



ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА



Навчальний посібник
для здобувачів професійної
(професійно-технічної) освіти

2021 рік

**Схвалено для використання в закладах професійної (професійно-технічної) освіти
(Лист Державної наукової установи «Інститут модернізації змісту освіти» МОН
України від 23.11.2020 року № 22.1/12-Г-1020).**

Рекомендовано до видання навчально-методичною радою професійної (професійно-технічної) освіти Донецької області (протокол № 1 від 27.10.2020 р.)

Автор: **Г.І. Карпюк**, заслужений вчитель України, методист Українського центру оцінювання якості освіти

Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти.

У даному навчальному посібнику розглянуто теоретичні аспекти підприємництва як виду господарської діяльності людей, правові основи ведення бізнесу в Україні, практико-орієнтовані алгоритми започаткування власної справи та функціонування суб'єктів підприємництва, передусім фізичних осіб-підприємців. Матеріал посібника адаптовано до умов господарювання сучасної України. Посібник допоможе майбутнім підприємцям оволодіти таємницями підприємництва, знайти свій шлях до успіху, впевненіше вести власну справу.

Навчальний посібник розроблений в межах Програми ООН із відновлення та розбудови миру за фінансової підтримки Європейського Союзу.

Програму ООН із відновлення та розбудови миру реалізують чотири агентства ООН: Програма розвитку ООН (ПРООН), Структура ООН з питань гендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок (ООН Жінки), Фонд ООН у галузі народонаселення (UNFPA) і Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО).

Програму підтримують дванадцять міжнародних партнерів: Європейський Союз (ЄС), Європейський інвестиційний банк (ЄІБ), Посольство США в Україні, а також уряди Данії, Канади, Нідерландів, Німеччини, Норвегії, Польщі, Швейцарії, Швеції та Японії.



Зміст

Передмова	4
.....	
Тема 1. Загальна характеристика підприємницької діяльності	6
.....	
Тема 2. Підприємець та його ділові якості	13
.....	
Тема 3. Правові засади підприємницької діяльності в Україні	20
.....	
Тема 4. Підготовка до початку бізнесу	27
.....	
Тема 5. Реєстрація підприємницької діяльності	54
.....	
Тема 6. Організація виробництва товару/послуги	69
.....	
Тема 7. Ціноутворення	84
.....	
Тема 8. Основи обліку. Податки	91
.....	
Тема 9. Етика бізнесу	95
.....	
Додатки	98



Передмова

Сьогодні для більшості людей є зрозумілим, що без цивілізованого підприємництва Україні, як і іншим країнам пострадянського простору, не створити потужної економіки, не вийти на світові ринки товарів і послуг рівноправним суб'єктом міжнародного поділу праці.

Ще декілька десятиліть тому людей з діловою «жилкою» вважали непорядними, тому і ставилися до них здебільшого негативно. Тим часом на Заході проблема підприємництва вже на рубежі XVII—XVIII століть розглядалася багатьма вченими як досить актуальна. Зокрема англійський економіст Річард Кантільон, що глибоко досліджував феномен підприємництва, підприємцями назвав людей, що на свій страх і ризик прямують до ринкового обміну з метою отримання прибутку. Прибуток – ось головний стимул підприємницької діяльності. Безумовно, прибуток – не тільки ознака успіху, але і матеріальна основа збільшення капіталу, розширення підприємницької діяльності. Але існують також інші, не менш важливі для підприємця стимули, крім отримання прибутку. Серед них – самоствердження особистості, можливість реалізувати свої здібності. Йдеться про реалізацію не тільки особистих прагнень. Сьогодні розуміння ролі підприємця нерозривно пов'язане із суспільними цілями, тому що в основі діяльності сучасної фірми лежить концепція суспільного призначення.

Для багатьох громадян України підприємництво стає основним видом трудової діяльності. Особливо відчуває потяг до ведення власного бізнесу молоде покоління. Молодим людям може здаватися, що стати успішним підприємцем без знань і спеціальної підготовки не складно. Проте основні знання та навички потрібні як тим, хто має власний бізнес, так і тим, хто наймається на роботу, хто продає товар, і хто його купує.

Цей навчальний посібник не вчить, як стати мільйонером, не дає готових рецептів успішних бізнес-проектів. Головна ідея посібника – в обґрунтуванні основних кроків майбутнього підприємця від генерування ідеї бізнесу до його започаткування та ведення.

Навчальний матеріал у посібнику поділено на дев'ять тем. У кожній темі виокремлено змістові блоки. Упродовж однієї академічної години можна вивчати один або кілька блоків, зважаючи на темп і методику роботи.

Навчальний матеріал, позначений «зірочкою» (наприклад, 1.2.*), можна вивчати за умови, коли на весь курс «Основи підприємництва» відведено 45 годин, або скерувати на самостійне опрацювання.

До теоретичного навчального матеріалу додано приклади, які допоможуть глибше осягнути основні поняття, закономірності тощо. Приклади позначено так:

Наприклад, у місті N більш охоче купують випічку з дріжджевого тіста, ніж з листового, а попит на стрижку в кілька разів перевищує попит на фарбування волосся.

Запитання, завдання до окремих змістових блоків наведено синім шрифтом з позначкою. Зразок:



Виберіть, скориставшись смартфоном (комп'ютером), аналогічні зразки вітчизняних та імпортованих інструментів для технологічного процесу у своїй галузі.

Витяги з законів України позначено так:

ГОСПОДАРСЬКИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ

Стаття 42. Підприємництво як вид господарської діяльності

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

Завдання для досліджень, передбачених навчальною програмою, мають таку позначку:



Дослідження

Підготуйте інформацію про малі підприємства у вашій місцевості та вироблені ними товари чи послуги.

Кожну практичну роботу виділено затонованим прямокутником:

ПРАКТИЧНА РОБОТА №...

Упродовж всього періоду вивчення курсу «Основи підприємництва», можна поетапно розробити проєкт власного бізнесу, підготуватися до його започаткування. На кожному етапі зазначено необхідні дії (кроки), що стануть практичним досвідом розроблення бізнес-плану та його успішної презентації на заліку.

Зразок:

I ЕТАП:

Успіху вам у навчанні й бізнесі!



ТЕМА 1

Загальна характеристика підприємницької діяльності

1.1

СУТНІСТЬ, ОЗНАКИ, ФУНКЦІЇ ТА ПРИНЦИПИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Досвід і сучасні тенденції розвитку економіки у світі та в Україні доводять, що без ініціативних, ділових людей, без розвитку різних форм підприємницької діяльності прогрес неможливий. Підприємницька діяльність – особливий вид господарської діяльності людей.

ГОСПОДАРСЬКИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ

Стаття 3. Господарська діяльність та господарські відносини

1. Під господарською діяльністю у цьому Кодексі розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.
2. Господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є підприємництвом, а суб'єкти підприємництва – підприємцями. Господарська діяльність може здійснюватись і без мети одержання прибутку (некомерційна господарська діяльність).

Отже, **підприємництво** – це господарська діяльність з метою досягнення економічних і соціальних результатів та отримання прибутку.

Подібний зміст має поняття «**бізнес**» – **справа, заняття, економічна діяльність, спрямована на отримання прибутку**. В Україні поняття «бізнес» і «підприємництво» сприймаються як слова-синоніми. Проте поняття «бізнес» ширше за змістом, оскільки до бізнесу належить здійснення будь-яких одноразових комерційних угод в будь-якій сфері діяльності, які направлені на одержання доходу. Суб'єкта в бізнесі називають бізнесменом або комерсантом.

ГОСПОДАРСЬКИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ

Стаття 42. Підприємництво як вид господарської діяльності

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



Проаналізуйте зміст статті 42 ГКУ та виокремте ознаки підприємницької діяльності. Поміркуйте над сутністю кожної ознаки.

Отже, бажання отримати прибуток – основна рушійна сила виробництва в системі вільного підприємництва. Підприємництво здійснюється на постійній основі (систематична діяльність), а не на основі разових угод. Крім цього, важливими рисами підприємництва є діяльність «своїм коштом» (на основі приватної власності), з власної ініціативи, на власний ризик. Підприємництво є складовою бізнесу як особлива, інноваційна його форма.

Сутність підприємництва повніше розкривається через його функції (роль у суспільстві) – творчу, ресурсну, організаційну, мотиваційну, соціальну:

- **творча** (інноваційна) функція полягає в тому, що підприємці реалізують нові ідеї, упроваджують наукові розробки, пов'язані з господарським ризиком;
- **ресурсна** функція передбачає, що підприємці націлені найефективніше використовувати задіяні в бізнесі ресурси – матеріальні, трудові, фінансові, інтелектуальні, інформаційні тощо;
- **організаційна** функція полягає в організації виробництва та збуту товарів або послуг;
- **стимулююча** функція полягає у формуванні механізму, що мотивує і ефективно використовувати ресурси, і максимально задовольняти потреби споживачів;
- **соціальна** функція передбачає вироблення товарів і послуг, необхідних суспільству;
- **особистісна** функція зводиться до самореалізації підприємця, отримання задоволення від своєї діяльності.



Поміркуйте, чи існує певна послідовність функцій підприємництва за їхньою важливістю. Яка функція, на вашу думку, є першою (найважливішою)? Чому?

У процесі своєї діяльності підприємець повинен передбачати можливість отримання збитків замість прибутку і навіть банкрутство. Повністю запобігти ризику неможливо, тому що складно прогнозувати розвиток подій на товарних ринках або дії фірм-партнерів, конкурентів чи покупців. Отже, підприємництво – це тип господарської поведінки, пов'язаний з ризиком неотримання прибутку та соціального ефекту.



Прокоментуйте один з результатів опитування суб'єктів малого бізнесу у Великій Британії: «81% підприємців головним стимулом своєї підприємницької діяльності вважає не збагачення, а можливість відчувати себе незалежним, отримувати задоволення від власної праці».

Принципи підприємництва – це правила, через які реалізується свобода підприємницької діяльності. З визначення поняття «підприємництво» та особливостей підприємницької діяльності можна сформулювати такі основні її принципи:

- вільний вибір підприємцем видів підприємницької діяльності;
- самостійне формування підприємцем програми своєї діяльності, переліку поставальників і споживачів своєї продукції, джерел залучення ресурсів тощо;
- самостійне встановлення цін на продукцію (товари, послуги) відповідно до законодавства країни;
- вільний найм підприємцем працівників;
- комерційний розрахунок та власний комерційний ризик;
- вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом.

1.2*

ПЕРЕДУМОВИ ЗДІЙСНЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Підприємництво розвивається у певному соціально-економічному та історичному середовищі, для його становлення та розвитку необхідні економічні, політичні, юридичні, психологічні передумови.

Основною **економічною передумовою** є розмаїття форм власності (на ринку діють приватні, державні, кооперативні, колективні власники), а рішення з ведення бізнесу, пошуку партнерів, використання ресурсів приймаються власниками на свій ризик. В Україні такі економічні передумови виникли у зв'язку з проведенням приватизації, демонополізації господарської діяльності. Ще одна умова – існування ринкової інфраструктури (банки, кредитні спілки, біржі, транспортна система тощо).

Політичні передумови – це створення сприятливого політичного клімату для підприємництва: захист з боку влади всіх форм власності; ефективна податкова, кредитна, митна та інша політика.

Юридичні передумови ґрунтуються на законодавстві, нормативних актах країни, які однакові для всіх учасників ринку (однакові «правила гри»).

Психологічні передумови проявляються у створенні позитивного ставлення членів суспільства до підприємництва.

Перелічені умови підприємницької діяльності передбачені Конституцією України, Господарським кодексом України та низкою законів.

Для розвитку підприємницької діяльності дуже важливо, щоби держава не втручалася безпосередньо у діяльність підприємця, а лише здійснювала економічне регулювання через систему законодавства, фінансово-кредитні механізми. На жаль, в Україні життя кількох поколінь проходило в умовах негативного ставлення до підприємництва, що істотно впливало на його становлення.

1.3

СУБ'ЄКТИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Суб'єкти підприємницької діяльності в Україні визначені Господарським кодексом (стаття 55).

Основним діючим елементом у підприємстві є підприємець – суб'єкт, що знаходить і розвиває нові види економічної діяльності, методи виробництва, нові сфери застосування капіталу.

Суб'єктами підприємницької діяльності в Україні можуть бути громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці. Іноземці та особи без громадянства при здійсненні господарської діяльності в Україні користуються такими самими правами та мають такі самі обов'язки, як і громадяни України.

Громадянин може здійснювати підприємницьку діяльність безпосередньо як підприємець або через приватне підприємство, що ним створюється; самостійно або спільно з іншими особами.

Здійснення підприємницької діяльності забороняється органам державної влади та органам місцевого самоврядування. Існують також обмеження щодо здійснення фізичними особами права на підприємницьку діяльність. Вона обмежується законом щодо депутатів, посадових і службових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування. До того ж, забороняється займатися підприємницькою діяльністю військовослужбовцям, службовим особам органів внутрішніх справ, прокуратури, суду, органів державної безпеки України тощо.



Поміркуйте:

Чи є суб'єктом підприємницької діяльності жителька села, яка кілька разів улітку продає на ринку в місті ягоди зі свого саду?

Чому ваш навчальний заклад не є суб'єктом підприємницької діяльності?

1.4

ВИДИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Підприємницька діяльність різноманітна, як і людські потреби. Всі численні прояви підприємництва можна згрупувати таким чином: виробниче підприємництво, комерційне підприємництво, посередницьке підприємництво, фінансове підприємництво (в тому числі страхове підприємництво).

Виробниче підприємництво – це будь-яка матеріальна, інтелектуальна, творча діяльність, яка пов'язана з виробництвом продукції, наданням послуг, створенням певних духовних цінностей. Виробниче підприємництво належить до найбільш суспільно необхідних і водночас найскладніших видів бізнесу. Воно не приносить прибуток так швидко, як інші види бізнесу, його прибутковість зазвичай становить лише 10-12%. У зв'язку з цим воно не є аж надто привабливим для започаткування підприємницької діяльності.



Пригадайте з уроків географії види виробничих підприємств та чинники їх розташування (вугільна шахта, гірничозбагачувальна фабрика, атомна електростанція, металургійний комбінат, цукровий завод тощо).

Комерційне підприємництво – діяльність, пов'язана з операціями та угодами з купівлі-продажу товарів і послуг. В цьому бізнесі підприємець виступає в ролі торговця, комерсанта, який купує товари для подальшого перепродажу. Товар закупається за оптовими (гуртовими) цінами, а продається – за вищими, договірними. Завдяки різниці цін підприємець створює для себе прибуток і покриває витрати, пов'язані з реалізацією товару. Комерційне підприємництво отримало найбільший розвиток в Україні (як і в інших постсоціалістичних країнах) у перші роки переходу до ринку, тому що вкладений капітал повертається швидше і цей вид підприємництва характеризується відносно високою прибутковістю (20–30% і навіть більше).



Поміркуйте, чому охочих продавати хліб більше, ніж тих, хто його випікає?

Фінансове підприємництво – це особливий вид комерційної діяльності, пов'язаний з купівлею-продажем національної та іноземної валют, цінних паперів, а також із обслуговуванням розрахункових операцій. Підприємець купує ці фінансові ресурси у їх власників, а потім з вигодою для себе перепродає покупцям або дає в борг за певну плату. Різниця між цінами купівлі та продажу грошових ресурсів становить маржу фінансового підприємця. З цієї різниці покриваються витрати та формується прибуток.



Поміркуйте, чому в селі є кілька магазинів і кіосків, але може не бути відділення банку чи пункту обміну валют.

У XXI ст. в Україні набуває популярності соціальне підприємництво, націлене на пом'якшення або розв'язання соціальних проблем. Основні характеристики такої діяльності: позитивні соціальні результати, інноваційність, самоокуповування та фінансова стійкість (здатність розв'язувати соціальні проблеми до тих пір, поки це необхідно, але завдяки доходам від власної підприємницької діяльності).

Соціально-орієнтовані підприємства пропонують можливості для створення робочих місць, нових форм підприємництва та зайнятості, допомагають подолати соціальну ізоляцію людям з обмеженими фізичними та психічними можливостями, тим, хто був безробітним протягом тривалого часу, представникам груп ризику. Соціальне підприємництво сприяє розвитку широкого спектра соціальних послуг, необхідних суспільству, але якими не прагне займатися звичайний бізнес (малоприбуткові, неprestижні або потребують спеціальної професійної підготовки).

У межах проєкту «Соціальне підприємництво в Україні: досягнення соціальних змін за ініціативою знизу», що реалізується за підтримки Європейського Союзу (2019 р.), було розроблено Зелену книгу з соціального підприємництва. «Це комплексний документ, який описує феномен вітчизняного соціального бізнесу, – зазначає автор документа, виконавчий директор Інституту інклюзивного розвитку Валерій Кокоть. – Саме він має стати підґрунтям для розроблення подальшої політики розвитку соціального підприємництва, яку в ЄС називають Білою книгою». (<https://socialbusiness.in.ua/>).

1.5

РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Підприємництво, будучи одним із різновидів творчої, пошукової, ризикової соціальної діяльності, у більшості країн світу з ринковою економікою вважається одним із найprestижніших занять. Адже саме цей вид діяльності у відповідних умовах найкращим чином виявляє людську суть, допомагає проявитися працівнику як особистості. Здійснюючи самостійну підприємницьку діяльність, працівник зростає як у професійному плані, так і в інтелектуальному. І це має цілком реальні позитивні наслідки для всього суспільства. Історія доводить, що підняти економіку та інші сфери буття до високого рівня розвитку можливо переважно шляхом демонстрації членами цього суспільства їх господарської ініціативи.

З метою забезпечення зростання добробуту народу в країні, потрібно створити ефективну економіку, а ефективна економіка неможлива без підприємця. Що більше в країні реалізованих підприємців, то вища конкуренція, задоволені споживачі, швидший прогрес. Тоді країна нагадує тренований організм спортсмена, готовий підкорювати нові рекорди. Що менше підприємців, то слабший розвиток, а країна нагадує статичне болото.

Найкращий показник для аналізу підприємництва – кількість активних виробників товарів і послуг. Вона показує, наскільки взагалі підприємницький хист поширений і реалізований у країні. Її динаміка допомагає зрозуміти, розвивається держава чи занепадає, а також вказує на те, наскільки вагомими перешкодами доводиться долати підприємцеві, щоб реалізувати свої проєкти.

Високий рівень підприємницької активності призводить не лише до зростання валового внутрішнього продукту (ВВП), створення робочих місць, збільшення рівня податкових відрахувань, підвищення рівня життя мешканців країни. Він також породжує соціальні та ментальні зміни, формує середній клас, дозволяє людині відчути себе господарем своєї долі, перестати бути залежним від влади чи роботодавця.



Обговоріть у парах і проілюструйте на прикладах зміст тез:

- 1) «чим більше підприємців, тим вища конкуренція»;
- 2) «чим більше підприємців, тим більш задоволені споживачі»;
- 3) «чим більше підприємців, тим швидший прогрес технологій».

I ЕТАП:

**ПЕРЕКОНАЙТЕСЯ, ЩО ВИ ЗРОЗУМІЛИ СУТНІСТЬ
І РОЛЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА.**



ТЕМА 2

Підприємець та його ділові якості

2.1 ПОНЯТТЯ «ПІДПРИЄМЕЦЬ»

Поняття «підприємець» часто вживають як синонім таких понять, як «господар», «бізнесмен».



Пригадайте, як ви найчастіше називаєте власників бізнесу, які безпосередньо ведуть господарську діяльність – ремонтують взуття, печуть булочки, торгують на ринку тощо.

Людину, яка організувала свою справу та веде її, характеризують, використовуючи одне з цих понять. Однак ці поняття не тотожні.

Підприємець може бути власником використовуваних у бізнесі ресурсів, а може скористатися запозиченим капіталом, орендувати приміщення чи обладнання. Власник може отримувати дохід від власності та не бути підприємцем (наприклад, здавати в оренду землю, приміщення, техніку тощо). Менеджер не обов'язково виступає підприємцем (наприклад, директор заводу, менеджер супермаркету). Вживаючи поняття «бізнесмен», мають на увазі підприємця, комерсанта, людину, яка робить відповідну справу (бізнес).

Підприємець – суб'єкт, що поєднує в собі новаторські, комерційні та організаційні здібності для пошуку та розвитку нових видів, методів виробництва, нових сфер застосування капіталу.

2.2

СКЛАДНИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ХИСТУ

Для того, щоби отримувати прибуток, підприємець повинен придбати (купити чи орендувати) та поєднати необхідні фактори виробництва – приміщення, обладнання, матеріали, розробити ефективну технологію, найняти працівників, організувати виробництво та збут продукції (послуги). Кошти, що витрачаються на це, називають витратами. Реалізація продукту або послуги за певну ціну дасть змогу отримати вигоду від реалізації, або ж дохід. Різниця між вигодою від реалізації продукції та сумою витрат на її виробництво та реалізацію складає прибуток. Якщо витрати вищі за вигоду – підприємець має збитки. Отже, успіх бізнесової діяльності не гарантований.

Успішний підприємець вирізняється серед господарюючих суб'єктів тим, що

- виготовляє **новий** вид товару або створює нову якість певного товару;
- освоює **новий** ринок збуту;
- отримує **нове** джерело сировини чи напівфабрикатів;
- упроваджує **новий** метод чи технологію виробництва;
- може **оновити** весь бізнес (провести реорганізацію бізнесу).

Для такої діяльності підприємець повинен володіти відповідними якостями – волею, здатністю «пливти проти течії», впливати на інших результатами свого успіху, духовною свободою, цілеспрямованою витратою сил та енергії.

Отже,

ПІДПРИЄМЕЦЬ СПРОМОЖНИЙ І ГОТОВИЙ

БРАТИ НА СЕБЕ ІНІЦІАТИВУ;

САМОСТІЙНО ПРИЙМАТИ ОСНОВНІ РІШЕННЯ;

ВПРОВАДЖУВАТИ НА КОМЕРЦІЙНІЙ ОСНОВІ НОВІ ПРОДУКТИ, НОВІ ВИРОБНИЧІ ТЕХНОЛОГІЇ АБО НАВІТЬ НОВІ ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ;

РИЗИКУВАТИ НЕ ЛИШЕ СВОЇМ ЧАСОМ, ПРАЦЕЮ ТА ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ, АЛЕ ТАКОЖ ВКЛАДЕНИМИ ЗАСОБАМИ.

Які якості необхідні людині для започаткування та ведення власної справи?

Необхідно мати:

- здібності: підприємницькі, організаційні;
- досвід: у певній сфері діяльності, спілкування;
- знання: економічні, юридичні, з менеджменту, маркетингу, психології;
- індивідуальні риси: відповідальність, цілеспрямованість, ініціативність, наполегливість, працездатність, дисциплінованість;
- здоров'я.

Потрібно бути:

- рішучим,
- відданим своєму бізнесу,
- самостійним у прийнятті та реалізації рішень.

Слід думати:

- стратегічно, системно, логічно, оперативно.

Безумовно дотримуватися:

- законів, рішень уряду та органів місцевої влади.



Поміркуйте над змістом понять «відповідальність», «рішучість», «цілеспрямованість», «наполегливість», «працездатність». Наведіть приклади ситуацій, у яких проявлялися ці риси.

За статистикою лише 5-10% дорослого населення має підприємницький хист. Проте підприємці кажуть: *«Підприємницький хист – це здебільшого талант, помножений на наполегливу працю та достатні знання»*. Деякі необхідні якості підприємця – природжені властивості людей, інші – результат розвитку природних здібностей, навчання та практичного досвіду.

Якщо вирішено започаткувати підприємницьку діяльність, необхідно вчитися **знаходити, накопичувати й аналізувати інформацію про:**

- ринок свого товару чи послуги (споживачів, конкурентів);
- сучасні технології виробництва товару чи послуги;
- постачальників ресурсів (сировини чи напівфабрикатів, енергоносіїв, інструментів, обладнання тощо);
- методи управління таким бізнесом;
- організаційну структуру подібного бізнесу;
- структуру персоналу і способи мотивації до праці;
- систему відносин свого бізнесу зі споживачами товару (замовниками), конкурентами на ринку сировини, енергетичних ресурсів, банками, підприємствами, фірмами, інспекціями (податковою, охорони праці, екологічною, санітарною, пожежною, митною, профспілковою), громадськими організаціями.

Разом з тим важливо постійно оцінювати та **удосконалювати уміння:**

- ставити реальні цілі та завдання;
- аналізувати ситуації;
- планувати, передбачати;
- ризикувати;
- приймати рішення;
- співпрацювати, керувати;
- йти на компроміс.

За результатами досліджень характеру підприємців, визначено риси **успішного** підприємця:

- готовий не раз долати перешкоди, змінювати свою лінію поведінки заради досягнення мети;
- знаходить способи, як виробляти краще, швидше та дешевше;
- береться за справу разом зі своїми працівниками або замість них;
- ясно формулює ціль (цілі), бачить перспективу;
- прагне володіти інформацією (щодо покупців, постачальників, конкурентів);
- планує та спостерігає за показниками своєї підприємницької діяльності, аналізує їх і використовує для прийняття рішень;
- спроможний переконувати, встановлювати ділові та особисті зв'язки;
- самовпевнений (прагне незалежності, вірить у свою здатність розв'язувати ладні завдання).

Неупереджено міркуючи над цими рисами, можна оцінити свої можливості та намітити план роботи над собою.

Діагностувати свої здібності до підприємницької діяльності можна за опитувальниками, тестами (потрібно зважати на те, що їх розроблено для тестування дорослих людей із практичним досвідом роботи в певній галузі). Приклади таких тестів – за посиланнями:

https://www.bbc.com/ukrainian/business/2015/08/150813_quiz_entrepreneur_it
<http://profi.dcz.gov.ua/tests/>



Дослідження:

Використовуючи наведену таблицю (Додаток 1), поставте позначки (+) щодо ступеня прояву у вас рис підприємця. Підсумуйте кількість набраних балів. Оцініть власний підприємницький хист. Зробіть висновки.

2.3

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ЧИ РОБОТА ЗА НАЙМОМ?

Підприємницькі здібності проявляються в повсякденному житті людини, але не завжди спонукають її започаткувати свій бізнес. Отримавши певну спеціальність, можна стати успішним працівником на державному чи приватному підприємстві.

На питання «Що краще: найм чи свій бізнес?» однозначної відповіді немає, адже найманий співробітник та власник бізнесу – це зовсім різні ролі.

Підприємництво має головний плюс – більше можливостей реалізувати свої ідеї, амбіції, розпоряджатися бізнесом (управляти, розвивати, залучати нових партнерів, продати бізнес), своїм часом. Важливо відчувати насолоду від успіху власного бізнесу.

Але до переваг додаються підприємницький ризик, відповідальність, в тому числі за своєчасну виплату заробітної плати найнятим працівникам, погашення кредиту, сплату податків. Отримані досягнення можуть не збігатися з амбіціями: підприємці зазвичай обмежені коштами, іноді справа може рухатися не так швидко, якби того хотілось її власнику. А ще – постійна залученість та робота 24 години на добу незалежно від дня тижня, особливо на етапі становлення бізнесу.

Робота за наймом має свої переваги (дзеркально-протилежні) – відсутність підприємницьких ризиків, захищеність з боку Трудового кодексу, можливість вибору та відчуття свободи на ринку праці незалежно від стартових фінансових можливостей, заробітна плата (може бути більшою, ніж прибуток від підприємницької діяльності). Щодо мінусів – це питання особистих амбіцій, готовності опинитися в зоні ризику, якщо підприємство закривається, змінюються профіль, власники чи менеджери.

Важливо чесно відповісти собі на питання: чи легко мені перебувати в стані, коли я не можу впливати на процеси виробництва, стосунки в колективі тощо. Якщо так, то краще залишатись найманим працівником. Проте люди з тією самою «підприємницькою жилкою» так не можуть.



Дослідження:

Поспілкуйтеся з людиною, яка стала висококваліфікованим спеціалістом за вашим фахом і працює за наймом: дізнайтеся, чи були бажання, спроби започаткувати власний бізнес? Якщо так, то що завадило стати підприємцем?

