високий престиж підприємству, й сприяє підвищенню ефективності виробництва, поліпшенню якості продукції і послуг, а отже, й збільшенню прибутків.

У загальному розумінні поняття "культура" означає певну сукупність матеріальних і духовних цінностей, які виробляє людство в історичному процесі свого розвитку. Водночас культура продукує способи створення цих цінностей, засоби їх застосування і передачі. Тим самим вона виступає найважливішим критерієм оцінювання окремої особистості. Саме культура визначає спрямованість суспільної, в тому числі економічної, поведінки підприємця, змушує його дотримуватися етикету ділової людини.

Культура підприємництва - це спосіб спілкування бізнесмена зі своїми клієнтами, партнерами, підлеглими та іншими особами в процесі здійснення власної справи. Культура підприємця відображає відповідну сукупність правил, вимог, знань та вміння поводитися у світі бізнесу.

Таким чином, культура організації підприємницької діяльності визначає клімат, стиль взаємовідносин, цінності підприємства. Будь-яка, нова організаційна структура виробляє свою культуру, що визначає місце цієї структури, її внутрішні і зовнішні відношення і є ніби зразком, стереотипом при формуванні стратегії, розподілі влади, прийнятті рішень, при поводженні персоналу. Сутність культури даної організації виражається в розпорядженнях, прийнятих ритуалах і церемоніях, а також, у зразках неформального поводження.

Призначення культури підприємництва пов'язано із вирішенням двох основних проблем: виживанням у певному соціально-економічному середовищі і забезпеченням внутрішньої інтеграції для досягнення поставлених цілей. На кожному великому підприємстві є відділи, управління, адміністрація, що мають різні субкультури та повторюють структуру самого підприємства. Розходження зумовлюється різноманіттям галузей виробництва і сфер людської діяльності. Це може бути культура вигідних угод, інноваційна, адміністративна та ін. Наявність різноманітних культур, субкультур може призвести до напруженості, сутичок. Тому важливим завданням для будь-якого підприємства є зближення й інтеграція різних організаційних частин підприємства, що мають свої субкультури.

Необхідна також інтеграція культури підприємства і культури всіх його працівників. Культура підприємництва потребує уміння так організувати його виробничу і комерційну діяльність, щоб успіхи в бізнесі поєднувалися зі створенням таких умов, за яких робітники були максимально задоволені працею.

Отже залежно від галузі, регіону, історії підприємства, людей кожне підприємство має свою культуру.

Основні чинники, що впливають на культуру підприємства: цілі підприємства; основні його цінності й ідеї; прийняті на підприємстві стандарти і правила; діючі і неформальні канали комунікацій та ін. Елементи підприємницької культури формуються як під впливом досвіду діяльності підприємства, так і в результаті установок його лідерів.

За дослідженнями, проведеними в США, дійшли висновку, що розквітаючі і швидко зростаючі фірми, мають високу культуру й особливий стиль, які сприяють досягненню і зберіганню провідних позицій на світовому ринку. Основою успіху таких підприємств є:

- чіткі уявлення про цінності і тверді переконання про те, як, якими засобами досягти цілей підприємства;
- партнерські відношення на всіх рівнях;

— висока цінність фахової компетентності і вірність справі, прагнення до високої якості праці;

— просування по службі, що залежить від результатів праці та уміння брати на себе відповідальність;

— гордість за власні досягнення й успіхи підприємства, бажання розширити і зміцнити власні позиції, бути першими, панувати на ринку.

Для таких підприємств характерна система цінностей, прийнятих і схвалених усіма співробітниками.

Під впливом ряду чинників змінюються уявлення про цінності; на процвітаючих підприємствах вони не вичерпуються лише досягненням визначених виробничо-економічних цілей.

Варто врахувати також, що для культури підприємництва головним є те, що відбувається на рівні поведження. Якщо рівні цінностей і поведження не збігаються, то це негативний результат. Для підприємств нашої країни поширена ситуація, коли в документах, на папері написано одне, а на практиці — інше. Система цінностей, правила і конкретне поведження повинні бути узгоджені. З цією метою, наприклад, у США розроблені програми, що дозволяють гармонізувати уявлення про цінності та поведження.

Ділове спілкування ведеться за визначеними правилами, які є важливим засобом підвищення його ефективності, а саме:

— перше правило коректної поведінки ділової людини — це дотримання норм звертання, привітання та знайомства. Зокрема, при діловій зустрічі з незнайомими людьми треба представитися самому або через особу, яка влаштувала зустріч. Якщо ви гість, то варто представитися першому. І звичайно, перед тим як познайомити будь-кого, слід впевнитися, що обидві сторони бажають знайомства.

— друге — субординація в ділових стосунках. Як відомо, управлінські відносини мають ієрархічний характер. Це означає, що некоректно віддавати

будь-які службові розпорядження виконавцю, якщо його роботу повинен координувати ваш підлеглий управлінець.

— третє — організація ділових контактів. Наприклад, запрошуючи співробітника на бесіду, попередьте його про це заздалегідь через офіс-менеджера або секретаря-референта. Це дасть йому змогу підготувати необхідні матеріали, розрахунки, сформулювати власні пропозиції.