2.4

ОСВІТА ПІДПРИЄМЦЯ

Необхідність розвивати бізнес та витримувати конкуренцію спонукає підприємців отримувати нові знання, наймати консультантів, використовувати досвід успішних бізнесменів і ділитися власним.

Для початківця важливо отримати відповіді на питання: як заснувати бізнес, прорахувати витрати, правильно вести облік і звітність, скласти фінансовий план, отримати фінансування на розвиток бізнес-ідеї, просувати свій продукт, управляти працівниками тощо. Крім даного стартового навчального посібника існують інші освітні ресурси, якими можна скористатися для розвитку власного бізнесу.

Розвиток бізнес-освіти в Україні досягнув рівня, що відповідає світовим стандартам у цій сфері. Цей позитивний тренд змінює бізнес-середовище. Бізнес-освіта ніби розкриває очі на можливості та перспективи тут і зараз, допомагає розвиватися тим, хто не хоче чекати, коли хтось абстрактний щось змінюватиме, а самі розпочинають ці зміни. Українці готові створювати та навчатись якісно новим підходам до ведення бізнесу, в основі яких лежить не лише значення грошей, але й цінності, місія. Саме тому з'являється багато доступних програм для підприємців.

Сучасна освіта для підприємців може бути платною і безплатною (завдяки численним освітнім програмам за підтримки міжнародних організацій). Бізнесменам-початківцям краще починати з можливостей, доступних безкоштовно.

Наприклад, Програма ООН із відновлення та розбудови миру підтримала 650 бізнес-стартапів, 8300 підприємців (56,2 % з яких – жінки) здобули нові знання та навички з управління бізнесом, маркетингу тощо. Для тих, хто має власний бізнес чи тільки-но планує його розпочати, але час від часу відчуває труднощі, за Програмою ООН із відновлення та розбудови миру проводять серії безкоштовних тренінгів з розвитку підприємницьких компетентностей. Для участі в таких семінарах достатньо попередньо зареєструватися.

Використовуючи інтернет-ресурс, можна пройти навчання в зручний час за програмою, яка відповідає конкретним потребам. Приклади:

- «Національна онлайн-школа для підприємців» на онлайн-платформі «Дія.Бізнес» (<https://business.dii.gov.ua/school/>);
- «Школа малого та середнього підприємництва (Школа МСП)» – проєкт фонду Василя Хмельницького K.Fund <https://kfund.ua/uk/projects/shkola-malogo-i-serednogo-pidpriyemnitstva/>
- «Почати бізнес. Навчальна платформа для підприємців» – проєкт реалізується у межах Програми ООН із відновлення та розбудови миру за фінансової підтримки уряду Польщі (<https://startbusiness.com.ua>).



Знайдіть в Інтернеті інформацію про онлайн-школи та тренінги для підприємців, дізнайтеся про умови навчання, оцініть зручність користування цими освітніми ресурсами.

Може стати в пригоді освітня платформа Державної служби зайнятості (<https://skills.dcz.gov.ua/about-us/>). У своїй місцевості доцільно використати для здобуття знань і навичок в галузі підприємництва послуги районного, міського чи обласного центру зайнятості.

Відповідно до статті 22 Закону України «Про загальнообов’язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття», безробітним, яким виповнилося 18 років та які не можуть бути працевлаштовані за сприяння служби зайнятості протягом одного місяця у зв’язку з відсутністю на ринку праці підходящої роботи, за їх бажанням допомога по безробіттю може виплачуватись одноразово для організації підприємницької діяльності.

Служби зайнятості проводять інформаційні семінари з підприємницької діяльності, залучають безробітних, які зацікавились можливістю організації підприємницької діяльності, до консультаційного семінару з основ підприємництва та (або) до професійного навчання з основ підприємницької діяльності; розроблення бізнес-плану (розроблення бізнес-плану безробітним може здійснюватись як у процесі професійного навчання, так і самостійно).



Установіть адресу (місце розташування) районного, міського чи обласного центру зайнятості. Дізнайтеся про теми семінарів з підприємницької діяльності, правила доступу.

Знання і досвід продукують провідні компанії в Україні в рамках соціальних проєктів.

Приклад:

«Корпоративний Тиждень Знань» з майстер-класами, бізнес-іграми та іншими розвивальними заходами щороку проводить «Університет АрселорМіттал в Україні». Їхній слоган – «Навчання завдовжки в життя», а основний напрямок – навички та компетенції, необхідні в майбутньому. Участь у тижні знань є безкоштовною (попередня реєстрація обов'язкова).

II ЕТАП:

**ОЦІНІТЬ СВІЙ ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ХИСТ,
ВИЗНАЧТЕ НАПРЯМКИ РОБОТИ НАД УДОСКОНАЛЕННЯМ
СВОЇХ ЗДІБНОСТЕЙ ДО СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ.**



ТЕМА 3

Правові засади підприємницької діяльності в Україні

3.1

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Планування власного бізнесу спонукає шукати відповіді на низку питань: хто має право займатися підприємницькою діяльністю; які види економічної діяльності дозволені в Україні; як зареєструвати (узаконити) свою діяльність; як оподатковується дохід або прибуток підприємця тощо.

Відповіді на такі питання потрібно шукати передусім у **Господарському кодексі України**, який почав діяти з 01.01.2004 року (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>).

Податковий кодекс України регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема визначає перелік податків та зборів, платників, їх права та обов'язки, відповідальність за порушення податкового законодавства тощо (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>).



Знайдіть в Інтернеті Господарський і Податковий кодекси України, ознайомтесь з обсягом цих документів, особливостями пошуку необхідної інформації.

Кодекс законів про працю України регулює трудові відносини всіх працівників (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>). Ним визначено правові основи найму працівників підприємцем (укладання трудового договору, робочий час, нормування та оплату праці тощо).

Законом «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» визначено умови, механізми надання фінансової, інформаційної, консультаційної державної підтримки цим суб'єктам господарювання (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>).

Правові основи організації та функціонування підприємницьких структур, державного регулювання підприємництва висвітлено в законах України, постановах Верховної Ради та Кабінету Міністрів України, указах Президента України, наказах міністерств і відомств, розпорядженнях голів держадміністрацій та інших нормативних актах з цих питань.

3.2

ПІДПРИЄМСТВО ЯК ЮРИДИЧНА ОСОБА У ПРАВОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ УКРАЇНИ

Для здійснення підприємницької діяльності, а також для провадження некомерційної господарської діяльності може бути створене підприємство, яке є **юридичною особою**.

ГОСПОДАРСЬКИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ

Стаття 62. Підприємство як організаційна форма господарювання.

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 в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами.



За змістом статті 62 ГКУ виокремте основні риси підприємства як форми господарювання.

Підприємство діє на основі статуту, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків та може мати печатки.

Підприємство може складатися з виробничих структурних підрозділів (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також функціональних структурних підрозділів апарату управління (управління, відділів, бюро, служб тощо). Приклад структури підприємства, що виробляє промислове устаткування, показано на схемі:

ВИРОБНИЧІ ПІДРОЗДІЛИ ПІДПРИЄМСТВА	<ul style="list-style-type: none"> • основні цехи: заготівельний, обробний, складальний; • допоміжні виробництва: ремонтне, енергетичне, утилізація; • обслуговувальні підрозділи: транспортний, складський
ПІДРОЗДІЛИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	<ul style="list-style-type: none"> • технічний відділ; • економічний відділ; • відділ маркетингу; • відділ кадрів
ПІДРОЗДІЛИ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА	<ul style="list-style-type: none"> • медпункт; • їдальня, буфет; • профілакторій; • дитячий садок; • спортзал



Дізнайтесь про виробничі та обслуговні підрозділи підприємства, на якому працюють фахівці вашого профілю.

Залежно від форм власності, передбачених законом, в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- **приватне підприємство** (діє на основі приватної власності одного чи кількох громадян, іноземців, юридичної особи);
- **підприємство колективної власності** (діє на основі колективної власності);
- **комунальне підприємство** (діє на основі комунальної власності територіальної громади);
- **державне підприємство** (діє на основі державної власності);
- **підприємство, засноване на змішаній формі власності** (на базі об'єднання майна різних форм власності).

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

Наприклад, якщо в статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як 10%, воно є **підприємством з іноземними інвестиціями**. Підприємство, в статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить 100%, вважається **іноземним підприємством**.



Наведіть приклади підприємств різних форм власності, товари та послуги яких пропонують у вашому регіоні (наприклад, державне – «Укрзалізниця», комунальне – «Краматорська тепломережа», приватне – Інтернет-магазин «FISHKA.lg.ua»).

Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного капіталу в Україні діють підприємства унітарні та корпоративні.

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне майно, формує відповідно до закону статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи. Засновник безпосередньо або через керівника, який ним призначається, керує підприємством і формує його трудовий колектив, розв'язує питання реорганізації підприємства. Унітарними можуть бути державні, комунальні, приватні підприємства.

Корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами. На основі корпоративних прав засновники беруть участь у розподілі доходів та ризиків підприємства.

Підприємства, залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік, можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва.



Дослідження:

Підготуйте інформацію про мікропідприємства, малі підприємства у вашій місцевості та вироблені ними товари чи послуги. Чи є у вашій місцевості мале підприємство, продукція якого відома в інших регіонах України?

ПРАКТИЧНА РОБОТА № 1

«Аналіз витягів із законів України, які регулюють підприємницьку діяльність».

Знайдіть на інтернет-ресурсах закони, що містять інформацію щодо суб'єктів малого та великого підприємництва. Порівняйте характеристики мікро-, малих, середніх і великих підприємств, показники занесіть у таблицю.

	Середня кількість працівників, осіб	Річний дохід, євро/гривні
мікропідприємства		
малі підприємства		
середні підприємства		
великі підприємства		

3.3**ФІЗИЧНА ОСОБА-ПІДПРИЄМЕЦЬ
В ЕКОНОМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ УКРАЇНИ**

Громадянин України визнається суб'єктом господарювання у разі здійснення ним підприємницької діяльності за умови державної реєстрації його як підприємця без статусу юридичної особи. Підприємницьку діяльність можна здійснювати із залученням або без залучення найманої праці.

Фізична особа-підприємець (ФОП) – це громадянин, який займається підприємницькою діяльністю, зареєстрований у державних органах і сплачує відповідні податки.

Відповідно до чинного законодавства, місцеві органи влади мають дати йому дозвіл для заняття певним бізнесом. Згідно з новим Цивільним кодексом України (ЦКУ), формально з **14 років** можна заснувати фірму, а з **16 років** – реєструватися підприємцем.

Не допускаються до заняття підприємницькою діяльністю такі категорії громадян: військовослужбовці, службові особи органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного нотаріату, а також органів державної влади та управління, які покликані здійснювати контроль за діяльністю підприємств. Не можуть бути зареєстровані як підприємці особи, які мають непогашену судимість за крадіжку, хабарі та інші корисливі злочини, а також – неієздатні громадяни. Підприємницька діяльність посадових осіб органів влади обмежується конституцією України (стаття 69).

Переваги ФОП: легко зареєструвати та вести облік (бухгалтерію), просто отримувати прибуток (всі кошти, які надходять на рахунок фізичної особи-підприємця, він може знімати, і не потрібно за них звітувати, головне – своєчасно сплачувати податки та подавати звітність). Офіс необов'язковий, тому що ФОП реєструють за місцем реєстрації фізичної особи.

Основний недолік ФОП – ризик власним майном, але якщо вести діяльність у правовому полі, на таку ситуацію можна ніколи не натрапити. Слід зазначити, що не всі підприємства хочуть працювати з ФОП, особливо якщо це великі компанії.

Перш ніж реєструвати статус підприємця, потрібно визначитися з тим, яку групу фізичних осіб-підприємців як платників єдиного податку обрати.

Фізичні особи-підприємці I групи можуть торгувати на ринку, надавати побутові послуги населенню (виготовляти за індивідуальним замовленням, надавати послуги з ремонту, реставрації, технічного обслуговування, прання, чищення, фарбування, виконання фоторобіт, виробки хутра, прибирання приміщень, перукарські, ритуальні послуги, послуги, пов'язані з сільським і лісовим господарством). Передбачено, що підприємець виконує всю роботу самостійно, без найнятих працівників. Встановлено максимальний дохід 1000000 грн за рік (з квітня 2020 р.).

Фізичні особи-підприємці II групи можуть надавати послуги як населенню, так і платникам єдиного податку; виробляти та продавати товари (в торговельній точці, в Інтернеті), торгувати пивом, вести ресторанний бізнес, працювати на фрілансі. ФОПам цієї групи дозволено наймати в штат до 10 співробітників (за необхідності можна найняти більше працівників і оформити за угодою аутстафінгу). Максимально допустимий дохід за рік не може перевищувати 5000000 грн (з квітня 2020 р.).

Фізичні особи-підприємці III групи можуть вести будь-яку діяльність, крім тих, які заборонені для підприємців на єдиному податку. Для ФОПів цієї групи немає обмежень щодо кількості співробітників. Максимально допустимий дохід за рік становить 7 000 000 грн (з квітня 2020 р.).

До **IV групи** відносять сільськогосподарських товаровиробників, зокрема фізичних осіб-підприємців (ФОП), які провадять діяльність винятково в межах фермерського господарства, зареєстрованого відповідно до Закону України «Про фермерське господарство». Для застосування ФОП-фермером IV групи єдиного податку необхідно дотримуватись таких вимог: здійснювати винятково вирощування, відгодовування сільськогосподарської продукції, збирання, вилов, переробку такої особисто вирощеної або відгодованої продукції та її продаж (частка сільськогосподарського товарного виробництва за попередній звітний рік дорівнює або перевищує 75%); не використовувати працю найманих осіб (лише членів сім'ї у визначенні Сімейного кодексу України); площа сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду у власності та/або користуванні членів фермерського господарства становить не менше 2 га, але не більше 20 гектарів.

ПРАКТИЧНА РОБОТА № 2

«Порівняння діяльності фізичних осіб-підприємців I, II і III груп».

На основі наведеної інформації заповніть таблицю.

	I група	II група	III група
Види діяльності			
Максимальна кількість найнятих працівників			
Максимально допустимий дохід за рік, грн			



Дослідження:

Підготуйте інформацію про товари та послуги, придбані у фізичних осіб-підприємців упродовж останніх кількох днів (тижнів).

3.4

ПРАВА, ОБОВ'ЯЗКИ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМЦЯ

В Україні для забезпечення свободи розвитку підприємництва, встановлення правових гарантій його функціонування законодавчо визначено права, обов'язки та відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності.

ПРАВА ПІДПРИЄМЦЯ	ОБОВ'ЯЗКИ ПІДПРИЄМЦЯ
<ul style="list-style-type: none"> створювати будь-які види підприємництва; купувати майно та набувати майнових прав; самостійно організовувати господарську діяльність, обирати постачальників, встановлювати ціни та тарифи; вільно розпоряджатися прибутком; укладати з громадянами трудові договори про використання їхньої праці; самостійно встановлювати форми, систему і розміри оплати праці; отримувати будь-який не обмежений за розмірами особистий дохід; брати участь у зовнішньоекономічних відносинах, здійснювати валютні операції; користуватися державною системою соціального забезпечення та соціального страхування. 	<ul style="list-style-type: none"> дотримуватися чинного законодавства; вести фінансовий облік; здійснювати обов'язкові платежі; укладати трудові договори з громадянами, яких прийнято на роботу за наймом; забезпечувати належні та безпечні умови праці, оплату праці, не нижчу від визначеної законом, та її своєчасне одержання працівниками, а також інші соціальні гарантії; дотримуватися прав споживачів, щоб реалізувати їх законні інтереси, забезпечуючи надійну якість вироблених товарів (послуг); не завдавати шкоди довкіллю; отримувати ліцензію на діяльність у сферах, які підлягають ліцензуванню відповідно до чинного законодавства.



Ознайомтесь з основними правами й обов'язками підприємців.

Відповідальність – це правові та етичні відносини між підприємцями та суспільством (господарюючими суб'єктами, споживачами, найманими працівниками та ін.). Підприємець відповідає: за зобов'язаннями, пов'язаними з його діяльністю, усім своїм майном (за винятком того, на яке, відповідно до законодавчих актів, не може бути накладене стягнення); за охорону навколишнього середовища, дотримання техніки безпеки, охорони праці, виробничої гігієни та санітарії. За завдану шкоду та збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність.

3.5*

МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

За даними ООН, загалом на малих та середніх підприємствах задіяно 50% трудового населення світу та виробляється від 30 до 60% національного продукту, залежно від країни.

Малий бізнес – це не тільки збільшення ВВП країни, але також створення нових робочих місць, зниження рівня безробіття, збільшення податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів, формування здорового конкурентного середовища, швидке реагування на зміну потреб споживачів. Одночасно з розвитком малого бізнесу збільшуються доходи громадян і якість життя, зменшується їхня залежність від державних інституцій, формується середній клас.

В Україні малий та середній бізнес виробляє лише 15% ВВП, 16% експорту, а, проте, забезпечує 79% робочих місць (див. Додаток). В абсолютних показниках кількість суб'єктів малого підприємництва становить понад 1,85 млн, з них 1,5 млн – фізичні особи-підприємці. Серед усіх підприємств України малий та середній бізнес складає 99,8%. Кількісні характеристики підприємств та їх зміну відбито в матеріалах Держстату України (<http://www.ukrstat.gov.ua/>).

III ЕТАП:

- 1. ПЕРЕКОНАЙТЕСЯ, ЩО ВИ ЗРОЗУМІЛИ ВІДМІННІСТЬ МІЖ ПІДПРИЄМСТВОМ І ФІЗИЧНОЮ ОСОБОЮ-ПІДПРИЄМЦЕМ;**
- 2. ВИБЕРІТЬ НАЙПРОСТІШУ ФОРМУ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ЩО ДОЗВОЛЯЄ ВИРОБЛЯТИ ТОВАРИ ЧИ НАДАВАТИ ПОСЛУГИ ВІДПОВІДНО ДО ВАШОГО ФАХУ, ОБҐРУНТУЙТЕ СВІЙ ВИБІР.**



ТЕМА 4

Підготовка до початку бізнесу

Перший крок до започаткування власного бізнесу вже зроблено: стали зрозумілими основні поняття, протестовано підприємницькі здібності, отримано початковий досвід роботи з нормативними документами, які регулюють підприємницьку діяльність.

Наступний етап – короткий курс теоретичної підготовки, який сприятиме формуванню навичок аналізувати інформацію щодо особливостей і закономірностей поведінки покупців і виробників товару, визначати собівартість і ціну товару чи послуги, оцінювати конкуренцію, просувати продукт на ринку тощо. Ці знання необхідні для розроблення бізнес-плану.

4.1

ОСНОВНІ КРОКИ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: БІЗНЕС-ІДЕЯ

Найважливішим етапом підготовки до старту є пошук відповіді на питання: *«Який продукт я запропоную на ринок товарів і послуг?»*, *«Чи є подібний товар або послуга на ринку?»*, *«Чим відрізняється мій товар (послуга) від аналогічних товарів конкурентів»*. Памятаймо: в умовах розвиненого ринку успіх може прийти тільки до того, хто вносить у свою справу щось нове, відмінне від пропонованого конкурентами.

Бізнес-ідея – це творчий задум щодо того, що і як запропонувати на ринок, щоб отримати прибуток. Це може бути новий товар чи послуга або ідея удосконалити чи здешевити товар (послугу), вийти на новий ринок.

Як і будь-який інший творчий процес, появу нових бізнес-ідей неможливо запрограмувати. Проте бізнес-ідея, як і будь-який конструктивний задум, приходять на думку тому, хто її шукає (спостерігає, слухає, читає, майструє, експериментує тощо) і розмірковує. Отже, для «народження» бізнес-ідеї достатньо цікавитися та аналізувати? Ні, але це важливі складники процесу пошуку.



Знайдіть в Інтернеті статті:

«99 бізнес-ідей 2020 года» за посиланням <https://lemarbet.com/biznes-v-ukraine>; «ТОП-220 найперспективніших та кращих бізнес-ідей у 2020 році з урахуванням карантину та коронавірусу!» за посиланням <https://neoseo.com.ua/uk/top>; «Найкращі бізнес-ідеї для початку бізнесу в 2021 році» за посиланням <https://inventure.com.ua/analytics/articles/samye-luchshie-biznes-idei-dlya-nachala-biznesa-v-2020-i-2021-godu>, або інші подібні інформаційні блоки.

Прочитайте про ті бізнес-ідеї, які вас зацікавили. Поясніть ваш вибір. Назвіть найоригінальнішу, на ваш погляд, ідею.

Переглядаючи подібну інформацію, доцільно передусім зважати на ідеї з галузей, у яких є певні компетенції – знання, уміння, досвід.

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

- досвід у цій сфері батьків, родичів та знайомих;
- повідомлення в засобах масової інформації;
- відвідування ярмарків і виставок;
- ідеї науковців, які проводять теоретичні та прикладні дослідження;
- інформація про наявні патенти та ліцензії;
- думки споживачів про потреби мати нові товари, отримувати нові послуги;
- побажання працівників торгівлі, системи збуту, осіб, зайнятих рекламою.

У повсякденному житті варто зважати на проблемні місця у знайомих ситуаціях – покупки в закладах торгівлі та інтернет-магазинах, навчання, заняття спортом, приготування їжі, прибирання, відпочинок в парку чи на пляжі, перегляд фільму в кінотеатрі тощо. Спосіб розв'язання певної проблеми може бути вдалою бізнес-ідеєю.

Аналізуючи отриману з різних джерел інформацію, можна придумати щось цікаве, але відволіктися та забути. Корисно навчитися робити нотатки – записувати ідеї у смартфоні чи блокноті, щоби згодом поміркувати над ними.

Водночас слід зважати на таку закономірність: не кожна зі сформульованих пропозицій доводиться до логічного завершення, лише 5-10% від запропонованих ідей завершуються результативно (цю особливість можна трактувати як закон успішності нових ідей).

Нині відомо багато методів розробки ідей нових товарів. Найпоширеніші з них:

- 1) опитування (споживачів, продавців, працівників підприємств);
- 2) використання аналогій з інших сфер життя, живої природи;

- 3) «мозковий штурм» – ділова розмова за участю кількох осіб з метою пошуку ідей нових товарів (критика запропонованих ідей не допускається, щоб не стримувати творчої активності учасників);
- 4) стеження за діяльністю конкурентів;
- 5) метод контрольних запитань, який передбачає складення переліку питань стосовно того, наприклад, що можна поліпшити в певному товарі чи послугі (такі запитання пропонуються для відповіді фахівцям у цій сфері);
- 6) виділення найважливіших параметрів товару (наприклад, форма, матеріал і місткість упаковки) та вивчення всіх можливих співвідношень між ними;
- 7) метод поєднань – порівнювання кількох товарів з метою знайти взаємозв'язок між ними та новим товаром.



Складіть перелік питань щодо поліпшення одного з товарів чи послуг у вашій професійній сфері. Поставте ці питання в парах або в групі. Відстежуйте, як проявляються нові характеристики товару.

4.2

ОСНОВНІ КРОКИ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ХАРАКТЕРИСТИКА ТОВАРУ

Характеристика товару чи послуги – ще один важливий етап підготовки до його виробництва. Ретельна характеристика товару за алгоритмом є своєрідною підготовкою до розроблення бізнес-плану.

Властивості будь-якого товару характеризуються ознаками – якісними або кількісними. До **якісних характеристик товару** належать колір матеріалу, форма виробу, наявність на поверхні певного покриття, наявність або відсутність дефектів у виробі тощо. Під **кількісними характеристиками товару** розуміються його параметри, які кількісно характеризують будь-які властивості та стани.

Наприклад, якісні характеристики пирога – круглий, з дріжджового тіста, з фруктовую начинкою (смородина з цукром), без ГМО; кількісні – маса 1 кг, діаметр 30 см, співвідношення мас тіста і начинки 1:1.

Показник якості може бути окремим випадком параметра товару. Скажімо, для склянки це місткість (см³), для соковитискалки – ефективність відтискання соку (%). Багато показників якості товару є функціями його параметрів.

Асортиментна характеристика товарів – це сукупність характерних видових властивостей і ознак товарів, що визначають їх функціональне або соціальне призначення. Асортиментна характеристика товару обумовлена його якісними та кількісними характеристиками, вона подається споживачам через клас, групу, вид, тип, найменування, марку товару.

Так, для легкового автомобіля асортиментна характеристика може бути зумовлена типом кузова і типом приводу. Якщо легковий автомобіль з кузовом «седан» призначений для перевезення чотирьох або п'яти будь-яких пасажирів та їх багажу, то автомобіль із кузовом «купе» або «хетчбек» орієнтований, як правило, на двох пасажирів, причому коротша база і дизайн в спортивному стилі роблять кращим цей варіант для молоді. Кузов «універсал» з подовженою базою дозволяє перевозити кілька людей і довгомірні вантажі, більше орієнтований на власників дачних ділянок, представників малого бізнесу, які часто перевозять малогабаритні вантажі. Мікроавтобуси орієнтовані для перевезення 5-10 осіб.

Асортиментною характеристикою автомобіля є його клас, який залежить від об'єму двигуна, місткості, вантажності, розмірів машини. Найбільш компактні та економічні автомобілі малого та особливо малого класу – міські автомобілі для поїздок на роботу, за покупками. Автомобілі середнього та великого класу розраховані для поїздок за місто, на великі відстані, тому комфортніші, з кращими швидкісними характеристиками. Автомобілі особливо великого класу комфортні та дорогі, оскільки призначені для представницьких цілей (перевезення vip-персон, забезпечених громадян, проведення урочистих заходів), і мають нижчу маневровість і економічність.

Вартісна характеристика товару зумовлена, з одного боку, витратами, виробника та продавця товару, з іншого боку – витратами, які споживач нестиме, користуючись товаром. Роздрібна ціна, будучи вартісною характеристикою товару, може влаштовувати або не влаштовувати покупця в залежності від того, який у нього рівень доходів і як сприймає рівень ціни (як правило, нижча роздрібна ціна товару збільшує попит).

Для оцінювання можливостей і перспектив реалізації товару можуть бути використані такі критерії, пов'язані з товаром: якість, співвідношення «якість – ціна», інтенсивність споживання, асортимент, можлива тривалість життєвого циклу, технічна складність, емоційний вплив на споживачів тощо.



Дослідження:

Складіть характеристику товару чи послуги, скориставшись фаховими знаннями, різними джерелами інформації (як алгоритм використайте текст посібника).

IV ЕТАП:

СФОРМУЛЮЙТЕ ВЛАСНУ БІЗНЕС-ІДЕЮ, ДЕТАЛЬНО ОПИШІТЬ ПРОДУКТ (ТОВАР ЧИ ПОСЛУГУ).

4.3

ОСНОВНІ КРОКИ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: БІЗНЕС-ПЛАН

Наважитись розпочати реєстрування свого бізнесу простіше за умови проведення виважених прорахунків, тобто планування. Написання бізнес-плану – справа не така незрозуміла та складна, як може здаватися. При цьому жоден підприємець, який хоча б раз спробував скласти бізнес-план, не скаже, що це просто. Корисно ознайомитися зі зразками готових бізнес-планів, вже кимось колись написаних і, може бути, навіть реалізованих.

За цільовим призначенням бізнес-плани можна поділити на 2 види:

- для започаткування власної справи (підприємець прописує для себе реальний план дій, якого він буде дотримуватися)
- для отримання інвестицій (довести спроможність проєкту і ефективність витрат коштів, щоби знайти інвесторів, грант або кредит).

Незалежно від роду діяльності, основні складові бізнес-плану будуть однаковими.

СТРУКТУРА БІЗНЕС-ПЛАНУ

	РОЗДІЛ	ЗМІСТ РОЗДІЛУ
1	Вступ (резюме)	<ul style="list-style-type: none"> • мета, завдання, основні показники проєкту бізнесу
2	Опис товару, послуги	<ul style="list-style-type: none"> • опис і характеристики основної та другорядної продукції (можна фото, рисунки, ескізи товарів і послуг); • характеристики, які роблять товар чи послугу унікальними, відмінними від аналогічної продукції конкурентів
3	Маркетинговий план	<ul style="list-style-type: none"> • сегмент ринку збуту, потенційні покупці; • конкуренти, подібні товари чи послуги; • прогноз попиту; • модель ціноутворення; • план просування товарів чи послуг (маркетингова підтримка); • план збуту
4	Організаційний план	<ul style="list-style-type: none"> • підготовка документів для реєстрації бізнесу; • реєстрування бізнесу; • відкриття рахунку в банку; • дозволи та погодження, необхідні для ведення бізнесу; • план запуску виробництва
5	Фінансовий план	<ul style="list-style-type: none"> • кошторис витрат; • визначення джерел фінансування; • графік узгодження термінів, розмірів фінансування та витрат; • система оподаткування та розрахунок податків
6	Висновки	<ul style="list-style-type: none"> • перспективи розвитку бізнесу

Але слід зазначити: досить часто початківці роблять одну й ту саму помилку – побачивши, скільки всього потрібно проаналізувати, підготувати та викласти все у бізнес-плані, початківець твердо вирішує, що це занадто величезна робота, краще тоді зовсім обійтися без бізнес-плану! Проте без розуміння всіх процесів та викликів, що виникнуть на етапі створення власного бізнесу, неможливо буде забезпечити його прибутковість. Розробляти бізнес-план потрібно поступово, починаючи з малого.

Якщо охарактеризувати бізнес-план зовсім просто, то по суті це відповіді на три головних запитання: що я хочу зробити, як це зробити, що саме для цього потрібно.

Перший розділ – «**Резюме**» (основні тези) містить стислий виклад мети, завдань і основних показників проєкту (обсяг резюме бізнес-плану для будь-якого проєкту не повинен перебільшувати одну сторінку Word).

Список основних тез, які можна включити в резюме:

- вид (види) послуг чи товару;
- організаційно-правова форма майбутнього бізнесу;
- майбутні клієнти;
- кількість залучених співробітників;
- обсяг фінансів, які слід залучити для реалізації бізнес-ідеї;
- об'єм продаж за перший рік роботи;
- загальний прибуток (дохід) за певний період, рентабельність.

У **другому розділі** необхідно дати **опис і характеристики основної та другорядної продукції**. Важливо зазначити переваги пропонованого товару чи послуги у порівнянні з тими, що пропонують конкуренти, а також визначитися, на чому доцільно зробити основний акцент своєї діяльності – на низькій вартості при великих обсягах продажів, на унікальності товару та високій ціні, на особливостях сервісу чи на інших показниках. Потрібно сформулювати «портрет» потенційного споживача. Після проведення такого аналізу стане зрозуміло, чим вирізняється новий продукт на ринку збуту, буде чітко сказано, що виробляти та кому це необхідно.

Третій розділ – **маркетинговий план** – чи не найважливіший для становлення бізнесу. Передусім потрібно виділити для себе основних конкурентів, дізнатися та зрозуміти, як вони просувають свій проєкт, і зробити краще. Загальний обсяг усіх складників маркетингового плану зазвичай не перевищує 3-4 сторінки.

Спочатку потрібно дослідити ринок збуту, виявити потенційних покупців і спрогнозувати попит на даний товар або послугу. Бізнесмену, який не має досвіду минулих продажів і отримання прибутків, буде складно провести повний аналіз ринку і, звичайно, доведеться діяти на основі розумних припущень, особистих спостережень. Передусім потрібно буде переконатися, що є зрозумілим зміст поняття «попит», дія закону попиту, вплив чинників попиту. Для вивчення попиту на конкретному ринку можна використовувати такі джерела: відомості довідкового характеру в галузевих і професійних ЗМІ; інформаційні джерела в мережі Інтернет; особисті спостереження, досвід, опитування майбутніх клієнтів і навіть конкурентів.

Після аналізу ринку збуту варто скласти прогноз обсягів продажів свого товару чи послуги у перший рік роботи (можна скласти по місяцях року). При цьому обов'язково слід врахувати фактор сезонності (якщо такий присутній у вашому сегменті ринку), частку на ринку з урахуванням конкуренції, виробничі можливості та інші чинники, які можуть мати істотне значення.

Маркетингова підтримка або план просування товарів (послуг) – це опис програми дій із доведення товарів (послуг) до покупців, а також розрахунок обсягу необхідних для цього фінансових вкладень. Тут необхідно показати таке:

- як споживачі дізнаються про цю продукцію?
- чи буде реклама товару або послуги?
- яку конкретну інформацію про товар (послугу) і де саме буде розміщено?
- скільки грошей потрібно на просування?
- як саме продавати свій товар чи послугу?

Способи розкрутки бізнесу можуть бути різними. Крім реклами варто спробувати прямі продажі, починаючи з «холодних дзвінків» своїм потенційним покупцям. Потрібно використовувати поширені нині малозатратні способи роботи з клієнтами через соціальні мережі, групи в месенджерах тощо.

Різні мережі пропонують різні інструменти, за допомогою яких можна реалізувати будь-які ідеї маркетологів з залучення потенційних клієнтів і збільшення продажів. Так, гроші для повноцінного використання соцмереж потрібні, але ці суми в рази нижче інших маркетингових каналів, включаючи власний сайт. Це настільки ефективно, що багато компаній навіть з ім'ям продажі організовують тільки через мережі.

Потрібно продумати акції, бонуси. Головне – адекватно оцінювати свої можливості та постійно вчитися.

Ціна товару або послуги може визначатися, виходячи з параметрів:

- ціна аналогічного товару (послуги);
- собівартість продукції або послуги + прибуток;
- націнка за унікальні якості товару або послуги.

План збуту містить опис способів продажу товару чи послуги (які способи, канали реалізації буде використано):

- власними силами або через посередників;
- гуртом чи вроздріб;
- за попередніми замовленнями (телефоном, через сайт, інтернет-магазин).

Основне завдання полягає в тому, щоб максимально полегшити споживачеві процес здійснення покупки.

Організаційний план (IV розділ) містить опис усіх кроків діяльності від реєстрування бізнесу, відкриття рахунку в банку до запуску виробництва товару чи надання послуг. У цій частині бізнес-плану варто зазначити терміни виконання поставлених завдань. Передбачте: на початковому етапі може виникати потреба звернутися за послугами до бухгалтера, юриста, страхової компанії, тому варто заздалегідь зібрати відомості про даних фахівців та вибрати кращих з тих, що доступні за ціною послуг. Далі потрібно встановити контакти та включити себе в число потенційних клієнтів цих організацій/приватних осіб. Коротко опишіть, як Ви плануєте діяти в цьому напрямку. Рекомендований обсяг розділу – не більше 1-2 сторінок. Відповідно, треба відразу визначити, які саме фахівці Вам будуть потрібні у майбутньому для успішного ведення справи.

При складанні **фінансового плану (V розділ)**, необхідно враховувати всі дрібниці, витрати поділити на постійні (оплата оренди, комунальні послуги, Інтернет, телефон і т. д.) і разові (купівля обладнання, ремонт тощо).

Потрібно визначити розмір виробничих потужностей (приміщення, обладнання, сировина, енергоносії), режим роботи, вказати відомості про умови вартість оренди. Необхідно показати потреби в обладнанні в грошовому еквіваленті, скласти план його закупівлі. Витрати на сировину та матеріали варто доповнити нормативами їх витрати на одиницю готового товару чи наданої послуги, вибрати оптимальний варіант постачальників і вказати умови постачання (ціна, графік і фінансові умови поставок, заходи щодо зберігання тощо).

Окремо потрібно обґрунтувати потреби у персоналі (крім ФОП I групи), зазначити ступінь професійного досвіду співробітників, режим праці, систему оплати. Важливо врахувати, що фізична особа-підприємець своєї фіксованої заробітної плати не має, а ось заробітна плата найманого персоналу, соціальні нарахування (єдиний соціальний внесок) на заробітну плату вже включаються у собівартість продукції.

Детальний кошторис витрат має таку розбивку за статтями витрат:

- сировина та основні матеріали;
- придбання допоміжних витратних матеріалів;
- оплата праці;
- послуги зв'язку, комунальні послуги;
- оплата послуг сторонніх організацій;
- основні засоби;
- оренда приміщень тощо.

Фінансовий план допоможе визначити, коли та скільки коштів буде потрібно при створенні та розвитку бізнесу. У цій частині варто обґрунтувати джерела фінансування проєкту: залучення особистих коштів (інвестицій), позикові кошти, кредити фінансових установ, лізинг тощо.

Система оподаткування та розрахунок податків буде залежати від того, яку форму підприємства вибрано.

Після складання переліку витрат потрібно визначити мінімальний обсяг продажів, який покриє поточні витрати. Все, що буде продано зверху, буде прибутком. Такі розрахунки дають можливість визначити точку беззбитковості.

У «Висновках» рекомендовано розглянути різні варіанти розвитку майбутнього бізнесу.

Бізнес-план, зав'язаний на реальному житті, насиченому складнощами та повному сюрпризів, часом зовсім непередбачуваних. При цьому, створюючи бізнес-план, надзвичайно важливо тверезо оцінювати свої ресурси, потреби ринку та прогнозований попит та пропозицію. Описуючи прибуток і необхідні фінанси для досягнення цілей, краще поділити райдужність своїх очікувань «на два», ніж уявляти все надто оптимістично.



Дослідження.

Знайдіть в Інтернеті зразки бізнес-планів у тих сферах діяльності, які вам цікаві, та познайомтесь з цими проектами. Співставляйте структуру і зміст бізнес-плану з наведеною в посібнику інформацією.

У ЕТАП:

ПІДГОТУЙТЕ ШАБЛОН БІЗНЕС-ПЛАНУ (ВІДВЕДІТЬ НА КОЖНУ ЧАСТИНУ ОКРЕМІ СТОРІНКИ);

СКОРИСТАЙТЕСЯ ТЕКСТОМ ПОСІБНИКА, МАТЕРІАЛАМИ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПРОПИШІТЬ РОЗДІЛИ I І II.

Робота з бізнес-планом показала необхідність зрозуміти сутність основних економічних понять – потреби, попит, пропозиція, конкуренція, постійні та змінні витрати, дохід, прибуток тощо, і навчитися їх визначати, оцінювати.

4.4

ОСНОВНІ КРОКИ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ХАРАКТЕРИСТИКИ РИНКУ ТОВАРУ

4.4.1. ПОТРЕБИ ТА БЛАГА

Потреба – це відчуття необхідності певного блага, бажання мати його. На формування потреб впливають вік і стать людини, традиції та звички, природні умови, соціальне оточення, рівень доходів, реклама тощо.

Потреби існують не лише в людини, але й у підприємства (підприємця). Підприємства прагнуть мати у своєму розпорядженні все те, що дозволить їм реалізувати визначені цілі, наприклад: споруди, будівлі, транспортні засоби, необхідні інформаційні системи тощо. Уряд, громада, місцева спільнота піклується про майбутні покоління, прагне будувати дороги, лікарні, навчальні заклади, зміцнювати армію тощо.

Відмінна властивість потреб – їх безмежність, постійна якісна та кількісна зміна. Це зумовлено розвитком виробництва та науково-технічним прогресом, а також розвитком самої людини, її інтелекту. Задоволення одних потреб породжує виникнення інших. В цьому знаходить свій прояв **безмежне зростання потреб**, що має закономірний характер.



Поміркуйте, чому потреби безмежні. У якій частині бізнес-плану прописано дії, спрямовані на зміну потреб потенційних споживачів (покупців) товару чи послуги?

Благо – це засіб для задоволення потреб. Усі блага поділяють на дарові (неекономічні) та економічні. Дарові блага – це ті життєві блага (переважно природні), які доступні людям в обсязі набагато більшому, ніж величина потреби в них, їх не треба виробляти (повітря, сонячне світло та тепло, мальовничий природний ландшафт тощо). Але основне коло потреб людей задовольняється шляхом не дарових, а економічних благ. Економічні блага – це ті, обсяг яких недостатній для задоволення потреб людей, може бути збільшений лише шляхом витрати праці та інших ресурсів і розподіляється між тими, хто здатний заплатити сформовану на цей момент ціну цих благ. Економічні блага можна поділити на товари та послуги. Розуміння відмінностей допоможе вибрати вид економічної діяльності для власного бізнесу, схарактеризувати попит на потенційному ринку.

Товари – це продукти праці, що задовольняють потреби не тих, хто їх виробляє, а тих, хто отримує їх в процесі обміну.

Одна і та ж сама потреба може бути задоволена за допомогою різних товарів. Товари, які задовольняють одну й ту ж саму потребу, але відрізняються за своїми властивостями, якісними характеристиками, мають назву товари-замінники.

Приклади таких товарів – доїзд громадським транспортом або таксі; окуляри або контактні лінзи тощо.

Є товари, що доповнюють одне одного, і тим самим роблять можливим їх споживання. Вони неначе супроводжують одне одного; потреба в таких товарах одночасно збільшується або одночасно зменшується.

Приклад таких товарів – комп'ютери та програмне забезпечення для них.

Виділяють також незалежні товари, потреби в яких ніяк не пов'язані (наприклад, мандарини та риба). За терміном використання товари можна поділити на такі, що використовуються один раз (наприклад, продукти харчування) та товари тривалого вжитку (наприклад, житло, одяг, транспортні засоби).

Послуги – це дії, які задовольняють людські потреби. І послуга адвоката, і лекція в університеті, і циркова вистава задовольняють певні людські потреби, і тому можна говорити про виробництво нематеріальних благ і послуг.

Особи, чії потреби задовольняються споживанням товарів і послуг, називаються споживачами.



Яку продукцію виробляють особи того фаху, який ви здобуваєте, – товари чи послуги? Наведіть приклади товарів чи послуг, які є їхніми заміниками. Визначте наявність та наведіть приклади товарів чи послуг, які є доповнювачами.

4.4.2. ПОПИТ, ЧИННИКИ ПОПИТУ

Попит – та кількість товару, яку споживачі бажають та можуть придбати за певною ціною у визначений проміжок часу (потреба – це бажання мати благо, а попит – бажання і можливість придбати благо). Ціна попиту – це та найвища ціна, яку згодні заплатити споживачі за ту чи іншу кількість товару.

Передусім величина попиту на товар визначається його ціною. **За інших рівних умов величина попиту на товар тим більша, чим нижча його ціна (і навпаки).** Ця залежність називається законом попиту.

Розглянемо приклад такої залежності та задамо її табличним способом (найчастіше підприємці-початківці можуть скласти таку таблицю, щоб відстежувати залежність величини попиту від ціни свого товару чи послуги).

Приклад.

Попит на пшеницю 3-го класу в регіоні*

Продавці: фермерські господарства

Покупці: борошномельні підприємства, фірми-експортери зерна тощо.

Ціна за тону пшениці 3-го класу (P), \$	Величина попиту (Q), ТИС. ТОНН
220	85
215	90
210	100
205	115
200	135
195	160
190	185

**пшениця для виробництва хлібобулочної продукції*



Проаналізуйте таблицю, переконайтесь, що на ринку пшениці діє закон попиту.

На зміну попиту впливають нецінові чинники:

1. час, день тижня, місяця, пора року;
2. зміна смаків, мода, реклама;
3. зміна кількості споживачів;
4. зміна доходів споживачів;
5. зміна цін на товари-замінники (наприклад: чай, кава, капучіно, лате, какао, сік, ін.);
6. ціни на товари-доповнювачі (наприклад: автомобілі та бензин чи дизельне пальне);
7. інфляційні очікування (очікування зростання цін на цей товар чи всі товари в країні).

Проаналізуємо дію кожного чинника на зміну попиту.

1. Час, день тижня, пора року

Попит на споживчі товари більший увечері, ніж уранці. На структуру споживання впливають пори року – зумовлюють зростання або зменшення попиту на деякі товари та послуги

Приклади: попит на зимовий і літній одяг, взуття, рукавиці, насіння овочів, засоби для поливу, послуги шиномонтажу тощо.

2. Смаки споживачів

Смаки споживачів можуть змінюватися під впливом моди, вподобань знайомих та друзів, достовірної інформації, реклами, появи більш функціональних товарів тощо.

Приклади: смартфони нових моделей, нові туристичні подорожі.

3. Кількість споживачів

Зрозуміло, що зі зростанням кількості споживачів попит на товар буде зростати та навпаки.

Приклади: зростання попиту на товари для малюків зі зростанням народжуваності, зменшення попиту на споживчі товари зі зменшенням кількості жителів у селі чи місті.

4. Доходи споживачів

У випадку зростання доходів споживачів попит на нормальні товари зростає, а на товари нижчої категорії (дешеві замітники) зменшується і навпаки.

Приклади: зі зростанням доходів попит на ринку натурального м'яса зростає, а на соєві продукти (замінники м'яса) дещо зменшується; на якісні макарони – зростає, а на дешеві макарони нижчого сорту – зменшується.

5. Ціни на товари – замітники

Якщо ціна на товар-замітник зростає, то попит на основний товар також зростає – і навпаки.

Приклади товарів-замінників: чай чорний і зелений, кока-кола та пепсі-кола, ін. Якщо ціна на вершкове масло зростає, то попит на спред, маргарин дещо збільшується.

6. Ціни на товари-доповнювачі

Якщо ціна на товар-доповнювач зростає, то попит на основний товар зменшується, і навпаки.

Приклади товарів доповнювачів: телевізор – супутникова антена або Інтернет; автомобіль – бензин, дизельне паливо, мастило.

Якщо ціна на бензин зменшилась, а йдеться про ринок автомобілів, то попит на автомобілі зростає, а на газобалонне обладнання для авто зменшиться.

7. Інфляційні очікування.

У випадку появи інфляційних очікувань на ті чи інші товари та послуги (групи товарів), попит на них зростає.

Приклад: як зміниться попит на житло, якщо кілька місяців підряд ціни на квартири в новобудовах зростають? Зрозуміло, що попит на квартири може зростати через тих покупців, які планували придбати житло і не хотіли би платити більше через певний час.

ПРАКТИЧНА РОБОТА № 3

«Визначення зміни попиту під впливом нецінових чинників».

Важливим етапом вивчення даної теми є вміння передбачати зміни попиту під впливом нецінових чинників. В цьому може допомогти виконання ситуаційної вправи за зразком.

ЗРАЗОК:

Ринок: **мандарин** у грудні в місті X.

Подія 1: *наближаються новорічні свята* – попит зростає

Подія 2: *дешевшають апельсини* – попит зменшується

Після тренувальної вправи змоделюйте ситуації збільшення й зменшення попиту на товар чи послугу, пропоновану фахівцями вашого профілю.

Ринок 1: **ПАРАСОЛЬОК (ЗОНТІВ)**

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 2: **ШОКОЛАДНИХ ЦУКЕРОК**

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 3: **ЯЄЦЬ КУРЯЧИХ**

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 4: **ШКІРЯНОГО ВЗУТТЯ ДЛЯ МАЛЮКІВ**

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 5: ТУРИСТИЧНИХ ПУТІВОК У ЄГИПЕТ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 6: ПУХОВИКІВ (КУРТОК І ПАЛЬТ З НАПОВНЕННЯМ З ПУХУ)

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 7: УЧНІВСЬКИХ ЗОШИТІВ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 8: СМАРТФОНІВ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 9: ПЕРУКАРСЬКИХ ПОСЛУГ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 10: ПОСЛУГ РЕПЕТИТОРІВ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 11: РИНОК АВТОМОБІЛІВ З ПРОБІГОМ ПОНАД 50 000 КМ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується

Ринок 12: ПОСЛУГ СЛЮСАРА ПО РЕМОНТУ АВТОМОБІЛІВ

Подія 1: – попит зростає

Подія 2: – попит зменшується



Тест для самоперевірки

ТЕМА «ПОПИТ, ЗАКОН ПОПИТУ, ЧИННИКИ ПОПИТУ»**1. Закон попиту відбиває залежність**

- А попиту на товари від доходів споживачів
- Б ціни товару від смаків та вподобань покупців
- В ціни товару від витрат на його виробництво
- Г величини попиту на товар від ціни товару

2. Попит на пшеницю зростає, якщо зростуть

- А ціни на пшеницю
- Б ціни на жито, ячмінь
- В площі посівів пшениці
- Г доходи виробників зерна

3. До товарів-доповнювачів (комплементарних) належать:

- А хліб та одяг
- Б крем для взуття та взуття
- В сметана та вершки молочні
- Г чорні та коричневі сумки

4. Якщо зростає ціна на шоколад молочний «Корона», то

- А збільшиться попит на молочний шоколад КОРОНА
- Б зменшиться попит на молочний шоколад ROSHEN
- В збільшиться попит на молочний шоколад СВІТОЧ
- Г зменшиться попит на весь імпортований молочний шоколад

5. Збільшить попит на квитки на прем'єру вистави в обласному драматичному театрі

- А концерт відомого співака з новою програмою
- Б підвищення ціни на квитки напередодні вистави
- В перенесення вистави з суботи на понеділок або вівторок
- Г реклама вистави в школах міста та області

6. Зменшення попиту на послуги таксі в місті зумовлено

- А зростанням кількості жителів
- Б збільшенням заробітної плати на найбільшому в місті заводі
- В новими маршрутами міських автобусів
- Г новими автомобілями, закупленими в таксопарку

7. Крива попиту на молоко пастеризоване зміститься праворуч, якщо

- А подорожчає молоко стерилізоване довготривалого зберігання
- Б лікарі не рекомендуватимуть дорослим вживати свіже молоко
- В зменшиться поголів'я корів
- Г супермаркети відмовляться продавати пастеризоване молоко

8. Крива попиту на товар зміщується ліворуч, якщо

- А доходи сім'ї зростають
- Б кількість покупців збільшується
- В ціна на товар-доповнювач зменшується
- Г ціна на товар-замінник зменшується

* ЦІНОВА ЕЛАСТИЧНІСТЬ ПОПИТУ

Цінова еластичність попиту відбиває те, якою мірою зі зміною ціни змінюється величина попиту. Загальна формула для визначення коефіцієнту еластичності буде такою:

$$E = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%}$$

де E – значення коефіцієнта еластичності;
 $\Delta Q\%$ – зміна величини попиту у відсотках;
 $\Delta P\%$ – зміна ціни у відсотках.

Коефіцієнт еластичності завжди виражають додатнім числом (абсолютна величина), хоча насправді це число завжди від'ємне, оскільки закон попиту являє собою обернену залежність між ціною та величиною попиту.

Якщо E – коефіцієнт еластичності, то:

- $E > 1$, якщо зі зміною ціни на 1% величина попиту змінюється більше ніж на 1% (наприклад, шоколад чорний «Корона»).
- $E < 1$, товар нееластичний, якщо зі зміною ціни на 1% величина попиту змінилась менше ніж на 1% (наприклад, сіль кухонна).
- $E = 1$ – одинична еластичність, коли зі зміною ціни на 1% величина попиту змінилася на 1%.

Чинники, які визначають цінову еластичність попиту:

- 1) замінність товарів для споживачів (чим вищий ступінь замінності товару або послуги для споживача, тим попит на товар або послугу еластичніший);
- 2) багатофункціональність товару (чим більше функцій, тим еластичніший попит);
- 3) нагальність потреби (нагальність робить попит на товар більш нееластичним);
- 4) частка витрат на даний товар у бюджеті споживача (чим ця частка вища, тим вища еластичність попиту на даний товар; якщо покупець витрачає незначну частку свого бюджету, то зміна цін на даний товар мало впливає на величину попиту);
- 5) час (з часом попит на товари стає еластичнішими).

Дохід залежить від ціни та кількості реалізованої продукції. Але величина попиту зменшується при збільшенні ціни. Тому дуже важливими для продавця є питання: до якої величини можна збільшувати ціну, щоби не зменшився дохід внаслідок втрати частини споживчого попиту?

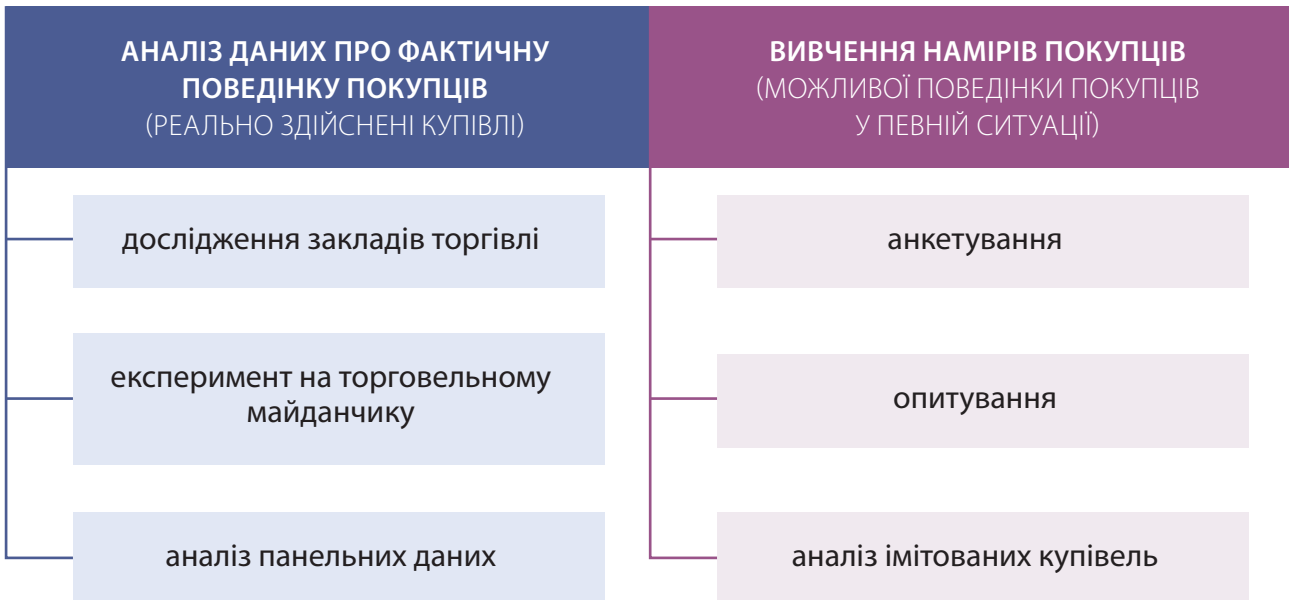
Власне, це можна з'ясувати за допомогою зв'язку еластичності попиту та виторгу від реалізації. Якщо попит на товар нееластичний, а ціна на нього зростає (наприклад, на 20%), то при обсязі попиту, який майже не зменшується (наприклад, на 2%), виторг від реалізації зросте і навпаки. Якщо попит на товар еластичний, а ціна на нього зростає (наприклад, на 20%), то при цьому обсяг попиту істотно зменшується (наприклад, на 40%), виторг від реалізації зменшиться і навпаки.

Отже, еластичність попиту впливає на розмір загального виторгу від реалізації: при нееластичному попиті цей зв'язок прямий, при еластичному попиті – обернений, а одинична еластичність залишає виторг від реалізації незмінною.

МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ

Вибір і застосування методу прогнозування попиту здійснюються фахівцями з економічної статистики. Підприємець може приблизно оцінити обсяг попиту і спрогнозувати тенденцію його зміни, застосовуючи найпростіші методи.

СПОСОБИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА ТОВАР (ПОСЛУГУ)



Метод рівня споживання для прогнозування попиту застосовують тоді, коли йдеться про пряме споживання конкретної продукції. Цей метод ґрунтується на розрахунках стандартних коефіцієнтів.

Наприклад, попит на послуги перукаря (чоловіча стрижка) визначається на основі таких показників: кількість чоловіків у населеному пункті (дані є в органах місцевого самоуправління, у відділеннях Держстату), середня періодичність стрижки; ці показники співставляють із кількістю майстрів-перукарів, продуктивністю їхньої роботи та тривалістю робочого часу.

Метод провідного показника застосовується в тих випадках, коли є певна закономірність, яка відбиває часову чи кількісну залежність споживання одного товару від споживання іншого товару.

Так, якщо відомо, що попит на послуги шиномонтажу залежить навесні та восени від кількості автомобілів у населеному пункті, районі. Відповідно, попит на цю послугу та час його виникнення можна визначити з достатньою точністю.



Змодельуйте гіпотетичну ситуацію та проведіть опитування серед ровесників щодо кількості спожитого товару чи послуги (наприклад, чашок кави або чаю в зимовий, весняний і літній періоди) упродовж певного проміжку часу (за день, тиждень).