Існують і загальні правила: етикету, узгодження, взаємодії і самоподачі.

Правила етикету визначають порядок, засоби до яких звертаються при спілкуванні, вибір спілкування і т. д. Кожна деталь цих правил, а їх існує багато, залежить від уміння триматися за столом і вдягатися до етикету, вітання і прощання, яке відпрацьовано і вивірене роками. Виконання правил етикету є обов'язковим, оскільки особа, що порушила їх, втрачає статус повноправного учасника спілкування. Наприклад, один із значних вітчизняних підприємців з'явився на переговори з представниками італійської фірми в білих черевиках, чим дуже шокував їх, оскільки, в Італії це є поганим тоном. Такий вчинок може скласти хибне уявлення про те, що підприємець — один із нуворишів, і, можливо, це його перші серйозні ділові переговори. Отже, як швидко він розбагатів, так само швидко може розоритися і мати справу з ним небезпечно.

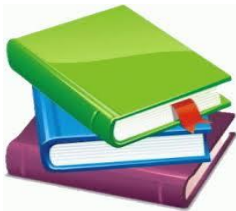
Особливе місце в діловому етикеті посідає вміння проводити ділові бесіди, дотримуватися ділового протоколу. Так, підприємець, котрий веде бесіду, виглядає значно привабливіше, якщо дотримується в своїй поведінці таких правил:

- висловлюється стисло і по суті, чітко викладаючи свої думки;
- спирається на факти, обґрунтовуючи власну позицію;
- не захоплюється деталями, але пам'ятає, що своєчасно і доречно наведена деталь може зміцнити достовірність вашої позиції;

— уникає конфронтації, шукає шляхи вирішення складної проблеми. Не менш важливо дотримуватися ділового протоколу, тобто порядку проведення ділових зустрічей, які мають бути ретельно підготовлені.

Контрольні питання

1. Що таке етика?
2. Що таке ділова етика?
3. Що включає в себе культура підприємництва?
4. Як формується культура на підприємстві?
5. Що є основою успіху підприємств?
6. Що таке ділове спілкування?



БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

1. Суть, завдання бізнес-плану.
2. Завдання бізнес-плану та вимоги до нього.
3. Структура бізнес-плану.

1. Суть, завдання бізнес-плану

Бізнес-план — це документ, що складає нинішній або майбутній власник (керуючий підприємством), який детально обумовлює основи бізнесу, вид продукції або послуг, коло споживачів, конкуренцію, тип виробництва і систему збуту, а також менеджмент, фінансування та інші значущі аспекти існуючого або майбутнього підприємства.

Бізнес-план — це детальний, чітко структурований і ретельно підготовлений документ, який описує, до чого прагне фірма, як вона збирається досягти поставленої мети і який матиме вигляд після її досягнення.

Є дві найважливіші причини для підготовки бізнес - плану:

- 1) щоб переконати сторонніх інвесторів у доцільності вкладення грошей у ваш бізнес або надання кредиту;
- 2) щоб допомагати зберігати обраний курс і не давати змоги випадковим обставинам відхилити вас від обраної мети.

Бізнес-план має показати, як ефективно перейти із нинішнього стану в бажаний, відобразити як поточні завдання, так і завдання на середню та довготермінову перспективу.

Бізнес-план складається в таких ситуаціях:

1. Фірмі потрібний капітал для подальшого розвитку.
2. Створюється нова фірма або змінюється власник.
3. У разі реконструкції, придбання обладнання, переходу на випуск нової продукції тощо.
4. Для аналізу діяльності, якщо істотно змінюється оточення.

Як засвідчує практика закордонного бізнесу, в бізнес-плані зацікавлені менеджери, власники і кредитори. Менеджери — це по суті творці і виконавці бізнес-плану. Власники зацікавлені в складанні бізнес-плану з точки зору перспектив фірми. В малому бізнесі менеджер одночасно може бути власником, тобто виступати творцем бізнес-плану, його виконавцем і контролюючим органом.

Бізнес-план — це підсумковий документ, який є результатом великої аналітичної роботи. Він дає змогу:

- усвідомити місце підприємства на ринку;
- проаналізувати перспективи розвитку галузі, ринку, товару (послуги);

- з іншого боку подивитися на діяльність підприємства, його проблеми, перспективи.

Водночас слід розуміти що ефективність бізнес-плану залежить від кваліфікації людей, які його складають і будуть реалізовувати.

2. Завдання бізнес-плану та вимоги до нього

При складанні бізнес-плану, як правило, опираються на факти і точні дані. Розроблення концепції — це єдине, що привносить у бізнес емоційний аспект. Вона в загальних рисах засвідчує бачення того, яким буде ваше підприємство і переконує інших у важливості вашого підприємства.

У той час як концепція формулюється одним власником або керуючим, призначення розробляється разом з іншими учасниками бізнесу. Його важливість полягає у тому, що воно в стислій формі зумовлює найбільш важливі аспекти бізнесу. Власник або керуючий і його службовці точно знають, що вони робитимуть і для чого.

Цілі — це кроки, які здійснюють для виконання призначення підприємства. Вони мають загальний характер щодо дій і відповідають таким критеріям: потребують дотримання, є мотивуючими і не пов'язані з конкретними термінами виконання.

Основна мета бізнес-плану — досягнення розумного і здійсненого компромісу між тим, що фірма хоче і чого може досягти. План покликаний показати працівникам і постійним інвесторам цілісність запропонованого курсу, продемонструвати, як одне впливає з іншого.

Кожна мета повинна мати одне або кілька завдань для її здійснення. Досвідчені керуючі фірми орієнтовані на виконання цілей і завдань.

Завдання — це запланований або бажаний стан, який мотивує керуючого. Кваліфікований менеджер використовує наявні ресурси для виконання не одного поставленого завдання, а відразу кількох, у порядку їх важливості.

Завдання мають відповідати таким вимогам: бути реальними, конкретними, обмеженими певними часовими межами, вимірними і досить гнучкими для здійснення.

Розглянемо приклади формування концепції, призначення, цілей і завдання бізнес-плану.

1. Концепція бізнес-плану. В Україні фермер може мріяти про ферму, де б вирощувалося якісне зерно озимих перспективних вітчизняних сортів. Формування цієї мрії дає фермеру мету, до якої він прагнучиме у міру розвитку свого підприємства.

2. Призначення бізнес-плану. Фермерське господарство, яке вирощує перспективні сорти озимих зернових, поставляє якісне зерно на борошномельні заводи за помірними цінами.

Після ознайомлення з цим формуванням зрозуміло, що фермерське господарство займається виробництвом зерна, вирощує перспективні сорти озимих зернових, зацікавлене в поставлянні якісного зерна і призначає за нього ціну, орієнтовану на місцевий ринок.

3. Мета бізнес-плану. Фермер, який займається виробництвом якісного зерна, може ставити собі за мету збільшення прибутку цілком законно — на основі нарощування обсягів продажу зерна.

4. Завдання бізнес-плану. Фермер у нашому прикладі може ставити собі за мету скорочення витрат на закупівлю насіннєвого матеріалу озимих зернових на 10 % у 2015 р. задля збільшення рентабельності підприємства (це завдання є конкретним — скорочення закупівельної вартості насіннєвого матеріалу зернових); вимірного — 10 %, передбачається, що він може скоротити закупки насіння озимих зернових; приносить позитивні результати — скорочення собівартості насіннєвого матеріалу сприяє збільшенню рентабельності; і обмеженого в часі — скорочення витрат на закупівлю насіння має відбутися у 2015 р.

Рекомендації (вимоги) щодо оформлення бізнес-плану:

1. Складаючи бізнес-план, передбачте в ньому «ізіюминку», яка зацікавить потенційного інвестора і примусить його уважно переглянути план до кінця, а не відхилити відразу, не дійшовши до цифрових викладок.

2. Бізнес-план — це рекламний документ, отже, він має бути оформлений без граматичних і орфографічних помилок. Ідеальна форма — елегантна брошура, проспект, буклет.

3. Не перенавантажуйте бізнес-план надмірними викладками і цифрами, у разі потреби винесіть їх у додатки. Ідеальний розмір бізнес-плану 10-25 сторінок тексту, доповненого фінансовими розрахунками. Здебільшого проглядається прямий зв'язок між необхідною сумою грошей і розміром бізнес - плану: чим більша сума грошей, тим більше сторінок у бізнес-плані.

4. Інформація плану має бути точною, добре поданою, вселяти почуття оптимізму. Не потрібно прагнути втиснути на одну сторінку максимум інформації, оскільки вона гірше сприйматиметься.

5. Планування — це процес інтеграції. Доки ви обдумуватимете можливість одержання грошей, пройде час і треба буде заново уточнювати цифри плану. Це зробити легше, якщо більшість розрахунків і обґрунтувань винесено в додатки.

3. Структура бізнес-плану

Розглянемо основні розділи, які мають відображатися в бізнес-плані.

Короткий огляд, або резюме проекту. Цей розділ є коротким (1 - 2 стор.) викладом плану з визначенням його привабливості для потенційних інвесторів. У ньому треба не просто перелічити питання, а наголосити на ключових проблемах, донести до читача виключно високу компетентність вашої фірми, зазначити чинники, які забезпечують вам успіх на конкурентному ринку.

Основні пункти цього розділу:

► короткий опис вашого бізнесу і ринку, на який ви орієнтуєтесь.
Потенційні можливості розвитку ринку;

► чим ваш бізнес несхожий на бізнес ваших конкурентів? Обґрунтуйте, за рахунок чого фірма досягне успіху;

► необхідний розмір інвестицій, очікувані доходи, перспективи для інвестора;

► якщо реалізація проекту дасть змогу вирішувати соціальні проблеми (використання праці інвалідів, молоді тощо), то покажіть їх.