4.4.3. ПРОПОЗИЦІЯ ТОВАРУ/ПОСЛУГИ

Поняття «попит» уособлює покупець, а поняття «пропозиція» – продавець, виробник товару чи послуги. Якби ви з покупця пиріжків раптом перетворилися на пекаря, який мудрував над рецептом, закупляв необхідні йому продукти, випікав пиріжки, то на їхню ціну уже би дивилися «іншими очима»: як продати найдорожче.

Чим вищою буде ціна пиріжків, тим сильнішою стане мотивація випікати їх більше, щоб отримувати більший прибуток. Отже, закономірною буде пряма залежність обсягу пропозиції товару від його ціни: *чим вища ціна, тим вищий обсяг пропозиції (за інших незмінних умов)*.

Розглянемо приклад такої залежності та задамо її табличним способом.

Пропозиція пшениці 3-го класу* в регіоні

**пшениця для виробництва хлібобулочної продукції*

Продавці: фермерські господарства

Покупці: борошномельні підприємства, фірми-експортери зерна тощо.

Ціна за тону пшениці 3-го класу (P), \$	Величина попиту (Q), ТИС. ТОНН
220	180
215	165
210	130
205	115
200	105
195	90
190	70



Проаналізуйте таблицю та переконайтесь, що на ринку пшениці діє закон пропозиції.

На зміну пропозиції впливають такі основні нецінові чинники:

1. зміна цін на виробничі ресурси;
2. упровадження нових технологій у виробництві;
3. наявність або відсутність конкурентів;
4. зміна цін на інші товари чи послуги;
5. державна політика;
6. природні катастрофи, війни тощо.

Проаналізуємо дію кожного чинника на зміну пропозиції.

1. Зміна цін на виробничі ресурси (природні, капітальні, трудові) – головний чинник зміни пропозиції товару виробниками.

Наприклад, після реалізації урожаю пшениці фермер планує закупити насіння, добрива, паливо для посіву. Коли він стикається зі зростанням цін на ці товари, то може зменшити площу посівів (не вистачить коштів). Фермер може взяти кредит, але поверне кошти з прибутку лише за умови, що реалізує зерно нового врожаю за вищою ціною.

2. Упровадження нових технологій у виробництві може істотно вплинути на збільшення пропозиції.

Фермер може закупити насіння нового, більш урожайного сорту пшениці або стійкого до хвороб чи засухи; використати нову технологію захисту від шкідників чи бур'янів; придбати техніку, що зменшить втрати урожаю під час збирання тощо.

3. Зміна кількості конкурентів також спричиняє зміни обсягу товару на ринку. За певних умов кількість конкурентів може збільшитися.

Наприклад, засіяно невикористовувані раніше ділянки, надано можливість реалізувати зерно не тільки фермерам, але й селянським підсобним господарствам тощо.

4. Зміна цін на інші товари чи послуги зумовлює зміну рівня прибутковості виробництва.

Якщо закупівельні ціни на кукурудзу чи сою зростуть, частина фермерів засіють свої поля цими культурами, щоб отримати більший прибуток. Наслідком стане зменшення пропозиції зерна пшениці на ринку.

5. Державна політика у сфері оподаткування чи дотування виробників спричиняє збільшення пропозиції того товару, виробники якого опинилися у сприятливіших умовах: податки знижено (або не підвищено), надано дотацію на покриття частини витрат із державного бюджету тощо.

Наприклад, державна дотація господарствам, які виробляють молоко, може зумовити збільшення кількості виробників, чисельності поголів'я корів

6. Природні катастрофи (кліматичні, сейсмічні стихійні явища, повені, паводки, лісові пожежі тощо) впливають на пропозицію товару в окремих регіонах, країнах чи їх частинах. Особливо відчутними є наслідки стихійних явищ у первинному секторі економіки – сільському та лісовому господарстві.

Наприклад, істотно зменшити пропозицію зерна можуть тривалі засухи, безсніжна морозна зима, затяжні дощі, нашествя шкідників тощо.

Унаслідок того, що зміна пропозиції пов'язана із певними змінами виробничого процесу, вона повільніше за попит пристосовується до зміни ціни. Якщо фермер зібрав 400 тонн пшениці, то упродовж року він точно не зможе збільшити пропозицію, навіть якщо ціни зростуть. Якщо для збільшення обсягу виробництва потрібно взяти в оренду чи купити нову ділянку землі або ж взяти нову техніку, то може знадобитися не один, а кілька років.



Тест для самоперевірки

ТЕМА «ПРОПОЗИЦІЯ, ЗАКОН ПРОПОЗИЦІЇ, ЧИННИКИ ПРОПОЗИЦІЇ»

1. Закон пропозиції відбиває залежність

- А пропозиції товару від доходів споживачів
- Б ціни товару від уподобань покупців
- В ціни товару від частки витрат на цей товар у бюджеті покупців
- Г величини пропозиції товару від ціни цього товару

2. Пропозиція пшениці зростатиме, якщо зростуть

- А ціни на земельні ділянки
- Б ціни на жито, ячмінь
- В площі посівів пшениці
- Г витрати виробників зерна

3. Який з наведених чинників найімовірніше призведе до зменшення пропозиції бензину?

- А сприятливі погодні умови в районах видобування нафти
- Б зростання цін на нафту
- В зниження цін на дизельне пальне
- Г підвищення попиту на бензин

4. Якщо зросла ціна на торт «Київський», то

- А збільшиться попит на торт «Київський»
- Б зменшиться попит на торт «Празький»
- В збільшиться величина пропозиції тортів «Київський»
- Г зменшиться пропозиція тортів «Київський»

5. У якому твердженні йдеться про збільшення пропозиції послуги?

- А хлібозавод зменшив обсяг випічки хліба та нарощує випічку тістечок
- Б у новому житловому масиві міста відкрито дитячий садок і школу
- В футбольний матч перенесено з суботи на понеділок
- Г після підвищення ціни на квитки третина місць в театрі були вільними

6. Зменшення пропозиції імпортованих продуктів дитячого харчування в країні зумовлено

- А зростанням народжуваності
- Б збільшенням доходів населення
- В зростанням експорту продуктів харчування
- Г збільшенням ввізного мита на продовольчі товари

7. Пропозиція твердих сирів буде збільшуватися, якщо

- А подешевшає молоко
- Б лікарі не рекомендуватимуть вживати багато сиру
- В зменшиться поголів'я корів
- Г на продовольчих ринках заборонять продавати продукцію з молока

8. Пропозиція товару буде зменшуватися, якщо

- А витрати на його виробництво зростають
- Б попит на цей товар збільшується
- В кількість виробників товару збільшується
- Г прибуток від виробництва подібного товару зменшується

ПРАКТИЧНА РОБОТА № 4**«Визначення зміни пропозиції під дією нецінових чинників».**

Виконайте вправу за зразком або попрацюйте в групах (парах) над розробленням ситуацій, коли пропозиція зростає чи зменшується під дією певного чинника.

ЗРАЗОК:

Ринок: **полуниці** у червні в місті Y.

Подія 1: поширення крапельного зрошення і живлення – пропозиція збільшується

Подія 2: три тижні поспіль дощить – пропозиція зменшується

Ринок 1: ВЕРШКОВОГО МАСЛА

Подія 1: – пропозиція збільшується

Подія 2: – пропозиція зменшується

Ринок 2: ПАРКЕТНОЇ ДОШКИ

Подія 1: – пропозиція збільшується

Подія 2: – пропозиція зменшується

Ринок 3: ТОВАРІВ ДЛЯ САДУ, ГОРОДУ

Подія 1: – пропозиція збільшується

Подія 2: – пропозиція зменшується

Ринок 4: ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Подія 1: – пропозиція збільшується

Подія 2: – пропозиція зменшується

Ринок 5: ОРГАНІЧНОЇ (ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОЇ) ПРОДУКЦІЇ ЗЕМЛЕРОБСТВА

Подія 1: – пропозиція збільшується

Подія 2: – пропозиція зменшується

Ринок 6: ДИТЯЧОЇ ХУДОЖНЬОЇ ТА НАВЧАЛЬНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Подія 1: – пропозиція збільшується

Подія 2: – пропозиція зменшується

Ринок 7: ПОСЛУГ СТОМАТОЛОГІВ

Подія 1: – пропозиція збільшується

Подія 2: – пропозиція зменшується

Ринок 8: КОВАНИХ МЕТАЛЕВИХ ВИРОБІВ

Подія 1: – пропозиція збільшується

Подія 2: – пропозиція зменшується

Ринок 9: ПОСЛУГ РЕПЕТИТОРІВ З МАТЕМАТИКИ

Подія 1: – пропозиція збільшується

Подія 2: – пропозиція зменшується

Ринок 10: АВТОМОБІЛІВ ІЗ ПРОБІГОМ ПОНАД 50 000 КМ

Подія 1: – пропозиція збільшується

Подія 2: – пропозиція зменшується

Ринок 11: ПОСЛУГ НЯНІ ДЛЯ МАЛЮКІВ

Подія 1: – пропозиція збільшується

Подія 2: – пропозиція зменшується

Ринок 12: ПОСЛУГ БУХГАЛТЕРА ДЛЯ ФОП

Подія 1: – пропозиція збільшується

Подія 2: – пропозиція зменшується

4.4.4. КОНКУРЕНЦІЯ

Конкуренція — це процес взаємодії (боротьби) виробників товарів або послуг за найвигідніші умови виробництва та збуту товарів, за отримання найбільших прибутків (у перекладі з латинської це слово означає «сходитися», «стикатися»).



Проаналізуйте визначення конкуренції у статті 1 Закону України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності»:

СТАТТЯ 1. ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

...конкуренція – змагальність підприємців, коли їх самостійні дії обмежують можливості кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів на ринку і стимулюють виробництво тих товарів, які потребує споживач...

Конкуренцію породжують об'єктивні умови ринкового господарювання: різні форми власності на засоби виробництва, повна економічна відокремленість і свобода вибору господарської діяльності товаровиробників, боротьба за джерела сировини, ринки збуту виробленої продукції, сфери використання капіталу з метою отримання найбільшого прибутку.

Конкуренція — це ринкова сила, що забезпечує взаємодію попиту та пропозиції, урівноважує ринкові ціни. Фірму, яка має найбільшу частку на ринку, виступає ініціатором зміни цін, виробництва нових продуктів, збільшення ринкової частки та витрат на просування товарів, називають лідером ринку.

За методами здійснення конкурентної боротьби виділяють два види конкуренції – цінову та нецінову.

Цінова конкуренція – це боротьба між товаровиробниками за споживача (покупця). Така конкуренція передбачає продаж однорідних і приблизно однакових за якістю товарів і послуг за нижчими, ніж у конкурентів, цінами, щоб залучити більше покупців (навіть коштом тимчасової втрати частини прибутку). У такій конкурентній боротьбі перемагає той товаровиробник, який шляхом зменшення витрат виробництва завдяки впровадженню нових технологій, підвищенню продуктивності праці домагається нижчої, ніж ринкова ціна, вартості свого товару без істотної зміни його якості. Цінові методи конкуренції були поширені на ранніх етапах підприємницької діяльності. В сучасних умовах такі методи конкуренції застосовуються рідко.



Проаналізуйте ціни на один із товарів (наприклад, смартфон, планшет, мультиварку, саджанці троянд) в кількох інтернет-магазинах. Визначте найбільшу та найменшу ціну. Поміркуйте, чим зумовлена різниця цін.

Зустрічається в основному прихована цінова конкуренція, коли впроваджується новий товар зі значно кращими якостями, а ринкова ціна підвищується незначно, що рівноцінно продажу товару за зниженими цінами.

Нецінова конкуренція – це боротьба між товаровиробниками за споживачів (покупців) методами підвищення якості та надійності товарів, поліпшення їх асортименту та сервісного обслуговування споживачів, надання кредиту для покупців, реклами тощо.

Така конкуренція ґрунтується на технічних перевагах, впровадженні нововведень, найефективніших методах збуту товару тощо. В сучасних умовах у розвинених країнах нецінова конкуренція набуває дедалі більшого поширення.

Світова практика свідчить, що і цінова, і нецінова конкуренції нерідко супроводжуються порушеннями загальноприйнятих правил і норм конкурентної боротьби. З метою протидії проявам недобросовісної економічної конкуренції створюються відповідні органи. В Україні для захисту конкуренції створено Антимонопольний комітет України (АМКУ). Закони України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності», «Про захист економічної конкуренції» та Господарський кодекс України передбачають відповідальність суб'єктів господарювання за недобросовісну конкуренцію та конкретні заходи щодо захисту підприємців і споживачів від такої конкуренції.

Недобросовісною конкуренцією є неправомірне використання чужих позначень, фірмового найменування, рекламних матеріалів, упакування, копіювання зовнішнього вигляду виробу іншого виробника, збирання, розголошення та використання комерційної таємниці, а також конфіденційної інформації з метою заподіяння шкоди діловій репутації іншого підприємця тощо. В Україні заборонено ряд антиконкурентних погоджених дій суб'єктів господарювання.

Такими визначаються дії, спрямовані на: встановлення монопольних цін (тарифів), знижок, націнок, доплат; розподіл ринків; усунення з ринку або обмеження доступу до нього суб'єктів господарювання (продавців, покупців та ін.); створення або підтримка дефіциту на ринку та інші дії. Визначено неприпустимі види обмежувальної та дискримінаційної діяльності суб'єктів господарювання.



Проаналізуйте визначення недобросовісної конкуренції в Господарському кодексі України.



ГОСПОДАРСЬКИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ

Стаття 32.

1. Недобросовісною конкуренцією визнаються будь-які дії у конкуренції, що суперечать правилам, торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності...
3. Недобросовісна конкуренція тягне за собою юридичну відповідальність осіб, якщо їх дії мають негативний вплив на конкуренцію на території України, незалежно від того, де вчинено такі дії



Дослідіть конкуренцію на місцевому ринку певного товару/послуги. Установіть прояви недобросовісної конкуренції.

VI ЕТАП:

ПЕРЕКОНАЙТЕСЬ, ЩО ЗРОЗУМІЛИ ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ РИНКУ ТОВАРУ, ДІЮ ЗАКОНІВ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ;

РОЗРОБІТЬ ВІДПОВІДНІ ПУНКТИ РОЗДІЛУ 3 (МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН) БІЗНЕС-ПЛАНУ.

4.5

ОСНОВНІ КРОКИ ПІДГОТОВКИ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ

Усім підприємцям для старту та розвитку бізнесу необхідний капітал, який забезпечується шляхом фінансування. Фінансування – це отримання суб'єктом господарювання необхідних грошових фондів для здійснення господарської діяльності. На різних етапах існування підприємства використовуються різні джерела фінансування.

Виділяються два основні види фінансування: внутрішнє та зовнішнє.

Внутрішнє фінансування – це власні кошти. В цьому випадку можна використовувати власні заощадження або фінансові ресурси власного бізнесу.

Якщо бізнес уже функціонує, внутрішнім джерелом фінансування може бути: 1) прибуток; 2) продаж майна чи інших активів; 3) зменшення оборотного капіталу; 4) кредити від постачальників; 5) амортизаційні відрахування та інші.

Для малого бізнесу в Україні прибуток не є головним джерелом, оскільки розміри прибутків невеликі. Отже, малі господарські одиниці мають обмежені можливості для перетворення прибутку на додатковий капітал з метою розширення виробництва.

Якщо вдало продати маловикористовувані активи (транспортні засоби, обладнання, приміщення тощо), то можна отримати необхідні гроші. Однак основний капітал, особливо зношений, продати на ринку складно, а то й неможливо. У стартовій ситуації краще активи брати в оренду, ніж купувати у власність.

Спроба зменшити запаси, незавершене виробництво – це вилучення грошей з обороту, що означатиме спад господарської активності, що автоматично відіб'ється на обсягах виторгу та прибутках фірми.

Якщо постачальник погоджується на оплату покупцем рахунків через деякий проміжок часу після отримання товару, то це може дати останньому деякі необхідні короткострокові засоби. Нині практикують поставки товарів «під реалізацію» на термін не більше 1 місяця. Покупець (торговельна фірма) переказує кошти на рахунок постачальника в міру реалізації товару. При цьому відсотки за товарний кредит не сплачуються, бо це не передбачається договором поставки.

Зношена частина основного капіталу (обладнання, устаткування) поступово накопичується у грошовій формі у спеціальному амортизаційному фонді. Амортизація нараховується протягом всього нормативного терміну служби основного капіталу (наприклад, деревообробного верстата, трактора, електроплити тощо), а необхідність у її використанні настає лише після фактичного його вибуття. Тому до моменту заміни основного капіталу, який вибув із експлуатації, амортизація є тимчасово вільною і може використовуватися як джерело фінансування виробництва.

Зовнішніми джерелами фінансування бізнесу можуть бути комерційні банки, небанківські фінансові установи (страхові компанії, довірчі товариства, інвестиційні фонди, інвестиційні компанії), приватні фірми, урядові та регіональні програми, кошти родичів і друзів та ін. В Україні фінансування малих і середніх підприємств за допомогою випуску акцій є поодиноким явищем (акціонерне товариство як організаційно-правова форма є типовою не для малих, а для великих підприємств).

Кошти родичів і друзів за своїми обсягами та строками є далеко не основним джерелом. Такі кошти використовуються для формування стартового капіталу або в екстраординарних випадках функціонування бізнесу. Часто – це короткострокові безпроцентні позики, які не проходять через бухгалтерію, тому встановлення їх розміру є проблемою.

Ще одним джерелом фінансування малих підприємств є багаті люди, тобто власники приватних фірм (приватні інвестори). В США, наприклад, з цього джерела фінансується близько 30 тис. фірм-початківців. В Україні це явище також існує, але у незрівнянно менших обсягах. Приватні особи, які розпоряджаються своїм капіталом, коли приймають рішення про інвестування, часто користуються послугами радників (бухгалтерів, фінансистів, технічних експертів, юристів).

Банки висувають малим фірмам певні вимоги:

- 1) дрібний власник мусить вкласти у проєкт 25-50% власних коштів;
- 2) потрібні гарантії у вигляді застави під кредит;
- 3) деякі банки призначають малим фірмам проценти, вищі від базової ставки для великих корпорацій.



За Додатком 5 ознайомтесь із прикладами програм кредитування підприємств банківськими установами в Україні.

Короткострокові кредити можуть надаватися банками у випадку тимчасової фінансової скрути. Середньострокові кредити можуть надаватися на оплату обладнання, поточні витрати, на фінансування капіталовкладень.

Довгострокові кредити надають для формування основних фондів. Об'єктами кредитування можуть бути капітальні витрати на реконструкцію, модернізацію, розширення вже наявних основних фондів, на нове будівництво тощо.



Поцікавтесь, які умови отримання кредиту за державною програмою «Доступні кредити 5-7-9%» (наприклад, за посиланням <https://www.oschadbank.ua/ua/business/579>).

Банківські кредити поділяються на забезпечені заставою (майном, майновими правами); гарантовані (банками, фінансами або майном третіх осіб); з іншим забезпеченням (порука, посвідчення страхової організації) і незабезпечені.

Наприклад, 1) відступлення права на оренду (банк надає позику підприємству, а за це автоматично отримує орендну плату); 2) відкриття гарантійних депозитних рахунків (кредит видається під депозит в банку); 3) використання страхових полісів (банк видає кредит під заставу страхового поліса) та ін.

В практику малого бізнесу України активно впроваджується комерційний кредит – товарна форма кредиту, об'єктом якого можуть бути реалізовані товари, виконані роботи, надані послуги, на які продавцем надається відстрочка платежу.



Змодельуйте приклади ситуацій у підприємницькій діяльності, коли один підприємець дає товар із відстрочкою платежу іншому; обговоріть переваги та ризики для обох учасників такої кредитної угоди.

Іпотечний кредит – це кредит під заставу нерухомого майна. Кредиторами з іпотеки можуть бути іпотечні банки або спеціальні іпотечні компанії, а також комерційні банки. Предметом іпотеки у разі надання кредиту можуть бути житлові будинки, квартири, виробничі споруди, магазини, земельні ділянки, які є власністю позичальника.



Дослідіть види та умови надання кредиту фізичним особам-підприємцям в одному з банків, відділення (філія) якого є у вашій місцевості.

VII ЕТАП:

ДО РОЗДІЛУ 5 БІЗНЕС-ПЛАНУ ЗАПИШІТЬ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ БІЗНЕСУ, ВКЛЮЧІТЬ ОБЧИСЛЕННЯ ВИТРАТ НА ОБСЛУГОВУВАННЯ КРЕДИТУ (ЗА УМОВИ ЗАЛУЧЕННЯ ПОЗИЧЕНИХ ГРОШЕЙ).



ТЕМА 5

Реєстрація підприємницької діяльності

5.1

ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: СУТНІСТЬ, ПОРЯДОК, ТЕРМІНИ

Державна реєстрація суб'єкта підприємництва здійснюється на основі Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань». (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text>)

СТАТТЯ 1.

4) державна реєстрація юридичних осіб, громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб-підприємців (далі – державна реєстрація) – офіційне визнання шляхом засвідчення державою факту створення або припинення юридичної особи, громадського формування, що не має статусу юридичної особи, ... засвідчення факту набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, зміни відомостей, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, про юридичну особу та фізичну особу-підприємця, а також проведення інших реєстраційних дій, передбачених цим Законом;



Проаналізуйте зміст фрагменту статті, виділіть ключові слова щодо суті поняття «державна реєстрація».

Отже, державна реєстрація фізичної особи-підприємця (ФОП) – це офіційне визнання факту набуття фізичною особою статусу підприємця. Поняття «державна реєстрація фізичної особи-підприємця» поширюється також на зміни відомостей про фізичну особу-підприємця в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань.

Розгляд документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій щодо фізичних осіб-підприємців здійснюється упродовж 24 годин після надходження цих документів. За проведення державної реєстрації фізичної особи підприємцем плати законодавством не передбачено.

5.2

ДОКУМЕНТИ, ЩО ПОДАЮТЬСЯ НА РЕЄСТРАЦІЮ ФОП (ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ-ПІДПРИЄМЦЯ)

Державна реєстрація проводиться на підставі документів, що подаються заявником. До початку реєстрації потрібно ознайомитися з переліком цих документів, їх зразками, вимогами щодо їхнього оформлення та ретельно підготувати весь пакет документів. До переліку документів для державної реєстрації фізичної особи-підприємця (ФОП) включено:

- 1) *заяву про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем (форма 1);*
- 2) *паспорт громадянина України.*

Для фізичної особи, яка досягла 16 років і має бажання займатися підприємницькою діяльністю, але не має повної цивільної дієздатності, потрібно подати *нотаріально засвідчену письмову згоду батьків (усиновлювачів) або піклувальника чи органу опіки та піклування.*

Якщо особа самостійно або з членами сім'ї створює сімейне фермерське господарство, то, у разі державної реєстрації фізичної особи-підприємця, необхідно надати *договір (декларацію) про створення сімейного фермерського господарства.*

Документи, що подаються для державної реєстрації, повинні відповідати вимогам, що зазначені нижче.

ПАМ'ЯТКА

- документи мають бути викладені державною мовою;
- текст документів має бути написаний розбірливо;
- документи не повинні містити підчищення або дописки, закреслені слова та інші виправлення, не обумовлені в них, орфографічні та арифметичні помилки, заповнюватися олівцем, а також містити пошкодження, які не дають змоги однозначно тлумачити їх зміст;
- документи в електронній формі мають бути оформлені згідно з вимогами, визначеними законодавством;
- заява про державну реєстрацію підписується заявником (у разі подання заяви про державну реєстрацію поштовим відправленням справжність підпису заявника повинна бути нотаріально засвідчена).

5.3 АЛГОРИТМ РЕЄСТРАЦІЇ

Реєстрацію фізичних осіб-підприємців уповноважені здійснювати: виконавчі органи місцевих рад, районні державні адміністрації (у разі прийняття відповідною радою рішення про наділення такими повноваженнями), нотаріуси, акредитовані суб'єкти. Варто зазначити, що реєстрацію осіб, які зареєстровані та переселилися з зони проведення АТО/ООС, здійснює державний реєстратор за адресою тимчасового проживання особи незалежно від місця проживання в межах України.

З метою спрощення реєстраційної процедури, забезпечення зручного пошуку необхідної форми заяви, полегшення та прискорення процесу заповнення відповідних документів, Міністерством юстиції України було затверджено нові форми заяв, що подаються для державної реєстрації з 1 червня 2020 року.

ОСНОВНІ ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ ЗАЯВИ:

- 1) заява заповнюється друкованими літерами;
- 2) якщо певна сторінка заяви не заповнюється через відсутність відомостей, що містяться на ній, така сторінка не підписується заявником і не подається;
- 3) друк заяви може здійснюватися з обох сторін аркуша;
- 4) при обранні певних полів у заяві проставляється знак «V» або інший подібний знак, що свідчитиме про обрання певного поля;
- 5) заповнення у заяві більше відомостей, ніж необхідно, не заборонено.

ПРАКТИЧНА РОБОТА № 5

«Заповнення реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи підприємцем (форма 1)».

Роздрукуйте зразок заяви (форма 1) та заповніть її відповідно до вимог.