Компанія і галузь, у якій вона зайнята. Мета розділу — навести тенденції розвитку галузі та місце фірми в ній. Ви маєте показати своє розуміння певної галузі, вплив зовнішніх чинників на її розвиток. Робота над цим розділом є першим кроком у прагненні донести до читача сутність вашого бізнесу, тому спробуйте коротко і зрозуміло викласти саму суть справи:

1. Основні напрями і цілі діяльності вашої фірми. Потреби ринку, які передбачається задовольнити.

2. Розміщення фірми, в яких географічних межах планується розвиток бізнесу (регіон, країна, світовий ринок).

3. Історія, минулі успіхи вашої фірми. На якій стадії розвитку перебуває ваша фірма.

4. Характеристика галузі, до якої належить ваш бізнес. Динаміка продажу товару за останні роки в Україні, у світі. Прогнози розвитку.

5. Частка вашої фірми в продукції галузі.

6. Що відрізняє вашу фірму від інших фірм галузі, ваші конкурентні переваги (персонал, місце розміщення, ефективна система збуту, облік потреб споживачів тощо).

7. Які закони, податки та інші чинники зовнішнього середовища впливають на певну галузь загалом і на вашу фірму зокрема. (державне регулювання, спеціальні податки, підтримка тощо).

Продукція (послуги):

1. Простий, без технічних деталей опис продукції (фото, малюнки, рекламні проспекти можна навести в додатках).

2. Відомості про патенти, торговельний знак, авторські права та інші об'єкти інтелектуальної власності.

3. Поточний стан (ідея, дослідне виробництво тощо).

4. Що робить вашу продукцію унікальною? У чому привабливість вашої продукції (відгуки експертів або споживачів, які вже знайомі з вашою продукцією, можна навести в додатках)?

5. Чим ваша продукція відрізняється від вітчизняних та імпортованих аналогів?

6. Чи може ваш товар експортуватися? Потреба у ліцензіях, квотах.

Опишіть характеристики і привабливі риси вашої продукції.

Ринок і маркетинг. У цьому розділі слід визначити і оцінити ринкові можливості вашого бізнесу. Оцініть істотні існуючі та потенційні потреби у вашій продукції. Дайте точну і реалістичну оцінку стану конкуренції, своїх сильних і слабких сторін порівняно з іншими фірмами. По можливості спирайтеся на дослідження ринку, а самі дослідження, якщо вони проводилися, винесіть у додатки.

Визначте:

1. Потенційних споживачів вашої продукції. Хто вони (фірми, індивідуальні споживачі)? Де територіально розміщені? У разі можливості визначте різні групи клієнтів (сегменти ринку), кількість майбутніх клієнтів, мотиви їх покупок тощо.

2. Особливості сегмента ринку, на який ви орієнтуєтесь (рівень задоволення потреб або рівень насиченості ринку, демографічні особливості, географічні межі, тенденції розвитку).

3. Розмір (місткість) ринку і перспективи його розвитку. Ваш відсоток на ринку. Можливий обсяг продажу, бажано за роками.

4. Характер попиту: постійний, сезонний, циклічний.

5. Характеристика ваших конкурентів. Ваша конкурентна стратегія: потіснити конкурентів, зайняти свою нішу.

6. Оцініть ваші конкретні переваги, відмітьте слабкі сторони і шляхи їх зміцнення.

7. Яких дій конкурентів слід боятися? Зазначте основні елементи стратегії протидії.

8. Труднощі виходу на ринок (нестача інвестицій, часу, технологічні обмеження, виконавці, інерція попиту, велика собівартість, відсутність збутової мережі).

Важливе зауваження: цей розділ один з найважливіших у бізнес-плані. Потрібно довести, що на ринку є потреба у вашому продукті і ви знаєте, як її задовольнити та отримати при цьому прибуток. Ви маєте подати свій бізнес як товар, як привабливу можливість для інвестицій.

Стратегія маркетингу. У цьому розділі подаються основні складові маркетингу: ціноутворення, збут, система просування товару на ринок, а також визначається стратегія ринкового зростання. Особливу увагу зверніть на систему збуту продукції, оскільки в сучасних умовах — це головна проблема для будь-якого виробника. Ваша мета — описати стратегію маркетингу, яка дасть змогу вийти на той рівень продажу і прибутку, який зазначений у фінансовому плані.

1. Ваша система ціноутворення. Який підхід використовуєте. Запропонована система знижок. Порівняння з існуючим рівнем цін.

2. Організація збуту продукції. Внутрішня служба збуту. Канали збуту. Оптовики і роздрібні торговельні фірми. Описати канали збуту.

3. Система просування товару на ринок. Наближений обсяг витрат, організація реклами. Стимулюючі заходи. Пабліситі (процес некомерційного стимулювання попиту на товари та послуги розповсюдженням доброзичливої інформації про них у засобах масової інформації і серед громадськості).

4. Стратегія зростання. Вихід на інші сегменти ринку, диференціація продукції, диверсифікація діяльності.

Виробнича діяльність. У цьому розділі слід вказати на потребу у приміщенні, обладнанні й трудових ресурсах, необхідних для досягнення

ваших цілей, описати систему постачання. Покажіть високий рівень продуманості технологічного процесу і механізми контролю якості продукції.