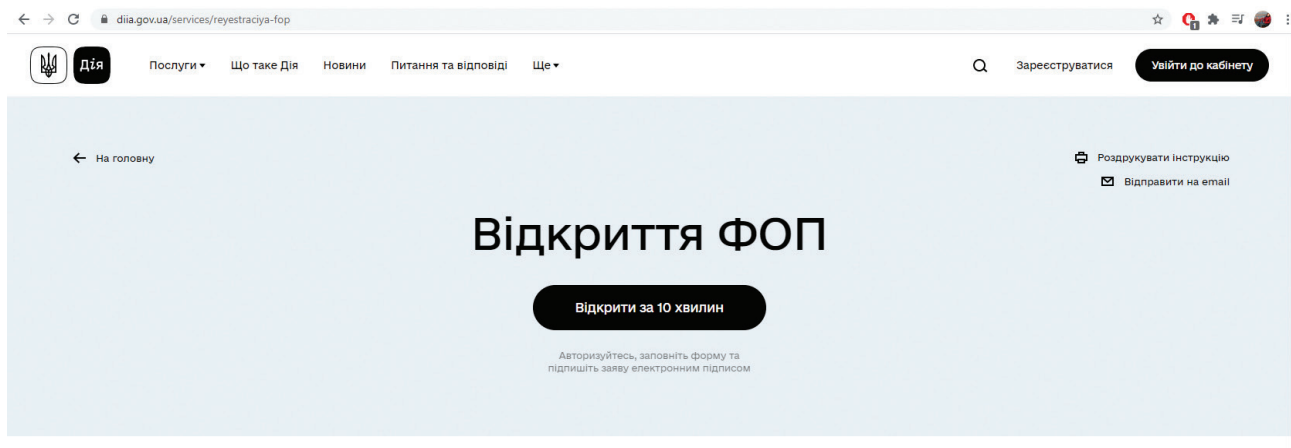
(з 01 червня 2020 року)		2 сторінка		форма 1	
Місцезнаходження:		<input type="checkbox"/>	індекс	<input type="checkbox"/>	Автономна Республіка Крим
		<input type="checkbox"/>	область	<input type="checkbox"/>	м. Київ
		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	м. Севастополь
назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя) <input style="width: 100%;" type="text"/>					
назва району (для населених пунктів районного підпорядкування) <input style="width: 100%;" type="text"/>					
тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя) <input style="width: 100%;" type="text"/>					
назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом) <input style="width: 100%;" type="text"/>					
назва іменованого об'єкта (за наявності) <input style="width: 100%;" type="text"/>					
тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо <input style="width: 100%;" type="text"/>					
номер будинку		номер корпусу		тип приміщення	
<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>	
2					
номер приміщення <input style="width: 100%;" type="text"/>					
Види економічної діяльності, у тому числі основний, який вказується першим:					
1		6		11	
2		7		12	
3		8		13	
4		9		14	
5		10		15	
				16	
				17	
				18	
				19	
				20	
Прим. Якщо видів економічної діяльності більше ніж полів, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 2 заяви. При цьому в полі "Види економічної діяльності, у тому числі основний, який вказується першим" проставляється відповідно символ та число "№1", "№2" і т.д. В такому разі відомості про заявника та спосіб отримання виписки в паперовій формі заповнюються на останньому із аркушів сторінки 2 заяви.					
Фізичною особою - підприємцем створено сімейне фермерське господарство <input type="checkbox"/>					
Інформація для здійснення зв'язку з фізичною особою - підприємцем:					
номер телефону та/або			додатково номер телефону/факсу (за бажанням)		
<input style="width: 100%;" type="text"/>			<input style="width: 100%;" type="text"/>		
+ 3 8 0			+ 3 8 0		
адреса електронної пошти <input style="width: 100%;" type="text"/>					
адреса сторінки в мережі Інтернет (за бажанням) <input style="width: 100%;" type="text"/>					
Відомості про заявника та спосіб отримання виписки в паперовій формі (у випадку подання заяви в паперовій формі)					
Заявником є: <input type="checkbox"/> фізична особа - підприємець (фізична особа, яка має намір стати підприємцем) <input type="checkbox"/> уповноважена особа, а саме:					
прізвище <input style="width: 100%;" type="text"/>					
ім'я <input style="width: 100%;" type="text"/>					
по батькові (за наявності) <input style="width: 100%;" type="text"/>					
паспортні дані (серія/номер або номер)			номер телефону		
<input style="width: 100%;" type="text"/>			<input style="width: 100%;" type="text"/>		
/			+ 3 8 0		
Прошу надати виписку у паперовій формі (за бажанням): <input type="checkbox"/> особисто заявнику <input type="checkbox"/> поштовим відправленням на адресу місцезнаходження					
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40%; border-bottom: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 20%; border-bottom: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"></div> <div style="width: 40%; border-bottom: 1px solid black; margin-bottom: 5px;"></div> </div> <p style="text-align: center;">підпис дата</p>					

(з 01 червня 2020 року)	3 сторінка	форма 1
Відомості про особу, яка може вчиняти дії від імені фізичної особи - підприємця (за наявності)		
Тип дії (у разі державної реєстрації змін до відомостей про фізичну особу - підприємця):		
<input type="checkbox"/> зміна відомостей	<input type="checkbox"/> включення	<input type="checkbox"/> виключення
Прізвище	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Ім'я	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
По батькові (за наявності)	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Дата народження	Реєстраційний номер облікової картки платника податків або	
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Унікальний номер запису в ЄДДР (за наявності)	паспортні дані (серія/номер або номер)	
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
<i>Прим. Паспортні дані вказуються виключно для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта.</i>		
Обмеження щодо представництва фізичної особи - підприємця:	<input type="checkbox"/> відсутні	<input type="checkbox"/> наявні:
<input style="width: 100%; height: 40px;" type="text"/>		
<i>Прим. Якщо осіб, які можуть вчиняти дії від імені фізичної особи - підприємця, більше ніж одна, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 3 заяви. При цьому в полі "Відомості про особу, яка може вчиняти дії від імені фізичної особи - підприємця" проставляється відповідно символ та число "№1", "№2" і т.д.</i>		
_____		<input style="width: 100%;" type="text"/>
підпис		дата

(з 01 червня 2020 року)	4 сторінка	форма 1
Відомості про обрання системи оподаткування (за бажанням у разі подання заяви для державної реєстрації фізичної особи підприємцем)		
<input type="checkbox"/> Зареєструвати платником податку на додану вартість з	<input type="text" value="д д . м м . р р р р р"/>	
<input type="checkbox"/> Обираю спрощену систему оподаткування, обліку та звітності з	<input type="text" value="д д . м м . р р р р р"/>	або
<input type="checkbox"/> з дати державної реєстрації підприємцем		
Група платника єдиного податку:	<input type="checkbox"/> перша група	<input type="checkbox"/> друга група
	<input type="checkbox"/> третя група	<input type="checkbox"/> четверта група
Обрана ставка єдиного податку	<input type="text" value=""/>	відсотків
Місце провадження господарської діяльності:	<input type="checkbox"/> місцезнаходження	<input type="checkbox"/> територія України
	<input type="checkbox"/> інша адреса:	
<input type="text" value=""/>	<input type="checkbox"/> індекс	<input type="checkbox"/> Автономна Республіка Крим
	<input type="checkbox"/> область	<input type="checkbox"/> м. Київ
	<input type="checkbox"/> м. Севастополь	
назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя)	<input type="text" value=""/>	
назва району (для населених пунктів районного підпорядкування)	<input type="text" value=""/>	
тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя)	<input type="text" value=""/>	
назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом)	<input type="text" value=""/>	
назва іменованого об'єкта (за наявності)	<input type="text" value=""/>	
тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо	<input type="text" value=""/>	
номер будинку	номер корпусу	тип приміщення
<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>
Обрані види економічної діяльності:	<input type="checkbox"/> усі, зазначені у заяві (сторінка 2)	<input type="checkbox"/> деякі із зазначених у заяві (сторінка 2), а саме:
<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="7"/>
<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="5"/>	<input type="text" value="8"/>
<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="9"/>
	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="11"/>
	<input type="text" value="12"/>	<input type="text" value="13"/>
		<input type="text" value="14"/>
		<input type="text" value="15"/>
<input type="checkbox"/> Підписанням цієї заяви, у тому числі уповноваженою особою, фізична особа - підприємець зобов'язується перебуваючи на спрощеній системі оподаткування, обліку та звітності не здійснювати види діяльності, передбачені підпунктом 291.5.1 пункту 291.5 статті 291 Податкового кодексу України.		
Відомості про заявника - уповноважену особу (у разі подання заяви з відомостями про обрання системи оподаткування уповноваженою особою):		
прізвище	<input type="text" value=""/>	
ім'я	<input type="text" value=""/>	
по батькові (за наявності)	<input type="text" value=""/>	
реєстраційний номер облікової картки платника податків або	паспортні дані (серія/номер або номер)	
<input type="text" value=""/>	<input type="text" value=""/>	
<i>Прим. Паспортні дані вказуються виключно для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта.</i>		
	<input type="text" value=""/>	<input type="text" value="д д . м м . р р р р р"/>
	підпис	дата

Документи можуть бути подані у паперовій формі (подаються особисто заявником або поштовим відправленням (бажано рекомендованим листом з описом вкладення та повідомленням про вручення) або в електронній (документи подаються заявником через портал електронних сервісів).

Для того, щоб подати заяву для державної реєстрації фізичної особи підприємцем, необхідно зареєструватися (наприклад, за посиланням <https://diia.gov.ua/services/reystraciya-fop> або <https://igov.gov.ua/service/1495/general>) та виконати вказані на сайті дії. Інструкцію можна прослухати за посиланням: <https://www.youtube.com/watch?v=sFqBqTfbibo>.



Заява формується заявником в електронній формі з обов'язковим долученням до неї електронних копій оригіналів документів для державної реєстрації, виготовлених шляхом сканування. Заява та документи для державної реєстрації в електронній формі подаються з обов'язковим накладенням заявником власного електронного цифрового підпису (ЕЦП). Після формування заяви та долучення до неї документів для державної реєстрації в електронній формі, такі заява та документи за допомогою програмних засобів ведення Єдиного державного реєстру блокуються, тому їх не можна змінювати, редагувати. Моментом прийняття заяви та документів вважається дата і час реєстрації заяви у Єдиному державному реєстрі.

5.4 ПІДСТАВИ ДЛЯ ВІДМОВИ У РЕЄСТРАЦІЇ

Розгляд документів, поданих для державної реєстрації, може бути зупинений. Підставами для зупинення розгляду документів є

- 1) подання документів або відомостей не в повному обсязі;
- 2) невідповідність документів вимогам до оформлення;
- 3) невідповідність відомостей, зазначених у заяві про державну реєстрацію, відомостям, зазначеним у документах, поданих для державної реєстрації, або відомостям, що містяться в Єдиному державному реєстрі;
- 4) невідповідність відомостей, зазначених у документах, поданих для державної реєстрації, відомостям, що містяться в Єдиному державному реєстрі;

- 5) невідповідність реєстраційного номера облікової картки платника податків або серії та номера паспорта відомостям, що містяться в інформаційних системах інших органів державної влади;
- 6) подання документів з порушенням встановленого законодавством строку для їх подання.

Розгляд документів зупиняється на термін, що становить 15 календарних днів із дати їх зупинення. Повідомлення про зупинення розгляду документів із зазначенням строку та виняткового переліку підстав для його зупинення та рішення суб'єкта державної реєстрації про зупинення розгляду документів розміщуються на порталі електронних сервісів у день зупинення та надсилаються заявнику на адресу його електронної пошти.

Підстави для відмови у державній реєстрації фізичної особи підприємцем:

- 1) документи подано особою, яка не має на це повноважень;
- 2) не усунуто підстави для зупинення розгляду документів протягом встановленого строку;
- 3) є обмеження щодо підприємницької діяльності, встановлені законом;
- 4) в Єдиному державному реєстрі є запис, що фізична особа вже зареєстрована як ФОП;
- 5) подані документи суперечать вимогам законів України (частина друга статті 28 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань»).

Повідомлення про відмову у проведенні державної реєстрації повинно містити посилання на конкретну норму (пункт, статтю) законодавства із зазначенням, що саме порушено під час оформлення та подання документів, а також повинно бути зазначено, який саме пункт чи стаття поданого заявником документа (статуту, протоколу тощо) не відповідає нормам законодавства.

Відмова у державній реєстрації здійснюється протягом 24 годин після надходження документів, поданих для державної реєстрації, крім вихідних та святкових днів. Після усунення причин, що були підставою для відмови у державній реєстрації, заявник може оскаржити таке рішення протягом 60 календарних днів від дня його прийняття (або від дня, коли особа дізналася про порушення її прав відповідною дією чи бездіяльністю) та повторно подати документи для державної реєстрації.

Фізичній особі, яка зареєструвалася підприємцем, потрібно:

- 1) отримати ключ електронного цифрового підпису, щоби подавати звітність через Інтернет (безкоштовно – в Акредитованих центрах сертифікованих ключів (далі – АЦСК) податкової чи в будь-якому іншому АЦСК);
- 2) відкрити поточний рахунок підприємця, якщо особа планує отримувати дохід у безготівковій формі.

5.5

КЛЮЧ ЕЛЕКТРОННОГО ЦИФРОВОГО ПІДПИСУ

Усі особи можуть підтверджувати будь-які свої дії швидко та просто за допомогою електронного цифрового підпису (ЕЦП). Отримати його можна через будь-який акредитований центр сертифікації ключів (АЦСК) чи банк (наприклад, Приватбанк).

Щоб отримати ЕЦП через будь-який з центрів реєстрації, потрібно зробити 4 кроки:

- зібрати документи;
- зареєструватися в одному з Центрив сертифікації;
- прийти в Центр з документами та чистим носієм інформації (флеш-пам'ять чи диск DVD-R);
- за допомогою фахівців згенерувати ключі та записати їх на носій.

ДОКУМЕНТИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ОТРИМАННЯ ЕЦП:

- 1) реєстраційна картка (для фізичної особи) встановленого зразка, заповнена та підписана у двох примірниках;
- 2) копія паспорта (копії 1-2 сторінок 1-2 та 3-6 за наявності відміток) та сторінка з відміткою про реєстрацію місця проживання) або копія паспорта виготовленого у формі картки, що містить безконтактний електронний носій (копії лицьового та зворотного боку та копія паперового витягу з Держреєстру про адресу реєстрації місця проживання, або копія Довідки про реєстрацію місця проживання фізособи);
- 3) копія картки платника податків, засвідчена підписом власника (за наявності у паспорті реєстраційного номера облікової картки платника податків, може бути подана копія сторінки паспорта з відповідною відміткою).

Повний список Центрив сертифікації доступний за посиланням <https://acskidd.gov.ua/contacts>.

The screenshot shows the website acskidd.gov.ua/contacts. The page title is "КВАЛІФІКОВАНИЙ НАДАВАЧ ЕЛЕКТРОННИХ ДОВІРЧИХ ПОСЛУГ ІНФОРМАЦІЙНО-ДОВІДКОВОГО ДЕПАРТАМЕНТУ ДПС". The date and time are 01.04.2021 20:58:43. The navigation menu includes "ГОЛОВНА СТОРІНКА", "НОРМАТИВНА БАЗА", "КОНТАКТИ", and "ВАКАНСІЇ". A message says "Скористайтесь сервісом повторного (дистанційного) формування сертифікатів без особистої присутності." The "Контакти" section provides the following information:

Кваліфікований надавач ЕДП Інформаційно-довідковий департамент ДПС
 04655, м. Київ-53, Львівська пл., 8
 тел.: 0 800 501 007 (напрямок 2) для отримання консультацій
 тел.: (044) 284-00-10 для блокування та скасування кваліфікованих сертифікатів
 факс: (044) 284-09-35
 inform@acskidd.gov.ua

(особистий прийом не здійснюється, для отримання електронних довірчих послуг необхідно звертатися до одного з пунктів обслуговування)

Пункти обслуговування

- ▶ м. Київ
- ▶ Вінницька область

The right sidebar contains a "АКТУАЛЬНО" section with two announcements:

- 16/02/2021**
Електронний підпис – ключ до цифрового світу! Освітній курс від Міністерства цифрової трансформації України. [детальніше](#)
- 18/11/2020**
Про перехід з незахищеного носія ключової інформації на захищений носій ключової інформації у програмному забезпеченні «ІТ Користувач ЦСК-1» [детальніше](#)

At the bottom, there is a button "всі анонси" and a logo for the Information and Reference Department of the DPSC with the phone number 0 800 501 007.

ОСНОВНІ ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ РЕЄСТРАЦІЙНОЇ КАРТКИ:

- 1) заповнюється українською мовою, друкованими літерами, без виправлень;
- 2) поля «Прізвище», «Ім'я» та «По батькові» є обов'язковими для заповнення;
- 3) у полі «Реєстраційний номер облікової картки платника податків обов'язково зазначається реєстраційний номер облікової картки платника податків заявника, а якщо через релігійні переконання заявник відмовився від реєстраційного номера облікової картки платника податків, необхідно заповнювати серію та номер паспорта/номер ID-картки;
- 4) у полі «Відомості щодо реєстрації місця проживання згідно з паспортним документом:», зазначається інформація щодо реєстрації місця проживання згідно з паспортом;
- 5) поля «Телефон» та «E-mail» є обов'язковими для заповнення (за бажанням заявника, у разі наявності позначки у відповідному полі, інформація щодо номеру телефону та e-mail вноситься до кваліфікованого сертифіката;
- 6) поля «Ключова фраза голосової автентифікації» та «Питання, що допоможе згадати ключову фразу» обов'язково заповнюються; дані поля будуть використовуватись для ідентифікації користувача у разі блокування/ скасування кваліфікованого сертифіката у телефонному режимі.

Формування кваліфікованого сертифіката електронної печатки здійснюється:

- тільки для фізичних осіб-підприємців і тільки для використання їх у програмних реєстраторах розрахункових операцій,
- за умови заповнення блоку «Відомості щодо формування кваліфікованого сертифіката електронної печатки для використання у програмних реєстраторах розрахункових операцій ФІЗИЧНИМИ ОСОБАМИ-ПІДПРИЄМЦЯМИ» та блоку «Засоби зв'язку (заповнюється обов'язково)».

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Інформаційно-довідкового
департаменту ДПС
11.03.2020 № 58

РЕЄСТРАЦІЙНА КАРТКА для фізичної особи

Заповнюється українською мовою, друкованими літерами (ручкою одного кольору або у друкованому вигляді) у 2-ох примірниках, та приймається до розгляду, якщо немає виправлень, дописок чи необумовлених зауважень (заповнення олівцем не допускається)

Розділ 1. Заява на реєстрацію	
Прізвище	
Ім'я	
По батькові	
Реєстраційний номер облікової картки платника податків (або серія та номер паспорта/номер ID-картки, якщо через релігійні переконання заявник відмовився від реєстраційного номера облікової картки платника податків)	<input type="text"/>
Відомості щодо реєстрації місця проживання згідно з паспортним документом:	
Область (для м. Києва та м. Севастополя не заповнюється)	
Населений пункт	
Питання, що допоможе згадати ключову фразу	
Ключова фраза голосової автентифікації	
Погоджуюсь на публікацію кваліфікованого сертифіката на інформаційному ресурсі Надавача	<input type="checkbox"/>

Засоби зв'язку (заповнюються обов'язково):	
Телефон	+38 <input type="text"/>
E-mail	<input type="text"/>
Внести телефон та E-mail до кваліфікованого сертифіката	<input type="checkbox"/>

Відомості щодо формування кваліфікованого сертифіката електронної печатки для використання у програмних реєстраторах розрахункових операцій ФІЗИЧНИМИ ОСОБАМИ - ПІДПРИЄМЦЯМИ	
Електронна печатка (для РРО)	№ <input type="text"/>
Питання, що допоможе згадати ключову фразу	
Ключова фраза голосової автентифікації	
Погоджуюсь на публікацію кваліфікованого сертифіката електронної печатки на інформаційному ресурсі Надавача	<input type="checkbox"/>

Розділ 2. Заява-приєднання до Договору про надання електронних довірчих послуг	
Заявник відповідно до статті 634 Цивільного кодексу України шляхом подання цієї Реєстраційної картки приєднується до Договору про надання електронних довірчих послуг (далі – Договір) та його умов, встановлених Інформаційно-довідковим департаментом ДПС, розміщеного на офіційному інформаційному ресурсі кваліфікованого надавача електронних довірчих послуг Інформаційно-довідкового департаменту ДПС (далі – Надавач) – www.acskidd.gov.ua .	
Заявник підписом засвідчує, що він ознайомився з умовами Договору та нормативними документами у сфері електронних довірчих послуг, погоджується з ними та зобов'язується їх виконувати у повному обсязі.	
Подання цієї Реєстраційної картки є підставою для надання Надавачем Заявнику електронних довірчих послуг.	
Підписавши цю заяву Заявник засвідчує повне розуміння змісту Договору, значень термінів і всіх його умов; вільне волевиявлення укласти Договір, шляхом приєднання до його умов у повному обсязі.	
Підписавши цю Реєстраційну картку, Ви підтверджуєте достовірність та правильність зазначеної в ній інформації, погоджуєтесь на формування кваліфікованих сертифікатів відкритих ключів за вказаними даними та зобов'язуєтесь негайно повідомляти про зміну даних, зазначених у цій Реєстраційній картці.	
Державні установи для засвідчення чинності відкритого ключа використовують лише кваліфікований сертифікат відкритого ключа, а для здійснення повноважень, спрямованих на набуття, зміну чи припинення прав та/або обов'язків фізичної або юридичної особи відповідно до закону, здійснення інформаційного обміну з іншими юридичними особами, - виключно захищені носії особистих ключів.	

Реєстраційна картка приймається до розгляду протягом п'яти робочих днів з дня її підписання.

« » _____ 20 р. _____
Дата Підпис замовника Ініціали, ПРИЗВИЩЕ

Даний блок заповнюється адміністратором реєстрації	
Запит до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, ФОП та громадських формувань	<input type="text"/>
Причина відмови	<input type="text"/>
« <u> </u> » _____ 20 <u> </u> р. _____	_____ МП _____ Дата Підпис адміністратора реєстрації Ініціали, ПРИЗВИЩЕ
Обліковий номер Реєстраційної картки	<input type="text"/>

ПРАКТИЧНА РОБОТА № 6

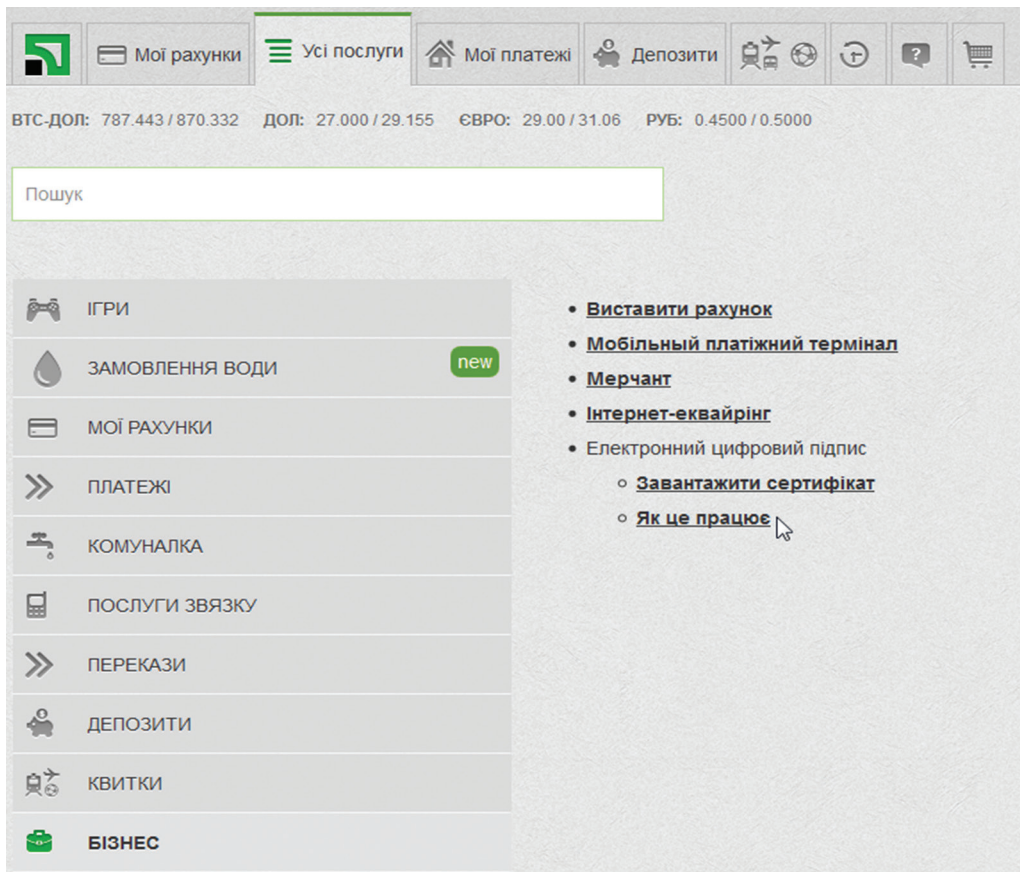
«Оформлення електронного цифрового підпису (ЕЦП) для подання звітності».

Роздрукуйте зразок реєстраційної картки для фізичної особи та заповніть її відповідно до вимог.

Якщо особа є клієнтом банку, можна отримати ЕЦП через систему, наприклад, Приват24 (Приватбанк). Порядок дій:

1) зайдіть у меню в такій послідовності:

«Усі послуги» → «Бізнес» → «Завантажити сертифікат».



- 2) заповніть заявку на отримання сертифіката (зважте, що поле «E-mail» обов'язкове для заповнення); перевірте написання прізвища, імені та по батькові, електронної пошти з дотриманням прописних літер; після перевірки даних натисніть одну з кнопок: «Дані вірні» або «Дані невірні».

ВТС-ДОЛ: 787.443 / 870.332 ДОЛ: 27.000 / 29.155 ЄВРО: 29.00 / 31.06 РУБ: 0.4500 / 0.5000

Пошук

П.І.Б.

Населений пункт

Область

E-mail

- 3) виберіть директорію, в якій у вас є права на запис, для створення в ній файлу – сховища ключів.

ВТС-ДОЛ: 787.443 / 870.332 ДОЛ: 27.000 / 29.155 ЄВРО: 29.00 / 31.06 РУБ: 0.4500 / 0.5000

Пошук

Виберіть директорію для зберігання ключів

- 4) створіть пароль на файл – сховище ключів (мінімальна довжина паролю – 8 символів, він може містити букви латинського алфавіту та цифри).

ВТС-ДОЛ: 787.443 / 870.332 ДОЛ: 27.000 / 29.155 ЄВРО: 29.00 / 31.06 РУБ: 0.4500 / 0.5000

Пошук

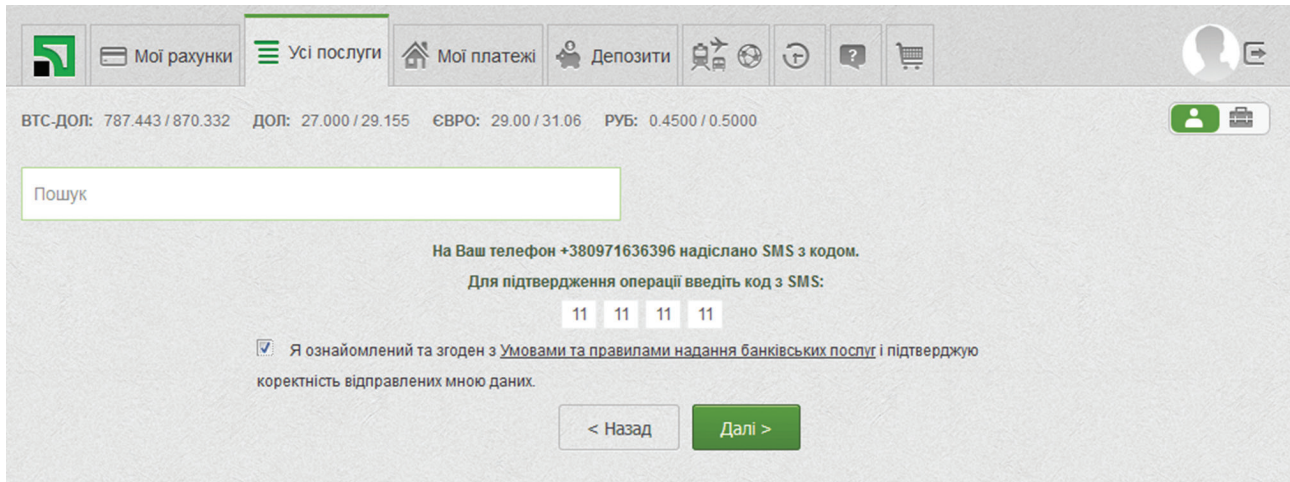
Ваш ключ буде записано у файл: C:\Program Files (x86)\pb_3269409759.jks

Вигадайте пароль до сховища ключів

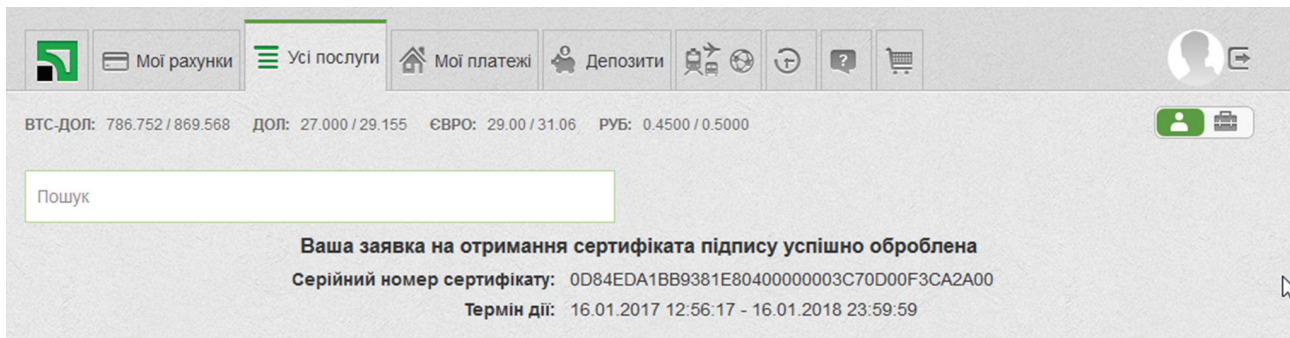
Повторіть пароль до сховища ключів

Мінімальна довжина пароля 8 символів, символи латинського алфавіту і цифри.

- 5) на наступній сторінці введіть код, що надійшов повідомленням SMS або в мобільному додатку Privat24. Поставте «галочку» навпроти пункту «Я ознайомлений та згоден з Умовами та правилами надання банківських послуг і підтверджую коректність даних, відправлених мною» та натисніть «Далі».



- б) заявка на отримання сертифіката сформується автоматично: з'явиться вікно з відповідним повідомленням та інформацією щодо сертифіката.