1. Розміщення приміщень. Це ваші приміщення, чи ви їх орендуєте? Чи потрібен ремонт і скільки він коштуватиме?

2. Схема виробничого процесу.

3. Склад потрібного обладнання, його постачальники, умови поставок, вартість.

4. Сировина і матеріали: постачальники (назва і умови поставок), орієнтовні ціни, норми запасу.

5. Чи є альтернативні джерела постачання сировини і матеріалів?

6. Екологічна і технологічна безпека виробництва. Контроль якості.

7. Вимоги щодо трудових ресурсів.

8. Можливі зниження прямих і накладних витрат.

9. Система обслуговування і сервісу в умовах виробництва технічно складної продукції.

Управління і права власності. Цей розділ представляє особливий інтерес, бо засоби здебільшого вкладаються у людей, а не в ідеї. Покажіть, що менеджери і персонал на вашому підприємстві компетентні і можуть успішно займатися бізнесом. Належним чином підкресліть їх досвідченість і кваліфікацію, поясніть, який вклад вони зможуть внести в успіх вашого бізнесу. Розкажіть про те, кому належить фірма нині.

1. Організаційно-правова форма бізнесу. Для товариств зазначаються умови створення і партнерства, зокрема для акціонерних товариств — основні пайовики і належні їм відсотки, кількість привілейованих і звичайних акцій. Вкажіть відсоток державної власності, якщо вона є в уставному фонді.

2. Для акціонерних товариств: склад ради директорів, короткі біографічні довідки, телефони, рівень залучення до діяльності фірми.

3. Для відкритих акціонерних товариств: скільки акцій вже розповсюджено, чи пропонується додаткова емісія?

4. Організаційна структура управління фірмою, команда керуючих, розподіл обов'язків між ними, форми і умови оплати.

5. Передбачувані зміни у структурі управління відповідно до вимог проекту, в тому числі планове поповнення команди менеджерів.

6. Відносини з місцевою адміністрацією. Наведіть аргументи, які засвідчують її зацікавленість у проекті.

7. Ваші консультанти, аудитори.

Важливе зауваження: передусім складіть список людей, про яких ви хочете дати відомості (власники, менеджери, активні інвестори), а потім визначте, як краще подати про них інформацію.

Стратегія фінансування. Цей розділ містить фінансові показники, які підтверджують усю інформацію, відображену в інших розділах, тобто по суті обґрунтовується бізнес-план. Цей розділ є ключовим з точки зору ефективності проекту і терміну повернення залучених коштів. Потрібно чітко показати перспективи для інвестора і можливі «шляхи виходу», тобто заходи, які дають змогу інвесторам вилучити свої гроші.

До складу цього розділу входять такі питання:

1. Потреба у фінансових засобах. Зазначте методи розрахунків потреби у коштах. Можливі джерела одержання коштів.

2. Використання фінансових засобів (капітальні вкладення, поповнення обігових коштів, виплати боргів, придбання інших фірм).

3. Довготермінова фінансова стратегія (можливі зміни організаційних форм бізнесу, зміна позицій замовників, схеми погашення боргів).

4. Фінансові дані на перспективу.

5. Фінансові дані за минулі періоди.

6. Дані про аудиторські фірми, з якими ви працюєте.

Важливі зауваження:

1. При складанні фінансового розділу обов'язково потрібні спеціальні знання. Якщо у вашій фірмі або у команді підприємця немає освіченої у питаннях фінансів людини, то слід звернутися до консультантів зі сторони.

2. Неможливо орієнтуватися лише на залучені кошти.

Ризики та їх облік. У бізнес-плані обов'язково слід зазначити наявність ризиків, проблем і ускладнень. Ви маєте своїм планом продемонструвати впевненість в успіхові бізнесу, оптимізм, одночасно нагадавши, що складність є і ви про неї знаєте.

1. Відверто і водночас витончено треба проаналізувати, за яких умов ви можете «прогоріти». Слід показати інвесторам, що ризики оцінені всебічно і об'єктивно.

2. Зазначте шляхи подолання ризиків.

Додатки, які можуть готуватись окремо від бізнес-плану і надаватися читачам за потребою. У додатках можуть зазначатися:

- ▶ фотографії або малюнки продукції;
- ▶ патенти, технічні специфікації;
- ▶ найважливіші юридичні документи (оренда, товарні угоди, контракти, угоди про партнерство, страхові контракти);
- ▶ схема організаційної структури, розміщення виробничих приміщень тощо.

Контрольні питання

1. Що таке бізнес-план?
2. Для чого складають бізнес-план?
3. Хто бере участь у розробці бізнес-плану?
4. Яка основна мета бізнес-плану?
5. Назвіть вимоги до бізнес-плану.
6. Яка структура бізнес-плану?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

1. Агробізнес – це

- 1) бізнес в аграрному секторі економіки України;
- 2) відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки;
- 3) динамічний, активний елемент бізнесу, що являє собою ініціативну, самостійну діяльність, яка здійснюється на свій ризик і під свою майнову відповідальність громадянами, об'єднаннями громадян з виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг з метою одержання прибутку.

2. Підприємництво – це

- 1) бізнес в аграрному секторі економіки України;
- 2) відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки;
- 3) динамічний, активний елемент бізнесу, що являє собою ініціативну, самостійну діяльність, яка здійснюється на свій ризик і під свою майнову відповідальність громадянами, об'єднаннями громадян з виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг з метою одержання прибутку.

3. Бізнес – це

- 1) бізнес в аграрному секторі економіки України;

- 2) відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки;
 - 3) динамічний, активний елемент бізнесу, що являє собою ініціативну, самостійну діяльність, яка здійснюється на свій ризик і під свою майнову відповідальність громадянами, об'єднаннями громадян з виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг з метою одержання прибутку.
4. Яка модель бізнесу орієнтується на максимізацію віддачі від ресурсів, які має підприємство (фірма, організація)
- 1) інноваційна;
 - 2) класична;
 - 3) спеціальна.
5. Яка модель бізнесу передбачає використання будь-яких можливостей (у межах закону) для підприємництва, навіть якщо власних ресурсів для цього недостатньо
- 1) інноваційна;
 - 2) класична;
 - 3) спеціальна.
6. Хто є суб'єктом підприємництва?
- 1) підприємець;
 - 2) споживачі;
 - 3) державні структури.
7. З яким поняттям пов'язують поняття підприємця?
- 2) бізнесмена;
 - 3) господаря;
 - 4) керівника.

8. Які перелічені ознаки є ознаками агробізнесу?

- 1) обмін діяльністю між суб'єктами економіки;
- 2) прагнення кожного учасника обміну діяльністю реалізувати свої інтереси незалежно від того, чи реалізуються при цьому інтереси контрагентів;
- 3) прояв особистої чи колективної ініціативи у процесі підготовки чи укладання угоди.

9. Що не належить до ознак підприємницького середовища?

- 1) еквівалентність обміну продуктів праці;
- 2) конкуренція товаровиробників;
- 3) управління підприємством.

10. Як поділяють підприємницьке середовище?

- 1) внутрішнє і зовнішнє;
- 2) регіональне і національне;
- 3) стандартне і нестандартне.

11. Як поділяються фактори підприємницького середовища залежно від ступеня впливу?

- 1) прямого та непрямого;
- 2) фінансово-економічні, організаційно-правові, соціально психологічні;
- 3) стимулюючі та стримуючі.

12. Як поділяються фактори підприємницького середовища за характером дії:

- 1) прямого та непрямого;
- 2) фінансово-економічні, організаційно-правові, соціально-психологічні;

3) стимулюючі та стримуючі.

13. Як поділяються фактори підприємницького середовища залежно від ролі факторів у створенні підприємницького клімату:

- 1) прямого та непрямого;
- 2) фінансово-економічні, організаційно-правові, соціально-психологічні;
- 3) стимулюючі та стримуючі.

14. Конкурентний режим господарювання передбачає вільне суперництво між учасниками бізнесу:

- 1) за джерела сировини;
- 2) за вигідні умови вкладення капіталу;
- 3) за більшу частину прибутку.

15. Пропозиція та попит товарів, об'єми грошових сум, надлишок чи нестача робочих місць, робочої сили, рівень заробітної плати – це

- 1) економічна ситуація;
- 2) правова ситуація;
- 3) соціальна ситуація.

16. Підприємництво - це :

- 1) самостійна ініціатива, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг та заняття торгівлею з метою одержання прибутку;
- 2) діяльність з метою накопичення власного капіталу;
- 3) діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг.

17. Будь-яке підприємство може бути створене:

- 1) відповідно до рішення власника (власників);

- 2) унаслідок примусового поділу іншого підприємства;
- 3) відповідно до рішення КМУ.

18. Підприємство може бути ліквідоване (реорганізоване) у випадках:

- 1) прийняття відповідного рішення власником майна;
- 2) визнання його банкрутом;
- 3) заборони діяльності за невиконання встановлених законодавством умов.

19. Як називається документ, що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженим ним органом виконавчої влади, згідно з яким його власник має право займатися певним видом підприємницької діяльності?

- 1) статут;
- 2) управлінський договір;
- 3) ліцензія.

20. Який закон регулює підприємницьку діяльність?

- 1) «Про малий бізнес»;
- 2) «Про підприємництво»;
- 3) «Про підприємства в Україні».

21. Ліцензія видається на термін, не менший, ніж:

- 2) 5 років;
- 3) 3 роки;
- 4) 1 рік.

22. Суб'єктами підприємницької діяльності (підприємцями) можуть бути:

- 1) громадяни України, інших держав, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності;
- 2) юридичні особи всіх форм власності, встановлених Законом України "Про власність";
- 3) фізичні особи України не обмежені законом у правоздатності або дієздатності.

23. Скільки компаній продовжують своє існування після 3 років роботи після заснування:

- 1) 30% ;
- 2) 80%;
- 3) 20%.

24. Скільки компаній залишаються на ринку через 9-10 років з моменту заснування?