VIII ЕТАП:

ДО РОЗДІЛУ 4 БІЗНЕС-ПЛАНУ («ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН») ЗАПИШІТЬ УСІ КРОКИ РЕЄСТРУВАННЯ БІЗНЕСУ.



ТЕМА 6

Організація виробництва товару / послуги

6.1

ВИРОБНИЦТВО: СУТЬ, ВИДИ, РЕСУРСИ

Виробництво – цілеспрямована діяльність людей, що має на меті задоволення їхніх потреб. Результатом виробництва є створення благ – товарів і послуг.

Процес виробництва здійснюється не ізольованими суб'єктами господарювання, а в суспільстві, в системі суспільного поділу праці. Навіть окремих перукар-підприємець, власник кав'ярні чи фермер, вважаючи, що він діє цілком незалежно, насправді пов'язаний тисячами господарських ланцюжків з іншими людьми.

Виробництво може бути структуроване за різними ознаками.

Важливим підходом є його розгляд з точки зору поділу на **матеріальне** та **нематеріальне**. Матеріальне виробництво – це створення матеріальних благ (промисловість, сільське господарство, будівництво), а також матеріальних послуг (транспорт, торгівля, комунальне господарство, побутове обслуговування, ремонт взуття, пошиття одягу, прання, хімічне чищення тощо). Нематеріальне виробництво охоплює види економічної діяльності, в яких створюються нематеріальні блага (духовні та інші цінності), а також надаються нематеріальні послуги (охорона здоров'я, освіта тощо).

Існує поділ виробництва на **первинне**, **вторинне** та **третинне**. Первинне виробництво ґрунтується на безпосередньому привласненні того, що дає людині природа: землеробство, тваринництво, гірничодобувна промисловість, лісове господарство, рибальство тощо. Вторинне виробництво ґрунтується на первинному і є похідним від нього. Воно охоплює всі галузі обробної промисловості, що створюють засоби виробництва та продукти споживання, а також будівництво. Третинне виробництво, що є похідним від первинного та вторинного – це створення різноманітних послуг. Останні поділяються на такі, що обслуговують виробництво (маркетингові, аудиторські, страхові тощо), та на особисті (послуги перукаря, візажиста, стоматолога, таксиста, шиномонтажника тощо).



Визначте, до яких типів відносять ті виробництва, у яких ви працюватиме за фахом.

Сукупність видів діяльності, які обслуговують виробництво, становить виробничу інфраструктуру. Соціальна інфраструктура охоплює ті види економічної діяльності, які безпосередньо задовольняють соціальні потреби: охорона здоров'я, освіта, житлово-комунальне та побутове обслуговування, пасажирський транспорт і зв'язок, культура, мистецтво тощо.

В процесі виробництва створюється суспільний продукт, який проходить взаємопов'язані стадії: виробництво, розподіл, обмін та споживання.

Просте виробництво – це процес, при якому виробництво з року в рік відбувається у незмінному розмірі. Результатом розширеного виробництва є збільшення обсягів суспільного продукту.

Створення товарів та послуг, призначених для задоволення потреб, вимагає використання певних ресурсів.

Під «**виробничими ресурсами**» розуміють усі природні, людські та вироблені людиною ресурси, які використовуються для виробництва товарів і послуг.

Виробничі ресурси поділяють на п'ять видів:



До поняття «**земля**» відносять усі природні ресурси, які використовують у виробничому процесі: рілля, пасовища, ліси, мінеральні та водні ресурси тощо.

У процесі виробництва використовуються не тільки природні ресурси, але й все те, що вже зазнало впливу людської праці та стало результатом попереднього процесу виробництва (проміжні продукти). Це товари, які слугують напівфабрикатами й сировиною для виготовлення інших благ.

Наприклад, для випікання пиріжків використовують борошно, олію, дріжджі, які були зроблені в іншому виробництві, та вже є готовим товаром. Вони придбані для того, щоб із них виготовити інший товар – пиріжки.

Ресурс «**капітал**» охоплює усі виробничі знаряддя, тобто усі види інструментів, машин, устаткування, а також фабрично-заводські, складські та транспортні засоби, збутову мережу, які використовують у виробництві товарів і послуг та постачанні їх до кінцевого споживача. Процес виробництва та придбання капітальних ресурсів називають інвестуванням. Гроші безпосередньо нічого не виробляють, тому їх не розглядають як виробничий ресурс.

Ресурс «**праця**» – це всі фізичні та розумові здібності людини, що застосовуються у виробництві товарів і по-слуг. Професійну діяльність токаря, продавця, водія, учителя, пекаря визначають загальним поняттям «праця».

Особливий людський ресурс має назву «**підприємницькі здібності**».



Пригадайте основні риси й функції підприємця.

Останнім часом дедалі більше економістів визнає повноправним виробничим ресурсом **інформацію**.

Економічні ресурси мають загальну властивість: вони **рідкісні**, тобто кількість їх **обмежена**. Кількість земель, корисних копалин, капітального устаткування та робочої сили (робочого часу) є обмеженою.

Виробничі ресурси поділяються на відтворювані та невідтворювані. До відтворюваних ресурсів належать ті, що створюються та відновлюються природою (вода, ґрунт, ліс, мисливські ресурси) та суспільством (засоби виробництва). До відтворюваних одночасно як природою, так і суспільством, належать трудові ресурси: люди народжуються біологічними істотами та набувають у суспільстві необхідних знань і навичок для виробничої діяльності. До невідтворюваних належить більшість видів корисних копалин. Крім того, час відтворення деяких ресурсів (ґрунт, ліс) є тривалим у порівнянні з середньою тривалістю життя людини.

Проблема обмеженості зумовлює необхідність не лише економії ресурсів і зростання їхньої віддачі, але також оптимізації процесу споживання, збереження та охорони навколишнього середовища, забезпечення перспектив для розвитку виробництва і споживання. Кожен із нас живе у світі обмежених можливостей: обмежені фізичні та інтелектуальні можливості людини, обмежено час, який вона може приділити тій чи іншій справі, обмежені засоби, які людина могла б використати для досягнення певної мети. І не тільки окрема людина, а й усе суспільство в цілому обмежене у своєму прагненні до добробуту.

6.2

ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ВИРОБНИЦТВА

Для суспільства та окремого підприємця дуже важливо знати, якою ціною можливе зростання обсягу виробленого товару чи послуги. Найважливіша категорія економіки – **ефективність**.

Ефективність можна визначити як співвідношення між результатом і витратами для досягнення цього результату. Якщо підприємець здійснює свою діяльність з мінімальними витратами усіх факторів виробництва, то говорять про високу ефективність виробництва даного господарського суб'єкта. Інакше кажучи, чим менше обсяг витрат і чим більше величина, в якій втілений результат господарювання, тим вища ефективність.

Відношення «результат/витрати» може бути виражене як в натуральних, так і в грошових величинах; показник ефективності в цьому випадку може виявитися різним для однієї і тієї ж ситуації.

Наприклад, майстер може ремонтувати один автомобіль упродовж п'яти днів і заробити 15 000 грн, а може за цей час відремонтувати два автомобілі, але отримати 10 000 грн.



Наведіть приклади різної ефективності виробництва в натуральних і грошових величинах у своїй галузі.

Розподільна ефективність означає, що ресурси скеровуються на виробництво тих товарів та послуг і в такому їх співвідношенні, яке найбажаніше для суспільства, відповідає попиту. Вона досягається тоді, коли виробляється продукція, що має найкращу, або оптимальну для суспільства, структуру.

Наприклад, мешканці містечка більш охоче купують випічку з дріжджевого тіста, ніж із листового, а попит на стрижку в кілька раз перевищує попит на фарбування волосся.

Виробнича ефективність досягається, коли бажані для суспільства товари та послуги виробляються з мінімальними витратами. Коли ми виробляємо, наприклад, керамічний посуд із найнижчими можливими витратами на одиницю продукції, то це означає, що ми витрачаємо найменшу кількість ресурсів для виробництва посуду, і, отже, більша кількість ресурсів залишається для виробництва інших потрібних товарів, наприклад, декоративних виробів.

Виробнича ефективність передбачає, що фарбувати автомобілі не можна за примітивною технологією 90-х років ХХ ст., а доцільно вико-ристовувати автоматизовану, комп'ютеризовану сучасну технологію.

Які ж фактори можуть збільшити ефективність? Передусім – це спеціалізація. Спеціалізація – це зосередження зусиль кожного з учасників господарського життя суспільства на здійсненні певного виду діяльності.

Спеціалізація має місце в тих випадках, коли господарська одиниця виробляє менший набір товарів або послуг. Наприклад, станція технічного обслуговування автомобілів може зосередити ресурси тільки на рихтуванні кузова автомобіля або ремонті двигунів; одна кав'ярня пропонує лише кілька видів кави, тоді як інша – великий асортимент кавових напоїв, кондитерських виробів і приготування меленої кави.

Чинниками зростання ефективності також є комплексна автоматизація, інформатизація, використання відновлюваних джерел енергії, нових матеріалів, біотехнологій тощо.

Продуктивність – це кількість продукції (товарів і послуг), виробленої на одиницю витрачених виробничих ресурсів. Зростання продуктивності означає виробництво більшої кількості товарів і послуг з незмінної кількості ресурсів, або виробництво тієї ж кількості товарів і послуг з меншої кількості ресурсів, або комбінацію цих двох можливостей.

Є три основні способи збільшення продуктивності: (1) спеціалізація; (2) інвестиції в капітальні блага; (3) інвестиції в людський капітал. Розглянемо детальніше основні способи підвищення продуктивності.

Поглиблення спеціалізації праці пояснюється декількома причинами. По-перше, усі люди різні, наділені різними здібностями, тому вони неоднаково пристосовані до виконання тих чи інших видів робіт. Спеціалізація дозволяє кожній людині знаходити ту сферу діяльності, той вид робіт, де її особливості виявляються найбільше повно, а праця буде найменш виснажливою. По-друге, спеціалізація дозволяє людям досягати більшої майстерності, а це дає можливість виготовляти блага чи надавати послуги вищої якості. По-третє, фахове зростання дозволяє людям витратити на виготовлення благ меншу кількість часу та уникати його втрат під час перемикавання з одного виду робіт на іншій.

Інвестиції в капітальні блага – це фінансування будівництва нових приміщень, закупівель нового устаткування, засобів зв'язку тощо. Заощадження утворюються, якщо підприємець не споживає повністю весь поточний дохід (або всю вироблену продукцію). Придбання капітальних благ часто вимагає великої кількості грошей; ці блага використовуються протягом тривалого часу, тому інвестиції у капітальні блага часто пов'язані з ризиком.

Наприклад, із появою більш досконалої технології обладнання косметичного салону може застаріти ще до того, як воно окупить себе настільки, щоби підприємець міг повернути собі вкладені гроші.

Отже, підприємці, що інвестують у капітальні блага, повинні передбачити отримання доходів, які були б достатні для того, щоб виправдати можливий ризик.

Інвестиції в людський капітал мають місце в тих випадках, коли підприємець витрачає кошти на збереження здоров'я, освіту та професійну підготовку (власну і найнятих працівників). Такі інвестиції також містять елементи ризику.



Поміркуйте, які ризики можуть бути у підприємця, який фінансує навчання і стажування найнятого працівника.

Впливати на продуктивність можуть конкретні заходи уряду і його політика. Окремі закони, політична стабільність сприяють укладенню довгострокових ділових угод та отриманню від них прибутків. Однак, діяльність держави може також гальмувати зростання продуктивності, якщо її закони служать інтересам окремих груп, або її політика негативно впливає на інвестиції, можливості розширити виробництво.

Інколи продуктивність може збільшуватися шляхом реорганізації виробничого процесу або переміщення виробництва в іншу місцевість.

Одним із показників продуктивності виробництва є продуктивність праці – кількість товарів і послуг, вироблених одним працівником в одиницю часу (за годину, день, тиждень). **Трудомісткість** застосовується для виміру витрат праці на одиницю продукції. Трудомісткість показує, скільки часу потрібно для випуску одного виробу (у натуральному вираженні) чи для виробництва продукції на одну гривню (у вартісному вираженні). Показник трудомісткості обернено пропорційний продуктивності праці.

При розрахунку продуктивності праці застосовують такі методи:

- 1) продуктивність праці виробництва однорідного товару розраховується в натуральних величинах (штуках, тоннах, літрах) і не залежить від зміни цін, тому ціни не враховуються при розрахунку продуктивності праці.

- 2) продуктивності праці у вартісному вираженні вимірюють тоді, коли підприємець виробляє різну продукцію, різної якості та складності.
- 3) порівняльну продуктивність визначають через оплату праці за одиницю часу і через ціни основних товарів.



Розв'яжіть задачу:

Кондитер виробляв 60 тістечок (корзинок з фруктами) за годину. Якщо він освоїть нове обладнання, його продуктивність може збільшитись на 20%. Якою стане продуктивність праці кондитера?

Поміркуйте, чи може кондитер претендувати на збільшення оплати праці на 20%?

6.3

КАПІТАЛЬНІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Підприємницька діяльність передбачає використання усіх видів виробничих ресурсів, але в різних пропорціях. Одні види економічної діяльності потребують освоєння у великих обсягах природних ресурсів, інші залежать від наявності достатньої кількості трудових ресурсів певної кваліфікації, треті змушені інвестувати у складне та дороге устаткування. Вибір виду економічної діяльності передбачає попереднє ознайомлення з особливостями домінуючих технологій виробництва товару чи послуги.

Для кожного виробництва можна скласти приблизний перелік обладнання та устаткування (механізми, пристрої, прилади, інструменти), необхідного для роботи.

Наприклад, швачці-підприємцю, яка надає послуги з ремонту одягу, для обладнання робочого місця потрібні: столи, стілець, світильники, швейна машина з комплектом лапок, оверлок, набори голок, ножиці різних видів, діркокол, дошка прасувальна, праска (парогенератор) тощо.

Підготовлений у своїй галузі працівник, особливо з практичним досвідом, зробить це швидше, тому що знає технологічний процес, назви окремих інструментів чи приладів. Залежно від розміру бізнесу, майстерності працівника, особливостей попиту на товар чи послугу, обсягу стартового капіталу інвестиції планують так, щоби придбати передусім найнеобхідніше.

ПРАКТИЧНА РОБОТА № 7

«Складання переліку виробничого обладнання для функціонування малого бізнесу в галузі».

На основі фахових знань у своїй галузі складіть приблизний перелік обладнання та устаткування для виробництва певного товару чи послуги фізичною особою-підприємцем I або II групи.

Щоб придбати обладнання, інструменти, техніку, підприємець формує попит на ринку капітальних ресурсів. Пропонують інвестиційні блага виробники або посередники. Ціни на стандартне устаткування формуються під впливом як попиту, так і пропозиції. На цьому ринку існує достатньо джерел інформації щодо пропонованих товарів, послуг монтажу обладнання, його обслуговування (Інтернет, місцеві газети з рекламою, рекламні листки, тематичні виставки тощо). Майбутньому підприємцю потрібно, скориставшись зі складеного переліку, ознайомитися з асортиментом, цінами, умовами продажу та поставки товару, переконатися, що є можливість укомплектувати технологічний процес найнеобхіднішими засобами виробництва.

Обладнання, механізми та інструменти можуть бути як вітчизняного виробництва, так і імпорتنі. В окремих видах виробництва сумістити компоненти різних виробників складно або неможливо.



Скористайтеся смартфоном (комп'ютером), щоб вибрати аналогічні зразки вітчизняних та імпорتنих інструментів для технологічного процесу у своїй галузі.

Цей етап у підприємницькій діяльності вимагає ретельного ознайомлення з механізмами, вивчення інструкцій, консультування, пошуку нагоди спостерігати процес експлуатації певного обладнання, можливості попрацювати з ним.

Наприклад, підібрати перукарське крісло можна швидко на спеціалізованих сайтах, зважаючи лише на зовнішній вигляд і ціну, але потрібно розумітися на відмінностях основи (диск чи хрестовина, з коліщатами чи без них?), знати недоліки та переваги піднімних механізмів (гідравлічний чи пневматичний?).

Оскільки старт у підприємницькій діяльності, як правило, супроводжується обмеженістю фінансових ресурсів, можна придбати обладнання чи інструменти, що вже були у користуванні, тобто частково зношені.

Зношеність основних фондів – це втрата ними своєї вартості. Розрізняють фізичний та моральний знос.

Фізичний знос – це поступова втрата механізмами первісної споживної вартості, зумовлена не тільки їх функціонуванням, а також їх бездіяльністю (руйнування від зовнішнього впливу, корозії). Внаслідок фізичної зношеності знижується продуктивність, збільшуються експлуатаційні витрати, змінюється режим роботи тощо. На фізичну зношеність впливають якість основних фондів, їх технічна досконалість (конструкції, вид і якість матеріалів); особливості технологічного процесу, режим роботи, організація догляду, якість і своєчасність ремонту, ступінь захищеності від зовнішніх умов (вологості, кислотності, атмосферних опадів) тощо. Часткову зношеність можна усунути шляхом ремонту.

Моральний знос – це зменшення вартості обладнання в результаті створення нових, більш продуктивних і економічно вигідних машин та устаткування, ніж ті, що перебувають в експлуатації.

Механізми мають свій термін експлуатації. **Амортизація** – це процес поступового перенесення вартості засобів виробництва на продукт, що виготовляється з їх допомогою.

Для заміщення зношеної частини основних засобів виробництва підприємці роблять амортизаційні відрахування, тобто відрахування певних грошових сум відповідно до розмірів фізичної та моральної зношеності обладнання. Амортизаційні відрахування використовуються для повного відтворення зношених основних фондів (на реновацію), а також для їх часткового відшкодування (на капітальний ремонт і модернізацію). Термін амортизації або амортизаційний строк – дата, термін повного погашення вартості засобів виробництва шляхом амортизації. За його допомогою обчислюється норма амортизації.

Найпростіший спосіб придбати обладнання, що було у використанні – здійснити пошукові операції на сайтах (наприклад, <https://www.olx.ua/>), скористатися рекламними матеріалами своєї місцевості, подати оголошення.



Розробіть зразок оголошення щодо придбання певного виду обладнання чи інструментів, що були у використанні; зазначте умови (зношеність, цінові рамки).

Є варіанти, коли продається або здається в оренду весь бізнес (все обладнання, залишки витратних матеріалів тощо).



Розгляньте варіант придбання заставного майна на торгах (аукціонах), (познайомтесь з особливістю торгів на ProZorro).

Починати бізнес зазвичай доводиться в орендованому приміщенні. Якщо існує чітке уявлення про технологічний процес, обладнання (розміри, вимоги до безпеки його експлуатації), можна окреслити параметри приміщення і розпочинати його підбір.

Потрібно врахувати, що виробниче приміщення – це замкнений простір у спеціально призначених будинках та спорудах, у яких постійно або періодично (протягом частини робочого дня) працюють люди. Мікроклімат виробничого середовища істотно впливає на стан організму працівника, його працездатність протягом робочого дня, зміни. Роботодавець зобов'язаний створити на робочому місці оптимальні або допустимі мікрокліматичні умови для збереження здоров'я працюючих. Параметри мікроклімату виробничих приміщень нормуються ДСН 3.3.6.042-99 «Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень».



Дослідіть ринок комерційної нерухомості своєї місцевості: придатні для бізнесу вільні приміщення, умови оренди, ціни.

Договір оренди комерційного приміщення зазвичай укладають на довготривалий строк. Постійна зміна приміщення не вигідна жодній зі сторін. Потенційному орендарю потрібно впевнитися, що об'єкт оренди дійсно належить власнику, щодо нього відсутні судові спори, іпотеки або арешти. Як правило, приміщення уже зареєстроване в Державному реєстрі речових прав на нерухоме майно і власник надасть вам довідку з цього реєстру, або її можна отримати самостійно. Доцільно перевірити наявність судових спорів щодо об'єкта оренди та його власника (можна скористатися сайтами <https://court.gov.ua/fair/> та <http://reyestr.court.gov.ua/>).

Договір оренди комерційної нерухомості укладається в письмовій формі. Якщо строк договору перевищує 3 роки, він підлягає нотаріальному посвідченню та державній реєстрації. Договором оренди може передбачатися підготовка приміщення для використання за цільовим призначенням. Сторони узгоджують між собою перелік, порядок та строки проведення ремонтних робіт. Орендна плата за цей період за домовленістю сторін зменшується або взагалі не нараховується. Факт передачі приміщення орендарю засвідчується актом приймання-передачі наданих послуг, де зазначається стан об'єкта на цей момент. За загальним правилом, поточний ремонт орендованого приміщення та усіх його систем здійснює орендар, а капітальний ремонт – орендодавець.

ПРАКТИЧНА РОБОТА № 8

«Розроблення плану виробничого приміщення, складання кошторису оренди приміщення на 6 місяців, рік».

ІХ ЕТАП:

ДО РОЗДІЛУ «ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН» (IV) ВНЕСІТЬ ЗАПЛАНОВАНІ КРОКИ ЩОДО ПІДГОТОВКИ ПРИМІЩЕННЯ, КУПІВЛІ/ОРЕНДИ ОБЛАДНАННЯ, ІНСТРУМЕНТІВ ТОЩО;

ДО ФІНАНСОВОГО ПЛАНУ ВКЛЮЧІТЬ ВИТРАТИ НА ПРИМІЩЕННЯ Й ОБЛАДНАННЯ ТА ВКАЖІТЬ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ

6.4 НАЙМАНІ ПРАЦІВНИКИ

Пригадайте: фізична особа-підприємець I групи може торгувати на ринку, надавати побутові послуги населенню, але виконує всю роботу самостійно, без найнятих працівників. Фізичні особи-підприємці II групи можуть наймати в штат до 10 співробітників, а для ФОПів III групи немає обмежень щодо кількості співробітників.

Реєструючись як ФОП II чи III групи, підприємець планує вихід на ринок робочої сили, передусім у своїй місцевості. Пошук працівника можна вести самостійно, а можна звернутися в службу зайнятості або приватне агентство з працевлаштування. Державний центр зайнятості надає послуги не лише тим, хто шукає роботу, але й роботодавцям: фахівці служби доберуть необхідних спеціалістів з-поміж безробітних; проведуть мініярмарок вакансій чи співбесіди з претендентами, за потреби – професійну підготовку потрібних працівників; інформацію про вільне робоче місце буде розміщено в електронній базі вакансій, на стендах, інтернет-сайті служби зайнятості та порталі державної служби зайнятості.



Познайтеся з матеріалами сайту Державної служби зайнятості, перегляньте рубрику «Роботодавцям» (<https://www.dcz.gov.ua/storinka/znayty-pracivnyka>). Установіть адресу і контактні телефони районного центру зайнятості у своїй місцевості.

Як підприємцю правильно оформити найманого працівника?

Якщо потрібно найняти працівника, який на постійній основі виконуватиме певні обов'язки, – продавець у магазин, кравчиня в ательє, майстер з манікюру в салон краси, автослюсар на СТО – укладіть з ним трудовий договір. Для виконання конкретного завдання, обмеженого в часі, достатньо підписати договір цивільно-правового характеру, наприклад, для спеціаліста з монтажних робіт достатньо підписати договір цивільно-правового характеру.

Трудовий договір укладається письмово. У ньому потрібно вказати обов'язки та права працівника і роботодавця. Один екземпляр залишає в себе підприємець, другий надають працівнику. Реєструвати трудовий договір у податковій чи центрі зайнятості не треба. Шаблони є в Інтернеті. У договорі вказують інформацію про посаду, розмір зарплати, зміст роботи, графік і вихідні, тривалість відпустки, випробувального терміну (більше нюансів прописано — легше буде довести порушення працівником умов трудового договору, якщо бажано його звільнити). У договорі не повинно бути пунктів, які порушують трудове законодавство (наприклад, робота без вихідних). Строковий трудовий договір укладають на певний строк або на час виконання роботи, а безстроковий — на невизначений строк.

Порядок оформлення працівника;

- укласти трудовий договір на підставі заяви про прийняття на роботу, в якій зазначено дату початку роботи та посаду (якщо такої заяви немає, то свій намір працювати у вас працівник підтвердив, коли підписав договір);
- взяти у працівника документи:
 - 1) паспорт або інший документ для посвідчення особи;
 - 2) реєстраційний номер облікової картки платника податків (РНОКПП);
 - 3) трудову книжку, якщо вона є;
 - 4) диплом, сертифікат або інший документ про освіту, якщо робота вимагає спеціальних знань;
 - 5) за необхідності – довідку про стан здоров'я, якщо працювати доведеться в шкідливих, небезпечних для здоров'я умовах (співробітник має пройти медогляд);
 - 6) у пільговиків, інвалідів, батьків неповнолітніх дітей або дітей-інвалідів – копії документів, що підтверджують право на пільги;
- обов'язково оформити наказ (розпорядження) про прийняття на роботу (ч. 3 ст. 24 КЗпП <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#n154>);
- повідомити податкову, що з'явився працівник (зробити це треба до того, як співробітник приступить до роботи).

ЗРАЗОК РОЗПОРЯДЖЕННЯ ПРО ПРИЙНЯТТЯ НА РОБОТУ

ФОП Майстренко Марія Максимівна

Розпорядження

21.01.2021 р.

м. Слов'янськ

№3

Про прийняття на роботу Ягідки Л. Л.

Прийняти Ягідку Ліліану Леонідівну на посаду продавця-консультанта продовольчих товарів з 22.01.2021 р. на умовах, викладених у трудовому договорі від 21.01.2021 р.

ФОП

Майстренко М. М.

/підпис/

З розпорядженням ознайоmlена

Ягідка Л. Л.

/підпис/

Повідомлення до податкової, де підприємець перебуває на обліку (форма затверджена Постановою № 413), можна подати через онлайн-сервіси, кабінет платника, підписавши документ ЕЦП, віднести особисто на папері разом з електронною копією (на папері повідомлення подають, якщо трудові договори уклали максимум із п'ятьма працівниками). Важливо, щоби збігалися дати початку роботи в повідомленні, трудовому договорі та наказі про прийняття на роботу.

Трудовий договір можна оформити в будь-який час до виходу працівника, і це не вплине на дату початку роботи. А ось наказ про прийняття на роботу потрібно оформити хоча б за день до початку роботи. Ці дії вбережуть від штрафів, якщо Держпраці прийде з перевіркою.

Якщо працівник влаштувався на основне місце роботи, заповнюють його трудову книжку, вказавши повну назву ФОП, дату, з якої працівник приступив до роботи, назву посади/роботи, розряд (клас, категорія), відділ, наприклад «Прийнятий на посаду спеціаліста з продажу» (назва роботи, посада, професія працівника в трудовій книжці повинні відповідати даним у Класифікаторі професій ДК 003:2010).

Підприємець зобов'язаний платити працівникові зарплату не менше від мінімальної (у 2020 р. це 4723 грн на місяць). Якщо прийняли особу на неповний робочий день, зарплата розраховується пропорційно до відпрацьованого часу.

Допуск до роботи особи без оформлення трудового договору та виплата зарплати «в конверті» є порушенням і підлягає накладенню штрафів:

- за перше порушення – письмове попередження, до ФОП III групи – штраф 10 мінімальних зарплат (5000 грн з вересня 2020 р., Закон від 25.08.2020 № 822);
- за повторне порушення упродовж двох років – штраф 141690 грн за одного неоформленого працівника;
- адмінштрафи: від 8,5 тис. до 17 тис. грн, якщо вперше порушено, від 17 тис. до 34 тис. грн – за повторне порушення протягом року, за яке до ФОП вже застосовували штрафні санкції (ст. 41 КпАП).

В Україні застосовують дві основні форми оплати праці – погодинну та відрядну. **Погодинну** форму оплати праці застосовують тоді, коли як вимірник результатів праці використовують кількість відпрацьованого часу. Заробіток працівника при погодинній оплаті праці розраховують як добуток годинної тарифної ставки (робітник може мати певний розряд за тарифною сіткою) у гривнях і відпрацьованого часу в цьому періоді в годинах. Для окремих видів економічної діяльності властива оплата праці за тарифною системою, яка включає тарифні сітки, тарифні ставки, схеми посадових окладів і тарифно-кваліфікаційні характеристики (довідники).

Приклад 1: годинна тарифна ставка робітника гончарної майстерні 45,00 грн/год. Упродовж місяця він відпрацював 152 години. Місячний заробіток робітника становить:

45,00 грн/год x 152 год = 6840,00 грн.