- 1) 4-5%;
- 2) 10-15%;
- 3) 50-60%.

25. До етапів життєвого циклу підприємницької діяльності належить:

- 1) стагнація;
- 2) зародження;
- 3) ліквідація.

26. Де здійснюється державна реєстрація підприємництва?

- 1) у виконавчому комітеті міської (районної) Ради народних депутатів державною адміністрацією за місцем діяльності або проживання суб'єктів бізнесу;
- 2) у Кабінеті Міністрів України;
- 3) у Ліцензійній палаті України.

27. В якому випадку проводиться перереєстрація підприємства?

- 1) зміни форм власності, організаційної форми чи назви суб'єкта бізнесу;
- 2) зміни основних положень статуту;
- 3) зміни керівництва підприємством.

28. Що є основою для відкриття рахунків підприємства в установах банку?

- 1) ліцензія;
- 2) свідоцтво про державну реєстрацію;
- 3) паспорт власника підприємства.

29. Дати повне уявлення про правовий статус підприємства (фірми) як самостійного господарського суб'єкта, що має всі права юридичної особи, про його внутрішній механізм управління і самоуправління, режим формування і використання майна підприємств (фірм), розпорядження його коштами і прибутком – це завдання:

- 1) установчого договору;
- 2) статуту;
- 3) статуту і установчого договору.

30. Сукупність норм поведінки, мораль якоїсь суспільної групи, професії – це:

- 1) культура;
- 2) етика;
- 3) традиції.

31. Реалізація норм і правил етикету допоможе

- 1) ефективніше організувати процес управління колективом;
- 2) позитивно вплинути на виховання підлеглих;

3) досягнути прибутку будь-якою ціною.

32. Чим можна замінити наказову форму?

- 1) покаранням;
- 2) проханням;
- 3) спілкування.

33. Чи службові відносини повинні ґрунтуватися на загальнолюдських цінностях?

- 1) так;
- 2) ні;
- 3) частково.

34. Що не відносять до етики відносин з партнерами?

- 1) дотримання зобов'язань;
- 2) недопущення маніпулювання інвестиціями;
- 3) урахування інтересів партнерів під час розподілу прибутку.

35. Клімат, стиль взаємовідносин, цінності підприємства визначає:

- 1) культура підприємства;
- 2) етика;
- 3) ділове спілкування.

36. Форма підприємницької діяльності громадян із створенням юридичної особи, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, займатися її переробкою та реалізацією з метою отримання прибутку на земельних ділянках називають:

- 1) приватним підприємством;
- 2) фермерське господарство;
- 3) орендне підприємство.

37. Підприємство, засноване на особистій власності фізичної особи та виключно її праці це:

- 1) сімейне;
- 2) індивідуальне;
- 3) приватне.

38. Підприємство, що діє на основі колективної власності це:

- 1) державне;
- 2) комунальне;
- 3) колективне.

39. Підприємство, засноване на базі об'єднання майна різних власників .називається:

- 1) іноземне;
- 2) спільне;
- 3) сімейне.

40. Товариство, яке має статутний фонд, поділений на визначену кількість акцій рівної номінальної вартості це:

- 1) товариство з обмеженою відповідальністю;
- 2) товариство з додатковою відповідальністю;
- 3) акціонерне товариство.

41. Договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та

матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб його учасників називають:

- 1) асоціація;
- 2) корпорація;
- 3) концерн.

42. Як називається відокремлений підрозділ юридичної особи, що розташований поза її місцезнаходженням та здійснює всі або частину її функцій?

- 1) представництво;
- 2) холдингова компанія;
- 3) філія.

43. Бізнес-план — це

- 1) документ, в якому чітко описується структура підприємства, обов'язки та права працівників організації;
- 2) детальний, чітко структурований і ретельно підготовлений документ, який описує, до чого прагне фірма, як вона збирається досягти поставленої мети і який матиме вигляд після її досягнення;
- 3) документ, що складає власник, який детально обумовлює основи бізнесу, вид продукції або послуг, коло споживачів, конкуренцію, тип виробництва і систему збуту, а також менеджмент, фінансування та інші значущі аспекти підприємства.

44. Які є причини для підготовки бізнес - плану:

- 1) щоб переконати сторонніх інвесторів у доцільності вкладення грошей у бізнес або надання кредиту;
- 2) щоб уникнути ризиків;
- 3) щоб досягнути більшого прибутку.

45. Хто зацікавлений у складанні бізнес-плану?

- 1) менеджери, власники і кредитори;
- 2) менеджери і працівники;
- 3) менеджери, власники, працівники.

46. Від чого залежить ефективність бізнес-плану?

- 1) від керівників підприємства;
- 2) від працівників підприємства;
- 3) від кваліфікації людей, які його складають бізнес-план і будуть реалізовувати.

47. Який оптимальний розмір бізнес-плану?

- 1) до 25 сторінок;
- 2) до 50 сторінок;
- 3) до 100 сторінок.

48. Короткий опис бізнесу подається у

- 1) фінансовому плані;
- 2) маркетинговому плані;
- 3) резюме.