При поденній оплаті праці заробітну плату розраховують на основі денної тарифної ставки та фактичної кількості відпрацьованих днів (змін):

Приклад 2: Місячний посадовий оклад працівника становить 8000,00 грн. Кількість робочих днів у квітні 2020 р. за графіком – 22. З 20 по 24 квітня працівник перебував у відпустці без збереження заробітної плати та фактично відпрацював 17 днів. Заробітна плата становить:

8000,00 грн: 22 роб. дн. x 17 роб. дн. = 7727,27 грн.

Погодинно-преміальна система оплати праці доповнена преміюванням за виконання конкретних кількісних і якісних показників роботи. Суть цієї системи полягає в тому, що працівнику понад заробітну плату за тарифом (окладом, ставкою), яка належить за фактичний час роботи, виплачується премія за конкретні досягнення в роботі за заздалегідь установленими показниками.

Премії при погодинно-преміальній системі оплати праці нараховують відповідно до розробленого Положення про преміювання. Система преміювання повинна містити такі елементи:

- конкретні показники для преміювання (участь працівника у зростанні продуктивності праці, обсягів виробництва продукції, зниженні собівартості тощо);
- умови преміювання;
- розміри премій за кожним показником преміювання за основні результати господарської діяльності та шкалу преміювання;

- строки преміювання;
- перелік професій і посад працівників, які підлягають преміюванню;
- перелік виробничих упущень, за які працівник може бути позбавлений премії повністю або частково, а також порядок позбавлення премії.

Якщо вимірником результатів праці є кількість виготовленої продукції (виконаних робіт, наданих послуг), то застосовують відрядну форму оплати праці. Вибір форми оплати праці вимагає дотримання певних умов, за яких її застосування є доцільним. Відрядна форма доцільна за таких умов:

- необхідно стимулювати збільшення виробітку продукції та скорочення чисельності працівників шляхом інтенсифікації їх праці;
- є можливість застосувати технічно обґрунтовані норми;
- у працівників є реальні можливості збільшувати виробіток понад установлену норму;
- не буде негативного впливу цієї форми оплати праці на якість продукції, рівень дотримання вимог техніки безпеки, раціональність використання матеріальних ресурсів.

Приклад 3: робітник-відрядник 4-го розряду у травні виконав норми виробітку – виготовив 500 виробів без браку. Відрядну розцінку встановлено в розмірі 12,00 грн/шт. Положенням про оплату праці визначено, що за виконання норм без браку виплачується премія в розмірі 15% місячного заробітку.

*Основна заробітна плата робітника становить:
12,00 грн/шт. x 500 шт. = 6000,00 грн*

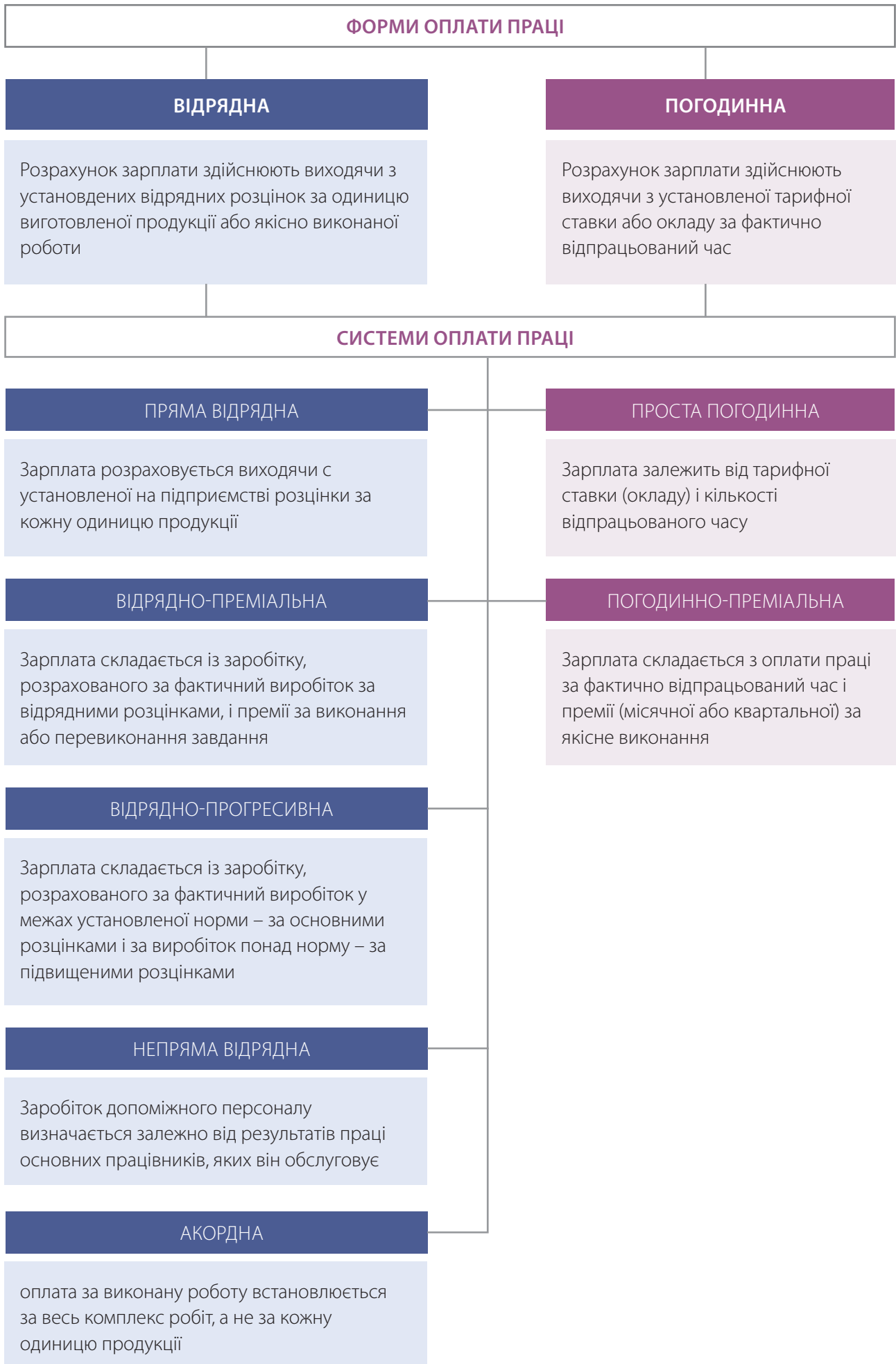
*Розрахуємо розмір премії:
6000,00 грн x 15% : 100% = 900,00 грн.*

*Загальна сума заробітної плати за травень дорівнює:
6000,00 грн + 900,00 грн = 6900,00 грн.*

*Цю суму також можна було розрахувати таким чином:
6000,00 грн x (1 + 15% : 100%) = 6900,00 грн.*

Якщо зазначені умови відсутні, потрібно застосовувати погодинну форму оплати праці. Отже, все залежить від характеру роботи: де, ким та за яких умов вона виконується. Як правило, відрядну форму оплати праці застосовують при простій повторюваній праці, а погодинну – при складній інтелектуальній, творчій.

Форми оплати праці поділяють на декілька систем оплати праці (див. схему).



ПРАКТИЧНА РОБОТА № 9

«Визначення суми витрат на оплату праці найнятого працівника вашого фаху за відрядної системи».

X ЕТАП:

ДО РОЗДІЛУ «ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН» (IV) ВНЕСІТЬ ЗАПЛАНОВАНІ КРОКИ ЩОДО ПОШУКУ ПРАЦІВНИКІВ, ЇХНЬОЇ ПІДГОТОВКИ;

ДО «ФІНАНСОВОГО ПЛАНУ» ВКЛЮЧІТЬ ВИТРАТИ НА ОПЛАТУ ПРАЦІ, УКАЖІТЬ ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ.



ТЕМА 7

Ціноутворення

7.1

ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА І СОБІВАРТІСТЬ ПРОДУКЦІЇ

Врахування витрат на виробництво є основним чинником максимізації прибутку підприємця. **Економічні витрати** – це виплати, які робить підприємець, або ті доходи, які він має забезпечити постачальникам ресурсів, необхідних для виробництва. Для виробництва товарів чи послуг підприємець використовує також і ті ресурси, які купує у власників цих ресурсів, і власні економічні ресурси. З цієї точки зору вирізняють зовнішні витрати та внутрішні витрати.

Грошові кошти, які фірма сплачує зовнішнім постачальникам, купуючи у них ресурси для виробництва, становлять їх **зовнішні витрати** (ці витрати ще називають явними, грошовими та ін.). Оскільки ці витрати є у бухгалтерському обліку та враховуються бухгалтерами за статтями та елементами витрат, вони виступають як бухгалтерські витрати. Отже, **бухгалтерські витрати** – це фактичні витрати підприємства на сировину, паливо, електроенергію, матеріали, оплату праці робітників та ін.

Інша група витрат – це **внутрішні (неявні) витрати**, що пов'язані з власними ресурсами фірми. Оскільки підприємець відмовився від використання власних факторів виробництва в альтернативних варіантах, то неявні витрати фірми оцінюються як сума максимальних втрачених доходів від цих факторів виробництва в найкращому з відкинутих варіантів.

Наприклад, власник інтернет-магазину, який одночасно є його менеджером, використав власні заощадження та належне йому приміщення, тому до неявних витрат можна віднести: 1) втрачену заробітну плату, яку він міг би отримати в іншій фірмі як найманий працівник; 2) втрачений рентний дохід, який він міг би отримувати, надаючи в оренду власне приміщення; 3) втрачений дохід на власний капітал, який він міг би мати, вклавши гроші в банк.

Витрати, що виникають як результат втрачених можливостей внаслідок альтернативного використання ресурсів, називаються **альтернативними витратами**. Важливим елементом неявних витрат є **нормальний прибуток**. Нормальний прибуток – це мінімальна плата, необхідна для того, щоби втримати підприємця в даній галузі.

Отже, економічні витрати охоплюють явні та неявні витрати або

ЕКОНОМІЧНІ ВИТРАТИ = БУХГАЛТЕРСЬКІ ВИТРАТИ + НЕЯВНІ ВИТРАТИ.

Орієнтуючись на економічні витрати, власник бізнесу приймає рішення щодо доцільності діяльності в конкретній галузі. Саме на них, а не на бухгалтерські витрати, буде орієнтуватися підприємець, розраховуючи свої обсяги виробництва продукції, а отже і пропозиції. Відповідно, і прибутком фірми буде перевищення її доходу над економічними (альтернативними) витратами.

Сукупні витрати фірми складаються з двох типів – постійних і змінних.

Постійні витрати не залежать від змін обсягу виробництва і мають місце навіть тоді, коли продукція не виробляється.

Наприклад, до постійних витрат пекарні належать орендна плата за приміщення, проценти за кредит, амортизаційні відрахування на обладнання, зарплата менеджера, бухгалтера та ін.

Змінні витрати мають таку назву, тому що вони змінюються в залежності від змін обсягу продукції. Змінні витрати зростають при збільшенні обсягу випуску продукції та зменшуються при його скороченні. Якщо продукція не виробляється, вони мають нульове значення.

Наприклад, до змінних витрат пекарні належать витрати на сировину (борошно, олію тощо), електроенергію, оплату праці пекарів та ін.

Сукупні витрати – це сума постійних та змінних витрат. Змінні витрати підприємець може контролювати, маніпулюючи обсягом випуску продукції. В той самий час постійні витрати не підлягають ефективному контролю та повинні відшкодуватися незалежно від обсягів випуску продукції.

Є ще один вид витрат, який має назву незворотних витрат. Незворотні витрати – це витрати, які фірма вже зробила та які ніколи не зможе відшкодувати, приймаючи інше економічне рішення.

Наприклад, власник пекарні купив спеціальне обладнання вартістю 400 тис. грн і знає, що у випадку припинення виробництва такого типу печива він не зможе використати його в альтернативних варіантах, тобто альтернативна вартість цього обладнання дуже низька.

Собівартість у класичному розумінні – це сума витрат на виробництво і реалізацію товару. Її можна поррахувати на окрему одиницю товару або на окрему серію.

Виробнича собівартість містить витрати виробничого етапу: вартість сировини, виробничих матеріалів, електроенергії (палива); заробітна плата; транспортні витрати, ремонт, амортизація основних фондів тощо. Собівартість реалізації містить витрати на пакування, рекламу, дистрибуцію, транспортування до покупця тощо.

Найпоширенішим способом розрахунку собівартості є поділ повної суми витрат за період на кількість одиниць продукції, проведеної за цей період:

$$C = Z / X$$

де C – собівартість одиниці продукції, Z – сукупні витрати за період, X – кількість одиниць проведеної продукції (шт., км і так далі).

Собівартість можна розрахувати залежно від затверджених норм витрат сировини та матеріалів. Застосування фіксованої собівартості допоможе контролювати ефективність витрат ресурсів, а також вчасно реагувати на відхилення.

Часто підрахунок у малому бізнесі проводять лише за однією базою (наприклад, матеріали + зарплата), що призводить до помилкових управлінських рішень. Тому необхідно переглянути усі витрати за певний період, проаналізувати та згрупувати їх, а тоді вже порахувати, скільки витрачено на виробництво одиниці продукції.

7.2

ПРИБУТОК

У фінансових звітах розраховується та вказується бухгалтерський прибуток, знання якого необхідно власникам бізнесу, менеджерам, інвесторам, податковим органам. Як ми з'ясували, бухгалтерські та економічні витрати відрізняються одне від одного. Отже, бухгалтерський прибуток та економічний прибуток не тотожні.

Бухгалтерський прибуток – це різниця між загальними доходами фірми та бухгалтерськими витратами.

Дохід – один з основних показників діяльності підприємця. **Загальний** (сукупний, валовий) **дохід** (виторг) – це сума коштів, яку одержав підприємець від реалізації продукції за певний час. Він дорівнює ціні проданого товару, помноженій на обсяг продажу.



Обчисліть загальний дохід салону краси за день, якщо два майстри зробили 5 стрижок по 120 грн і 2 стрижки по 200 грн, трьом клієнтам пофарбовано волосся (ціна такої послуги 250 грн). Виторг майстра манікюру становив 950 грн.

Величина **економічного прибутку** встановлюється як різниця між загальним доходом (виторгом) та економічними витратами. Крім цього, економічний прибуток можна визначити як різницю між бухгалтерським прибутком та неявними витратами. Для підприємця дуже важливим є економічний прибуток, як перевищення доходу фірми над усіма здійсненими ним витратами.

Якщо загальний дохід (виторг) дорівнює економічним витратам, то економічний прибуток дорівнюватиме нулю. Ситуація, за якої економічний прибуток відсутній, тобто коли загальний дохід дорівнює загальним витратам, має назву **беззбитковості**.

Коштом загального виторгу від реалізації товару підприємець покриває як явні, так і неявні витрати та отримує нормальний прибуток. Якщо загальний дохід перевищує економічні витрати, то підприємець отримує позитивний економічний прибуток, тобто прибуток понад нормальний прибуток. Наявність економічного прибутку свідчить про найбільш ефективне використання своїх ресурсів у порівнянні з іншими альтернативами. Коли економічні витрати перевищують загальний виторг, фірма має збитки, тобто отримує негативний економічний прибуток.

Зі зміною обсягу виробництва величини загального доходу та сукупних витрат змінюються по-різному, а отже, величина прибутку підприємства залежить від обсягу випуску продукції. Саме тому підприємець намагається встановити такий обсяг виробництва та реалізації продукції, за якого забезпечується найбільший прибуток.

Зауважимо, що оскільки бухгалтери ігнорують неявні витрати, бухгалтерський прибуток перевищує економічний прибуток. Але з точки зору підприємця бізнес є прибутковим тільки в тих випадках, коли сукупний дохід покриває усі витрати втрачених можливостей, як явні, так і неявні.

7.3 НОРМА ПРИБУТКУ

Прибуток є важливим показником ефективної діяльності підприємця, проте абсолютний розмір прибутку не показує рівень ефективності, якість його роботи. Для того, щоб визначити рівень ефективності діяльності підприємця, використовують відносний показник прибутку, що виражається у відсотках і називається нормою прибутку. Вона обчислюється як відбите у відсотках відношення абсолютної суми прибутку до суми авансованого у виробництво капіталу. Чим вища норма прибутку, тим ефективніше використовуються вкладені кошти.

Норма прибутку залежить від низки чинників, а саме:

- величини маси прибутку (збільшення маси прибутку при тій самій величині авансованого капіталу показує ступінь вигідності підприємництва);
- зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції (при незмінному рівні цін економія витрат на засоби виробництва є одним з найважливіших чинників зростання маси та норми прибутку в цих умовах);
- рівня ринкових цін на продукцію, які визначають і величину прибутку, і норму прибутку;
- швидкості обігу авансованого на виробництво капіталу (збільшення швидкості обігу авансованого капіталу дає можливість отримати більшу масу прибутку без відповідного збільшення авансованого у виробництво капіталу, і зростання річної норми прибутку);
- структури авансованого у виробництво капіталу, передусім від питомої ваги витрат на оплату праці робітників підприємств (за рівних умов прибутку буде створено більше тоді, коли відносно більше грошових коштів буде витрачено (авансовано) на найм робочої сили, а, отже, вищою буде норма прибутку).

На норму прибутку впливає економічна політика держави. Первинними чинниками зростання норми прибутку є впровадження науково-технічних досягнень, інновацій.

У процесі аналізу підприємницької діяльності при внутрішньогосподарських розрахунках прибутковості (збитковості) окремої партії товарів використовується показник норми прибутку, обчислюваний як відношення маси прибутку від реалізації продукції до повної собівартості цієї продукції, тобто

$$N_{\Pi} = \frac{\text{Маса прибутку}}{\text{Повна собівартість}} \times 100$$

Цей показник норми прибутку дає можливість визначити, яка продукція є більш прибутковою, тобто вигіднішою для виробництва.

Познайомтеся з бізнесом Петра. Проаналізуйте наведені показники підприємницької діяльності, оцініть результати.

Бізнес Петра. Петро раніше працював монтажником гіпсокартонних конструкцій у великій будівельній компанії та отримував зарплату 20 000 тис. грн на місяць. У нього були заощадження у 450 000 грн, які були розміщені в банку під 6% річного доходу.

Згодом він зареєструвався підприємцем, вклавши у бізнес усі свої заощадження, і почав робити ремонт приміщень на замовлення. Наприкінці 1-го року його чистий прибуток становив 270 тис. грн після відрахування всіх витрат на ведення цього бізнесу.

Один бухгалтер, до якого він звернувся, відповів, що його бухгалтерський прибуток становить 60% від інвестицій.

Інший бухгалтер заявив: «Ні, вам необхідно сплатити собі зарплату в 240000 грн, яку б ви заробили, і тоді ваш прибуток у 30 000 грн характеризував би віддачу приблизно, 6,7% на ваші інвестиції у 450 000 грн.»

Проте бухгалтер повинен був сказати: «Ні, ваш реальний економічний прибуток від ведення власного бізнесу дорівнює _____ грн і це відповідає віддачі у _____ %». Чи був бізнес Петра вдалим? Так, чи ні, і чому?

7.4

ЦІНА ТОВАРУ

Ціна – це грошовий вираз вартості товару, який відбиває рівень суспільно необхідних витрат праці.

Цінова політика підприємця – це комплекс заходів фірми, до якого належить формування ціни, знижок, умов оплати за товар. Ці заходи забезпечують задоволення потреб споживачів, отримання прибутку, а також розв’язання стратегічних завдань підприємця. Основна кінцева мета – отримання максимального прибутку. Проміжними цілями можуть бути: захист на ринку своїх позицій, вихід на ринок із новим товаром, швидке відшкодування виробничих витрат.

Ціна одиниці продукції формується з відповідних складових:

- собівартість та прибуток складають **гуртову (оптову) ціну** товару;
- оптова ціна виробника з врахуванням податку на додану вартість, акцизного збору та оптово-збутової надбавки складають **оптову ціну реалізації**;
- оптова ціна реалізації та торгівельна надбавка – це **роздрібна ціна**.

Перш ніж розробити стратегію формування ціни, підприємець намагається врахувати всі фактори, які впливають на рішення.

До **внутрішніх факторів**, які впливають на ціноутворення, потрібно передусім віднести витрати на виробництво товару чи послуги. Якщо витрати збільшуються, підприємець може звужувати асортимент коштом менш прибуткових товарів, оновити певні товари тощо. Зниження витрат не завжди позитивно відбивається на ціновій політиці. Так, за умови падіння цін на борошно та сир, виробнику вареників не вигідно їх продавати як такі, що подешевшали, щоб не викликати підозру в покупців щодо якості товару.

До **зовнішніх факторів**, які впливають на процес ціноутворення, можна віднести дії уряду, учасників каналів збуту, реакцію споживачів, політику конкурентів. Торговий посередник може продавати товар під приватною маркою, відмовитись від реалізації не вигідних товарів, встановлювати високу ціну на ту чи іншу марку товару, а інші реалізовувати дешевше («продаж проти марки»). За умови високого ступеня конкуренції ціни регулює ринок, цінові війни витісняють слабкі фірми з ринку. Якщо конкуренція обмежена, то ступінь контролю фірми над цінами зростає, і вплив ринку зменшується.



Наведіть приклади дій уряду, учасників каналів збуту, споживачів, конкурентів, які би спонукали виробника хот-догів знизити або підвищити їхню ціну на певний період.

7.5 МЕТОДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ

На практиці підприємці можуть застосувати такі методи ціноутворення: витратний, на основі цільової норми прибутку, на основі відчутної цінності товару, на основі рівня поточних цін,

Витратний метод базується на врахуванні суми постійних і змінних витрат на одиницю продукції та запланованого прибутку з урахуванням нижнього порогу ціни. Витратний метод не враховує характер попиту, рівень платоспроможності споживачів, політику конкурентів), а ціна, визначена за таким методом, може бути завищеною. Якщо всі виробники такого товару використовують витратний метод ціноутворення, цінова конкуренція мінімальна, а ціни більш реальні та виключають наживу коштом покупців. Розрахунок:

$$Ц = С + П$$

де Ц – ціна одиниці товару, С – собівартість одиниці товару, П – величина прибутку, яку бажає отримати підприємець від реалізації одиниці товару.

При опосередкованому збуті ціна продажу кінцевому споживачу збільшується на розмір націнки, яка залежить від особливостей товару та попиту на цей товар (наприклад, еластичності, сезонності).

Метод на основі цільової норми прибутку застосовують тоді, коли планують досягти бажаної норми прибутку на вкладений капітал. Необхідно взяти до уваги, що розрахунки ціни в цьому випадку залежать від обсягу виробництва та реалізації, у зв'язку з чим необхідно визначити критичну точку обсягу виробництва. Критичний обсяг виробництва зменшується внаслідок зниження постійних і змінних витрат, які необхідно враховувати у виробничій фірмі.

$$Ц = СЗВ + (ПВ + П): К$$

*де СЗВ – середні змінні витрати (на одиницю продукції),
ПВ – постійні витрати за певний проміжок часу,
П – загальна сума прибутку, яку можна отримати від
продажу продукції за той самий період;
К – обсяг продажу продукції.*

Крім того, на розраховані ціни впливатимуть ще й ринкові фактори (характер попиту й конкуренція).

Метод встановлення ціни на основі відчутної цінності товару використовують бізнесмени, які вирізняються особливим підходом до роботи на ринку. Розрахунок робиться на певну категорію покупців, які погоджуються платити гроші за особливий товар чи комплекс послуг: доплати, пов'язані з доставкою, обслуговування тощо.

Тут доречно вести мову про престижні товари, про особливі послуги, за які за різних обставин і різних умов покупець погоджується платити будь-які гроші. Ось чому для фірми важливо бути надзвичайно чутливою до змін попиту на товар.

Вибір ціни на основі рівня поточних цін орієнтує не на власні витрати, а на ситуацію на ринку, на цінову політику конкурентів. Поведінка фірм адекватна їхньому становищу на ринку. Фірма-лідер, як правило, диктує свої умови. Дрібніші фірми можуть собі дозволити орієнтуватися на лідера, змінювати ціну після того, як це зробив він. Метод ціноутворення, що орієнтується на рівень поточних цін, досить поширений, оскільки створює атмосферу справедливого підходу до встановлення ціни в цілому по галузі. А це дає змогу підприємствам отримувати певну норму в прибутку.

Установлення ціни на основі торгів ґрунтується на тому, що кожна фірма призначає ціну пропозиції, стежачи за тим, щоб вона була дещо нижчою, ніж у конкурентів, але й не опускалася нижче рівня собівартості. Остаточна ціна на товар встановлюється з урахуванням цінової політики фірми, впливу ціни на інших учасників ринку.

ПРАКТИЧНА РОБОТА № 10

«Оцінка структури витрат та визначення ціни конкретного продукту за методом «витрати плюс».

На основі фахових знань у своїй галузі складіть приблизний перелік витрат для виробництва певного товару чи послуги фізичною особою-підприємцем.

XI ЕТАП:

ДО «МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУ» ВНЕСІТЬ ОПИС МОДЕЛІ ЦІНОУТВОРЕННЯ, РОЗРАХУНКИ СОБІВАРТОСТІ ТОВАРУ ЧИ ПОСЛУГИ, ЦІНИ;

У РОЗДІЛІ «ФІНАНСОВИЙ ПЛАН» ЗАЗНАЧТЕ ДОХІД, ВИТРАТИ Й ПРИБУТОК.



ТЕМА 8

Основи обліку та податки

8.1

ОБЛІК ДОХОДІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ-ПІДПРИЄМЦІВ

Фізична особа-підприємець на загальній системі оподаткування в Україні веде «Книгу обліку доходів», де фіксує доходи та витрати. Дані, внесені в книгу упродовж місяця, беруть для розрахунку чистого доходу. В Книгу вносять доходи та витрати як готівковими коштами, так і безготівковими розрахунками. Форму Книги затверджено Наказом від 19.06.2015 г.

Закон України № 786 скасовує вимогу до платників єдиного податку щодо реєстрації цієї Книги у податкових органах. Платникам податків не потрібно вчиняти жодних дій по скасуванню реєстрації вже зареєстрованих книг з 1 січня 2021 року.

Законом України № 786-ІХ змінено порядок ведення обліку доходів і витрат самозайнятими особами, зокрема скасовано обов'язкове ведення паперових Книг обліку доходу та витрат, Книг обліку доходів. При веденні обліку у довільній формі, платники єдиного податку мають право застосовувати записи у будь-якому довільному реєстрі – паперових зошиті, журналі, чи в електронній таблиці у файлі Excel.

Починаючи з 1 січня 2021 року, вести облік своїх доходів (витрат) можна у наступний спосіб:

- ФОП-платникам єдиного податку I і II груп та платникам єдиного податку III групи – вести облік у довільній формі шляхом помісячного показу отриманих доходів як у паперовому, так і в електронному вигляді;
- ФОП на загальній системі зобов'язані вести облік доходів і витрат та мати підтверджувальні документи щодо походження товару; кодекс дозволяє вести облік доходів і витрат у паперовому та/або електронному вигляді, у тому числі через Електронний кабінет.

Типова форма, за якою здійснюється облік доходів і витрат, а також порядок ведення такого обліку визначаються Міністерством фінансів. До затвердження нової форми залишається чинною Книга обліку, затверджена наказом Міністерства доходів і зборів України від 16 вересня 2013 № 481.

Останнім часом невпинно зростає потік інформації на тему РРО/ПРРО. РРО – пристрій або програмно-технічний комплекс, який призначений для реєстрації розрахункових операцій при продажі товарів (наданні послуг), операцій з купівлі-продажу іноземної валюти та/або реєстрації кількості проданих товарів (наданих послуг). В Україні одночасно з традиційними РРО можна буде застосовувати програмні РРО (програму, яка встановлюється на комп'ютер, смартфон, планшет або інший гаджет продавця).