49. Конкурентні переваги фірми описують у

- 2) фінансовому плані;
- 3) маркетинговому плані;
- 4) резюме.

50. У якому розділі розраховують прибуток?

- 1) фінансовому плані;
- 2) маркетинговому плані;
- 3) резюме.

Список використаної літератури

1. Конституція України: Основний Закон України від 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 1996. — № 30.
2. Закон України «Про товарну біржу» // ВВР. — 1992. — № 10.
3. Закон України «Про цінні папери та фондову біржу» // ВВР. — 1991. — № 38.
4. Положення про державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності. Затверджено Постановою КМ України від 25.05.98 р. // Збірник урядових нормативних актів України. — 1998. — № 11.
5. Положення про порядок ліцензування підприємницької діяльності. Затверджено Постановою КМ України від 03.07.98 р. // Офіційний вісник України — 1998. — № 27.
6. Про аудиторську діяльність: Закон України від 22 квітня 1993 р. // ВВР. — 1993. — № 23.
7. Про господарські товариства: Закон України від 5 листопада 1991 р. // ВВР. — 1991. — № 4.
8. Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні: Закон України від 30 жовтня 1993 р. // ВВР. — 1993. — № 21.
9. Про захист прав споживачів: Закон України // ВВР. — 1994. — № 1.
10. Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки: Указ Президента України від 3 грудня 1999 р. // Інформаційний тижневик № 7.
11. Про патентування деяких видів підприємницької діяльності: Закон України від 23 березня 1996 р. // ВВР. — 1996. — № 20.
12. Про підтримку малого підприємництва: Указ Президента України від 12 травня 1998 р. // Офіційний вісник України. — 1998. — № 19.
13. Про підприємництво: Закон України від 17 лютого 1991 р. // ВВР. — 1991. — № 14.

14. Про підприємства в Україні: Закон України від 27 березня 1991 р. // ВВР. — 1991. — № 5.
15. Про плату за землю: Закон України від 23 липня 1992 р. // ВВР. — 1991. — № 38.
16. Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві: Закон України від 15 травня 1992 р. // ВВР. — 1992. — № 32.
17. Про селянське (фермерське) господарство: Закон України від 20 грудня 1991 р. // ВВР — 1992. — № 14.
18. Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва: Указ Президента України від 3 липня 1998 р. // Офіційний Вісник України. — 1998. — № 27.
19. Про страхування: Закон України від 7 березня 1996 р. // ВВР. — 1996. — № 18.
20. Про усунення обмежень, які стримують розвиток підприємницької діяльності: Указ Президента України від 3 лютого 1998 р. // Офіційний вісник України. — 1998. — № 5.
21. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку: Інформ.-аналіт. збірник / За ред. П. Т. Саблука. — К., 2000.
22. Бідзюра І. П., Збарський В. К., Ільчук М. М. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу. — К., 2001.
23. Гойко А. Ф. Организация рынка финансового капитала и инвестиций в Украине. — К., 1995.
24. Губені Ю. Є. Можливі напрямки позаагзарного підприємництва на селі // Сільські обрії. — 1995. — № 9 – 10.
25. Збарський В. К., Ільчук М. М. Біржова діяльність у підприємстві України: Навч. посібник. — К., 2000.
26. Збарський В. К., Ільчук М. М. Організаційно-правові аспекти формування структур агробізнесу: Навч. посібник. — К., 1999.

27. Збарський В. К., Ільчук М. М. Теорія і практика планування підприємницької діяльності в АПК: Метод. посібник . — К., 1999.
28. Зіновчук В. В. Кооперативна ідея в сільському господарстві України і США. — К., 1996.
29. Ільчук М. М., Збарський В. К. Спільні міжнародні підприємства: організація та функціонування. — К., 1999.
30. Кандиба А. М. Зовнішньоекономічна діяльність в аграрному комплексі. — К., 1994.
31. Кисельов А. П. Основи бізнесу. — К., 1998.
32. Киселев А.П. Теория и практика современного бизнеса. — К., 1995.
33. Курилин Б. И. Безопасность банковских операций. Оценка минимизации рисков. — К., 1995.
34. Онищенко О. Становлення приватного сектора в сільському господарстві // Економіка України. — 1995. — № 10.
35. Основы банковского дела / Под ред. А. Н. Мороза. — К., 1994.
36. Підприємництво в аграрній сфері економіки / За ред. П. Т. Саблука, М. Й. Маліка. — К., 1997.
37. Підприємницьке право України : Практикум / За ред. Н. А.Саніахметової. — Х., 1999.
38. Реформування та розвиток підприємств агропромислового виробництва: Посібник у питаннях і відповідях / За ред. П. Т. Саблука. — К., 1999.
39. Романова Л. В. Становлення підприємництва в сільському господарстві. — К., 1997.
40. Сопко В. Бухгалтерський облік у підприємстві. — К., 1995.
41. Сопко В. Бухгалтерський облік цінних паперів. — К., 1993.
42. Суторміна В. М. та ін. Фінанси зарубіжних корпорацій: Навч. посібник / За ред. В. М. Федосова. — К., 1993.