З 1 січня 2021 року до 1 січня 2022 року РРО та/або ПРРО не застосовують платники єдиного податку II-IV груп (фізичні особи-підприємці), обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 220 розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітного) року, незалежно від обраного виду діяльності, крім тих, які здійснюють:

- реалізацію технічно складних побутових товарів, що підлягають гарантійному ремонту;
- реалізацію лікарських засобів, виробів медичного призначення та надання платних послуг у сфері охорони здоров'я;
- реалізацію ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння.

8.2

СПЛАТА ПОДАТКІВ ФІЗИЧНИМИ ОСОБАМИ-ПІДПРИЄМЦЯМИ, ЯКІ ПРАЦЮЮТЬ НА ЄДИНОМУ ПОДАТКУ

Фізичні особи-підприємці I, II і III груп сплачують податки за різними схемами. Розмір податку може змінюватися, оскільки залежить від прожиткового мінімуму або мінімальної заробітної плати.

Законом України «Про Державний бюджет України на 2021 рік» з 01 січня 2021 року встановлено мінімальну заробітну плату у місячному розмірі: 6 000 гривень, з 01 грудня 2021р. – 6 500 гривень. Прожитковий мінімум для працездатних осіб з 01 січня 2021 р. – 2 270 грн, з 01 липня – 2 379 грн, з 01 грудня – 2 481 грн.

Фізичні особи-підприємці **I групи** сплачують єдиний податок (10% від прожиткового мінімуму) і єдиний соціальний внесок (ЄСВ). З 1 січня 2021 р. єдиний податок становив 227 грн. Єдиний податок сплачується щомісяця авансом не пізніше 20-го числа поточного місяця. Податкову декларацію подають один раз на рік упродовж 60 календарних днів після закінчення звітного року (до 1 березня).



Обчисліть суму єдиного податку для ФОП I групи за місяць, коли розмір прожиткового мінімуму становитиме 2379 грн.

Єдиний соціальний внесок (ЄСВ) визначається самостійно фізичною особою-підприємцем, але його сума не може бути меншою мінімального внеску (22% від мінімальної зарплати). У 2021 р. (з 1-го січня) ЄСВ становить 1320 грн.



Обчисліть суму єдиного соціального внеску для ФОП I групи за квартал (три місяці), якщо розмір мінімальної зарплати становитиме 6500 грн.

Пам'ятаємо, максимально допустимий дохід за рік становить до 1 000 000 грн (якщо цей показник перевищено, ставка податку збільшиться з 10% до 15% від прожиткового мінімуму, ФОП переходить на іншу групу ЄП або на загальну систему оподаткування).

Фізичні особи-підприємці I групи ведуть облік у довільній формі шляхом

помісячного показу отриманих доходів, не зобов'язані встановлювати касовий апарат. Якщо відкрито ФОП I групи, але діяльності не ведеться, підприємець все одно зобов'язаний платити єдиний податок (щомісячно) і ЄСВ (щоквартально).

Фізичні особи-підприємці **II групи** сплачують єдиний податок (20% від мінімальної заробітної плати залежно від регіону) і єдиний соціальний внесок.

З 1 січня 2021 р. єдиний податок становив 1200 грн. Єдиний податок сплачується щомісяця авансом не пізніше 20-го числа поточного місяця. Податкову декларацію подають один раз на рік упродовж 60 календарних днів після закінчення звітного року (до 1 березня). Ставки єдиного податку у відсотках (фіксовані ставки) встановлюються сільськими, селищними, міськими радами або радами об'єднаних територіальних громад.



Обчисліть суму єдиного податку для ФОП II групи за місяць, коли розмір мінімальної заробітної плати становить 6500 грн.

Єдиний соціальний внесок (ЄСВ) визначається самостійно фізичною особою-підприємцем, але його сума не може бути меншою мінімального внеску (22% від мінімальної зарплати). У 2021 р. ЄСВ фізичних осіб-підприємців I і II групи однаковий і становить 1320 грн з 1 січня.

Пам'ятаємо, максимально допустимий дохід за рік до 5 000 000 грн. ФОП II групи може працювати та з готівкою, і вести безготівкові розрахунки, і двома способами одночасно.

Якщо відкрито ФОП II групи, але діяльності не ведете, все одно зобов'язані платити єдиний податок (щомісячно) і ЄСВ (щоквартально).

Фізичні особи-підприємці **III групи** можуть вести будь-які види діяльності, працювати з ФОПами на будь-якій системі оподаткування (крім ФОП I групи) і юридичними особами. Фізичні особи-підприємці III групи сплачують єдиний податок (5% від доходу, а не прибутку) протягом 50 календарних днів після закінчення звітного кварталу.

У 2021 р. ЄСВ фізичних осіб-підприємців I, II і III групи однаковий і становить 1320 грн. Не платники податку на додану вартість (ПДВ) при ввезенні імпортного товару на територію України сплачують ПДВ на загальних засадах.

Якщо річний дохід перевищено, потрібно сплатити податок на суму перевищення за ставкою 15%.

Є два варіанти дій, якщо перевищено річний обсяг доходу:

- 1) автоматичне переведення на загальну систему оподаткування;
- 2) функціонування як ФОП III групи, але реєстрування платником податку на додану вартість (ПДВ). При цьому єдиний податок становитиме 3%, а ПДВ 20%.

Фізичні особи-підприємці на загальній системі оподаткування сплачують податок на доходи фізичних осіб за ставкою 18%, військовий збір (1,5%) та єдиний соціальний внесок (ЄСВ), що становить 22% від мінімальної зарплати). За необхідності такі фізичні особи-підприємці є платниками ПДВ, сплачують акцизний податок, якщо торгують акцизними товарами (цигарки, алкоголь, бензин та ін.). Крім того, такі ФОПи сплачують податок на землю, податок на нерухомість, податки за найманих працівників.

З 1 січня 2021 р. в Україні запроваджено єдиний рахунок для сплати податків (<https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/446976.html>).

Щоб перейти на єдиний рахунок, необхідно здійснити три простих кроки:

- 1) через Електронний кабінет подати «Повідомлення про використання єдиного рахунку» за формою J/F 1307001;
- 2) отримати квитанцію про включення до Реєстру платників, які використовують єдиний рахунок;
- 3) надати до обслуговуючого банку розрахункові документи із зазначенням реквізитів єдиного рахунку.

Платники, які не подали Повідомлення за формою J/F 1307001, продовжують сплачувати платежі безпосередньо на бюджетні/не бюджетні рахунки.

XII ЕТАП:

**У РОЗДІЛІ «ФІНАНСОВИЙ ПЛАН» ЗАЗНАЧТЕ СХЕМУ
ОПОДАТКУВАННЯ ТА ВНЕСІТЬ РОЗРОХУНКИ ПОДАТКОВИХ
ПЛАТЕЖІВ.**



ТЕМА 9

Етика бізнесу

9.1 КОДЕКС ЕТИКИ БІЗНЕСУ

В Україні спостерігається зростання зацікавлення бізнесменів етичними питаннями. На відміну від законодавчих та економічних обмежень у бізнесі, чесність і довіра залишаються передусім етичними категоріями, які характеризують повноцінне ділове життя. Чим це зумовлено?

Інтенсивна боротьба за **інвестиції**, причому у світовому масштабі, призводить до зростання ролі інвестиційних фондів, які, своєю чергою, зацікавлені в додаткових гарантіях повернення своїх інвестицій з прибутком. Тому набуває поширення практика створення «кодексів етики бізнесу». Здебільшого ці документи не мають додаткової до існуючих нормативних актів юридичної сили, але можуть означати для інвестора набагато більше, ніж десятки законів. Крім того, як виявляється, через «кодекс етики бізнесу», дотримання якого вимагають від кожного працівника компанії, можна дуже ефективно формулювати місію фірми, її візії та способи досягнення стратегічних цілей.

Розвиток інформаційних технологій (і пов'язаний з ним розвиток мас-медіа) робить капітал все більш відкритим для контролю, і тому – все важче стає назавжди приховати інформацію про махінації і т. п.

Бізнес стає набагато вразливішим від свого іміджу, а для його формування просто необхідно «бути хорошим», чи принаймні таким здаватися – а оскільки про це краще скажуть дії, то для профілактики краще бути хорошим, а не лише таким здаватися. Наприклад, останні гучні скандали навколо ряду великих американських компаній у своїй більшості стосувалися навіть не скільки порушень закону, скільки порушення принципів етики бізнесу, і як наслідок — зруйнування загальної довіри, якої досягали протягом десятків років.

Релігійний та культурний плюралізм (особливо останнім часом) призводить до зруйнування і розмивання уявлення про критерій добра і зла (при цьому всі люди оперують цими поняттями), що саме по собі викликає зацікавлення в цих термінах та їхньому правильному використанні.

9.2

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ

Сучасній моделі бізнесу притаманна соціальна відповідальність. В Україні в сучасній ситуації (зважаючи на економічні, політичні проблеми) держава не в змозі розв'язати навіть половину реально наявних соціальних проблем та покращити суспільне життя самостійно. Підприємці, які проявляють небайдужість, нехай навіть формальну, обов'язково отримують зацікавленість з боку споживачів. Якщо підприємства надають свою допомогу винятково з прагматичної позиції, (а це, частіше за все так і буває), для створення позитивного іміджу, розкрутки тощо, а не виходячи із морально-етичних засад — то це вже не є важливим, оскільки допомога надається, популярність і репутація фірми зростає.

Основні аргументи на користь соціальної відповідальності:

- 1) соціальні дії фірм поліпшують життя місцевого співтовариства або усувають необхідність державної участі, тому в перспективі вони можуть стимулювати прибуток, оскільки у споживачів, постачальників і місцевого співтовариства формується більш привабливий імідж компанії;
- 2) оскільки бізнес має у своєму розпорядженні значні людські та фінансові ресурси, то може передавати їхню частину на соціальні потреби;
- 3) підприємець є членом суспільства, тому норми моралі також повинні управляти його поведінкою.

Висока соціальна відповідальність сприяє розвитку компаній, а нехтування нею звужує можливості їх успіху. Це дало змогу сформулювати «залізний закон відповідальності», згідно з яким у довгостроковій перспективі ті, хто не використовує наявну владу з користю для суспільства, ризикують втратити її. Втім, деякі українські бізнесмени, не знаючи цього закону, доходять до аналогічних висновків.

9.3

МОРАЛЬНІ ЕТАЛОНИ ПІДПРИЄМЦЯ

На відміну від кодексів юридичних норм, етика базується на культурі, суспільній думці, традиціях та звичках. Норми етики виражаються в загальних фіксованих уявленнях (заповідях, принципах) про те, як повинні поводитися та вчиняти члени організації.

У кожній професійній сфері сучасного ділового життя створюються спеціальні етичні інституції, що є відповідальними за розробку регулюючих спеціальних професійних кодексів (від лат. Codex – книга), де сформульовано основні принципи та правила ділової поведінки.

Професійні етичні кодекси – зібрання моральних норм, що в будь-якій професійній діяльності передбачають передусім об'єктивність, конфіденційність, строге виконання професійного обов'язку, запобігання конфліктам у професійному спілкуванні, піклування про якість роботи та інші.

Власник бізнесу впроваджує у стосунки не лише з іншими підприємцями, але й і найманими працівниками певні моральні еталони та зразки поведінки. Сучасний підприємець прагне створити згуртований колектив із високими моральними нормами спілкування.



Поміркуйте над доцільністю дотримання власником бізнесу окремих норм поведінки:

- Кожний працівник в колективі прагне залишитися індивідуальністю, тому поважайте його таким, який він є.
- а умов виникнення проблем, пов'язаних з несумлінністю працівника, варто з'ясувати їхні причини; якщо йдеться про некомпетентність, то не слід нескінченно докоряти його недоліками, спирайтеся на сильні сторони його особистості.
- Якщо працівник не виконав вашого розпорядження, необхідно дати йому зрозуміти, що вам відомо про це.
- Зауваження має відповідати етичним нормам, тому вибирайте правильну форму спілкування, робіть ваші зауваження без свідків: необхідно поважати гідність та почуття людини.
- Критикуйте дії та вчинки, а не особистість людини.
- Тоді, коли це доречно, використовуйте прийом «бутерброда» – приховуйте критику між двома компліментами. Закінчіть розмову на дружній ноті, а незабаром знайдіть час поговорити з людиною, щоб показати їй, що ви не тримаєте зла.
- Не звикайте до лестощів.
- Дотримуйтеся принципу розподільної справедливості: чим більші заслуги, тим більша повинна бути винагорода.
- Зміцнюйте у працівників почуття власної гідності: добре виконана робота заслуговує не тільки на матеріальне, але й моральне заохочення (не лінуйтеся похвалити працівника).
- Довіряйте і визнавайте власні помилки в роботі, замовчування помилок – прояв слабкості й непорядності.

СУЧАСНІ НОРМИ ДІЛОВОЇ ЕТИКИ:

1. Будь чесним та правдивим.
2. Поважай право приватної власності.
3. Будь вірним своєму слову.
4. Поважай людину – людське життя, людську гідність, права людини.
5. Будь цілеспрямованим, але в прагненні досягти мети не переходь межі дозволеного.
6. Живи відповідно достатку, завжди враховуй свої можливості.

Додатки

ДОДАТОК 1.

ТЕСТ НА СПРОМОЖНІСТЬ ЗАЙМАТИСЯ БІЗНЕСОМ

Дії: за кожную позитивну відповідь проставте 1 бал і підсумуйте результат.

Запитання:

1. Чи поведетеся наодинці так само, як тоді, коли за Вами спостерігають?
2. Чи вважаєте Ви себе здатним бути лідером у родині, в колі друзів?
3. Чи вважаєте Ви хитрість гарною та корисною рисою?
4. Чи можете Ви розпочати розмову з незнайомою людиною?
5. Чи любите робити те, що вам до вподоби, не хвилюючись про те, що подумують інші?
6. Чи поїдете у транспорті без квитка, якщо забули гроші чи проїзний квиток?
7. Чи заздрите успіху Ваших знайомих?
8. Чи звертаєтесь на «Ви» до Ваших старших за віком родичів?
9. Чи можете усно швидко обчислити скільки буде 3% від 3 %?
10. Чи приходите на кілька хвилин раніше зазначено часу (на лекцію, на прийом до лікаря, на ділову зустріч тощо)?
11. Чи приходите вчасно на побачення?
12. Чи вважаєте за потрібне давати невелику суму офіціанту понад зазначену в рахунку?
13. Чи засмучуєтесь, якщо вас обрахував продавець на ринку або в магазині?
14. Чи швидко ви зважуєте всі «за» і «проти», щоб прийняти рішення?
15. Чи сідаєте у міському транспорті на будь-яке вільне місце?
16. Чи часто ви робите не те, що від вас очікують, дієте без інструкцій?
17. Чи любите скаржитись на неякісне обслуговування?
18. Чи вважаєте, що те, до чого ми звикли, краще, ніж щось невідоме?
19. Чи позичили б ви гроші, щоб втілити свою ідею?
20. Чи зможете залишити валізу на вокзалі під наглядом зовсім незнайомої людини?

Ключ до тесту:

13-20 балів – Ви маєте підприємницький хист; якщо Ви отримали ці бали у результаті підглядання у відповіді, вирахуйте 8 балів та орієнтуйтеся на новий результат.

10-12 балів – Ви володієте не всіма потрібними якостями підприємця, але у Вас є реальні шанси досягти успіху в бізнесі.

5-9 балів – Ви чесна, порядна людина, у вас непоганий характер, так що не все втрачено в житті, спробувати себе в бізнесі можна.

ДОДАТОК 2.**ТЕСТ НА ЗАГАЛЬНІ ЗДІБНОСТІ ДО ПІДПРИЄМНИЦТВА (GET TEST)**

Пачковський Ю.В. Психологія підприємництва: Навч. Посібник. – Львів, 2001. – С.41-47

Інструкція досліджуваному: «Тест містить 54 твердження. Прочитайте уважно кожне твердження. Якщо Ви погоджуєтесь з твердженням, то в бланку відповідей у клітинці обведіть «А», розміщену під порядковим номером твердження, відповідь на яке Ви даєте. Відповідно, якщо Ви не погоджуєтесь з твердженням, обведіть у цій самій клітинці літеру «В». У тексті не існує правильних чи неправильних відповідей. Свою думку висловлюйте вільно та відверто, і Ви отримаєте достовірні дані про свої психологічні особливості. Краще давати ту відповідь, яка першою спадає на думку. Час, відведений на виконання тесту – 10 хвилин. Якщо все зрозуміло, починайте давати відповіді».

Опитувальник:

1. Я не проти виконувати рутинну роботу за умови, що вона добре оплачується.
2. Коли визначаю для себе мету, я обираю переважно складні цілі.
3. Я не люблю робити щось нове та нетрадиційне.
4. Здібні люди, які не досягають успіху, зазвичай не використовують шансів, які їм надаються.
5. Я рідко мрію.
6. Зазвичай я відстоюю свою точку зору, якщо хтось зі мною не погоджується.
7. Ти або щось умієш, або не вмієш, зусилля тут не мають жодного значення.
8. Подекуди людям здається, що мої ідеї є незвичними.
9. Якщо я б хотів зіграти в азартну гру, я б зіграв у лотерею, а не в карти.
10. Мені подобаються важкі завдання, які розвивають мої здібності, а не ті, що мені легше вдаються.
11. Я падаю перевагу роботі з помірним гарантованим достатком, ніж роботі, виконання якої може принести збитки, якщо в мене щось не вийде.
12. Я люблю робити те, що мені до вподоби, не хвилюючись про те, що подумают інші.
13. У більшості випадків, якщо людям щось не вдається, то це пов'язано з невезінням.
14. Мені подобається пізнавати щось нове, навіть якщо доведеться долати труднощі.
15. Якщо в мене виникають проблеми з виконанням завдання, я його відкладаю та переходжу до іншого.
16. Якщо я планую, завжди виконую намічений план.
17. Мені не подобаються раптові зміни в моєму житті.
18. Я би пішов на ризик, якщо шанси б на успіх були 50/50.
19. Я більше розмірковую про теперішнє та минуле, ніж про майбутнє.
20. Якщо б у мене виникла добра ідея, як заробити гроші, я позичив би необхідні кошти для того, щоб її втілити.
21. Працюючи у групі, я не проти того, щоб дати можливість комусь керувати процесом.
22. Загалом люди отримують те, на що вони заслуговують.

23. Я не люблю здогадуватися.
24. Важливішим є добре виконана робота, ніж стосунки з людьми.
25. Я отримаю від життя все те, чого хочу, якщо буду виконувати накази тих людей, які мною керують.
26. Люди вважають, що я ставлю забагато питань.
27. Якщо є можливість поразки, я не ризикуватиму.
28. Мене роздратовує, коли люди запізнюються.
29. Коли я приймаю рішення, мені необхідно мати всі факти, незалежно від того, скільки часу знадобиться для цього.
30. Коли я виконую завдання, то рідко звертаюсь по допомогу.
31. Неможливо досягти успіху, якщо ви не перебуваєте у відповідному місці в потрібний час.
32. Мені до вподоби виконання різноманітної праці, ніж дуже добре виконувати одну роботу.
33. Я ліпше працював би з людиною, яка мені подобається, але не дуже добре управляється зі своєю роботою, ніж з кимось, хто мені не до вподоби, хоча є гарним професіоналом.
34. Успіх – це результат важкої праці, він не обов'язково пов'язаний з везінням.
35. Я люблю працювати за звичними схемами, не випробовуючи нові методи.
36. Перш ніж прийняти важливе рішення, я дуже швидко зважую всі «за» і «проти», не зволікаючи з часом на роздуми.
37. Я краще працюватиму над роботою як член команди, ніж братиму відповідальність на себе.
38. Я краще використаю можливість, яка зможе поліпшити ситуацію, ніж робити те, що мені буде одночасно подобатися.
39. Я роблю те, чого від мене очікують, та дію відповідно до інструкцій.
40. Для мене досягнути те, що я хочу, мало пов'язане з везінням.
41. Мені подобається, коли моє життя є організованим і спланованим.
42. Коли я маю справу зі складним завданням, я більше думаю про успіх, ніж про можливу невдачу.
43. Я переконаний у тім, що все те, що відбувається у моєму житті, значною мірою визначається іншими людьми.
44. Я зможу впоратися з багатьма справами одночасно.
45. Мені важко усвідомлювати залежність від послуг, наданих іншими людьми.
46. Я рано встаю, пізно лягаю та не їм для того, щоб виконати певну роботу.
47. Те, до чого ми звикли, є набагато кращим, ніж щось невідоме.
48. Більшість людей вважає, що я впертий.
49. Невдачі людей рідко є результатом поганого планування.
50. Інколи в мене виникає стільки ідей, що я не знаю, яку з них обрати.
51. Мені легко розслабитися під час відпустки.
52. Я отримую від життя все те, що я хочу, бо наполегливо працюю над цим.
53. Мені легше адаптуватися до змін, ніж дотримуватися рутини.
54. Мені подобається розпочинати нові проекти, навіть якщо вони є ризикованими.

Обробка результатів:

А

В

Підсумуйте ваші бали. При цьому в кожному рядку, а їх у бланку відповідей всього дев'ять, додайте собі 1 бал за позицію «В», якщо вона припала на сіру клітинку.

А

В

Оцініть в 1 бал кожен обрану вами позицію «А», що припала на світлу клітинку

Бланк відповідей:

№ рядка 1	45	37	28	19	10	1
	А	А	А	А	А	А
2	47	38	29	20	11	2
	А	А	А	А	А	А
3	48	39	30	21	12	3
	А	А	А	А	А	А
4	49	40	31	22	13	4
	А	А	А	А	А	А
5	50	41	32	23	14	5
	А	А	А	А	А	А
6	51	42	33	24	15	6
	А	А	А	А	А	А
7	52	43	34	25	16	7
	А	А	А	А	А	А
8	53	44	35	26	17	8
	А	А	А	А	А	А
9	54	45	36	27	18	9
	А	А	А	А	А	А
	В	В	В	В	В	В

Напишіть загальну суму балів з обраних вами «А» і «В» по кожному горизонтальному рядку та перенесіть у таблицю знизу.

Рядок 1..... Рядок 2..... Рядок 3.....

Рядок 4 Рядок 5..... Рядок 6.....

Рядок 7..... Рядок 8..... Рядок 9.....

Тепер виконайте обрахунки з визначенням «ваги» п'яти секцій, що характеризують ту чи іншу підприємницьку рису, діагностика яких передбачена даним тестом.

Додайте: бали рядка 1 до рядка 6 — Секція 1... бали рядка 3 визначають — Секцію 2... бали рядка 5 до рядка 8 — Секція 3... бали рядка 2 до рядка 9 — Секція 4... бали рядка 4 до рядка 7 — Секція 5...

Аналіз результатів:

Кожна секція оцінює конкретну рису. Високий бал по кожній секції означає ступінь вираженості риси, яка оцінюється у цій секції.

Секція 1. Потреба в досягненнях (подальшому розвитку)

Максимальний бал – 12, середній бал – 9.

Якщо отримали велику кількість балів у цій секції, Ви наділені усіма або значною кількістю таких рис:

- завбачливість;
- самодостатність;
- оптимізм;
- енергійність;
- наполегливість та рішучість;
- зорієнтованість на результат (завдання);
- ретельність;
- самовпевненість.

Секція 2. Потреба в незалежності/автономії

Максимальний бал – 6, середній бал – 4.

Якщо отримали велику кількість балів у цій секції, для Вас характерним є:

- робити щось нетрадиційне;
- працювати наодинці;
- робити все по-своєму;
- говорити все, що думаєте;
- не схилитися під тиском групи;
- проявляти впевненість та цілеспрямованість;
- не піддаватися тиску наказів;
- вирішувати все самостійно.

Секція 3. Схильність до творчості (творчі здібності/нахили)

Максимальний бал – 12, середній – 8.

Якщо отримали високий бал, для Вас характерним є:

- виявляти схильність до нового, невідомого;
- мрійливість;
- здогадливості і розвинена інтуїція;
- очікування виклику, змагання;
- багато ідей;
- допитливість.

Секція 4. Уміння йти на розумний (зважений) ризик

Максимальний бал – 12, середній – 8.

Якщо отримали високий бал, для Вас характерним є:

- адекватна оцінка власних можливостей;
- оцінка більше вигоди, ніж можливості поразки;
- діяти в умовах неповної інформації;
- прийняття складних, але досяжних цілей;
- не зависока амбіційність.

Секція 5. Цілеспрямованість та рішучість

Максимальний бал – 12, середній – 8.

Якщо отримали високий бал у цій секції, то Ви схильняєтесь до:

- покладання на долю, випадок;
- співставлення результатів з докладеними зусиллями;
- здатності контролювати свою долю;
- впевненості в собі та у своїх діях;
- творення власного успіху своїми руками;
- використання можливостей;
- проявів значної наполегливості при досягненні поставленої мети.

ДОДАТОК 3.

ГОСПОДАРСЬКИЙ КОДЕКС УКРАЇНИ

РОЗДІЛ II. СУБ'ЄКТИ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Стаття 55. Поняття суб'єкта господарювання

3. Суб'єкти господарювання, залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік, можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва.

Суб'єктами **мікропідприємництва** є:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи — підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;
- юридичні особи — суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами **малого підприємництва** є:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи-підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;
- юридичні особи — суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами **великого підприємництва** є юридичні особи — суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Інші суб'єкти господарювання належать до суб'єктів середнього підприємництва.

ДОДАТОК 4.



СТАТИСТИКА МСП В УКРАЇНІ

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ
МСП 2020



Суб'єктів підприємства становлять МСП - це **1,97 млн.** суб'єктів МСП

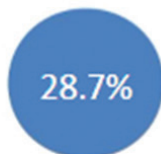


Зайнятого населення працює в МСП



Обсяг реалізованої МСП продукції

Топ-галузі в обсязі реалізованої продукції



торгівля



промисловість



сільське господарство



транспорт

ДОДАТОК 5.

БАНКІВСЬКІ ПРОГРАМИ ДЛЯ КРЕДИТУВАННЯ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ ПІД РЕАЛІЗАЦІЮ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ (2020 РІК):

UKRSIBBANK

Назва кредиту: «Придбання обладнання / техніки, «Придбання транспортних засобів».

Мета кредиту: придбання обладнання, техніки та транспортних засобів.

Відсоткова ставка: 13,9%.

Перший внесок: від 30%.

Забезпечення (застава): обладнання / спецтехніка, транспортні засоби, на придбання яких надаються кредитні кошти.

КРЕДОБАНК

Назва кредиту: «Спеціальні умови кредитування від Німецько-Українського Фонду».

Мета кредиту: придбання або модернізація основних засобів (машин, устаткування та інше), придбання, будівництво або реконструкція приміщень, необхідних для розширення наявного або створення нового виробництва.

Відсоткова ставка: 16,01%

Перший внесок: від 20%.

Забезпечення (застава): рухоме та нерухоме майно позичальника або поручителя.

УКРЕКСІМБАНК

Назва кредиту: «Інвестиційний кредит. Придбання обладнання».

Мета кредиту: придбання обладнання, яке буде використовуватися у господарській діяльності Позичальника: промислове, для сфери послуг, для торгівлі.

Відсоткова ставка: 17,05%.

Перший внесок: від 20%.

Забезпечення (застава): ліквідне майно.

РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ

Назва кредиту: «Інвестиційний кредит на покупку авто / обладнання / нерухомості».

Мета кредиту: придбання нового і колишнього в експлуатації легкового та вантажного автотранспорту, техніки та обладнання.

Відсоткова ставка: 17,5%.

Перший внесок: 20%.

Забезпечення (застава): майно, придбане за кредитні кошти або інше ліквідне майно, депозит.

ОЩАДБАНК

Назва кредиту: «Придбання транспортних засобів та обладнання».

Мета кредиту: придбання транспортних засобів та обладнання.

Відсоткова ставка: 18,2%.

Перший внесок: від 20%.

Забезпечення (застава): придбані транспортні засоби та обладнання.

ПРИВАТБАНК

Назва кредиту: «Інвестиційний кредит».

Мета кредиту: фінансування будь-якого сезонного циклу виробництва, реалізація проєкту, інвестиційні цілі, придбання основних засобів, рефінансування.

Відсоткова ставка: 19%.

Перший внесок: від 40%.

Забезпечення (застава): нерухомість, обладнання, автотранспорт, додатково – поручительство від фізичної особи – власника бізнесу.

