

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ  
УКРАЇНИ**

**ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТУ**

**Кафедра «Економіка підприємств»**

**В. П. Гудкова, М. М. Андрієнко, С. О. Крищенко, О. В. Пацьора**

## **ОСНОВИ БІЗНЕСУ**

Методичні вказівки до вивчення курсу

«Основи бізнесу»

для студентів напряму підготовки

6.030504 «Економіка підприємства»

денної та заочної форм навчання

Київ – 2012

**Основи бізнесу:** Методичні вказівки до вивчення курсу «Основи бізнесу» для студентів напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства» денної та заочної форм навчання / **В. П. Гудкова, М. М. Андрієнко, С. О. Крищенко, О. В. Пацьора.** – К.: Вид-во ДЕТУТ, 2012. – 80 с.

Видання призначено для студентів напряму підготовки 6.030504 «Економіка підприємства» денної та заочної форм навчання: особливу увагу приділено характерним ознакам, стратегії, тактиці та видам бізнесу; суб'єктам, об'єктам і видам власності; значенню і структурі бізнес-плану; принципам та умовам організації бізнесу; установчим документам; порядку державної реєстрації юридичних і фізичних осіб; джерелам фінансування бізнесу; функціям, видам і методам нарахування та утримання податків; структурі механізму державного регулювання бізнесу; законодавчо-нормативній базі регулювання бізнесу.

Використовуються при проведенні практичних занять, при самостійній роботі студентів, зокрема при виконанні контрольної роботи, передбачених навчальним планом бакалавра.

Методичні рекомендації розглянуто та затверджено на засіданні кафедри економіки підприємств транспорту (протокол № 9 від 17 листопада 2010 р.) та на засіданні методичної комісії факультету економіки і менеджменту (протокол № 3 від 27.12.2010 р.).

**Укладачі:** *В. П. Гудкова* – доцент, кандидат економічних наук,  
*М. М. Андрієнко* – доцент, кандидат економічних наук,  
*С. О. Крищенко* – старший викладач,  
*О. В. Пацьора* – старший викладач.

**Рецензенти:** *В. П. Ільчук* – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів ЧДТУ;  
*В. І. Творонович* – кандидат економічних наук, доцент, кафедри «Економіка підприємств транспорту» ДЕТУТ

## ЗМІСТ

### Вступ

1. Мета, завдання, предмет і зміст курсу «Основи бізнесу»
  2. Рекомендації щодо виконання контрольної роботи
  3. Практикум
  4. Самостійне опрацювання дисципліни
  5. Питання до заліку
  6. Критерії оцінювання знань студентів
- Рекомендована література

## ВСТУП

Бізнес відіграє надзвичайно важливу роль у будь-якій галузі, у тому числі і на транспорті та спрямований на підвищення ефективності та результативності діяльності підприємства. Бізнес значною мірою формує культурне середовище, змінює психологію людей. Бізнес є визначальним фактором подальшого розвитку країни та суспільства.

Незважаючи на розбіжності у формулюваннях різних вчених, у цілому виділяють такі основні ролі бізнесу: економічна (виробництво суспільних благ, створення ВВП, формування бюджету держави тощо); соціальна (сфера взаємин між людьми (працівниками) і суспільством, соціальна відповідальність і т. ін.); правова (прийняття законів, які сприяють розвитку економічних прав і свобод, лібералізації суспільства).

Розвиток бізнесу у сучасній економічній системі відбувається за наявності необхідних сприятливих умов, зокрема економічної свободи, розвинутих ринкових відносин, відповідного конкурентного середовища, інфраструктури ринку, обґрунтування системи державної підтримки тощо.

Як показує світова практика, найбільша ефективність і результативність діяльності підприємства в будь-якій галузі народного господарства, у тому числі і на транспорті, досягається лише при наявності одного з основних документів – бізнес-плану, який визначає стратегію створення нових і подальшого розвитку існуючих компаній. Бізнес-план містить інформацію про концепції розвитку підприємства, її економічних, фінансових, маркетингових і кадрових аспектах, а також дає техніко-економічне обґрунтування окремим заходам. Правильно розроблений і складений бізнес-план допоможе підприємству збільшити свій капітал, завоювати нові позиції на ринку, скласти перспективні плани і вибрати раціональні способи їхньої реалізації. Від того наскільки реально розроблений план і як здійснюється його реалізація, залежить життєздатність підприємства.

Для виробництва продукції або надання послуг необхідні різноманітні ресурси. Класичними факторами виробництва є робоча сила, природні багатства та капітал. Четвертим фактором вважають підприємливість, що об'єднує три попередні фактори. У сучасних умовах найважливішим чинником розвитку бізнесу стає початковий капітал. Матеріальні чинники виробництва набувають форми основних та оборотних виробничих фондів. Значення висококваліфікованої праці, тобто робочої сили, продовжує зростати з кожним роком. За сучасних умов як чинник розвитку бізнесу трактують також форми організації виробничих та збутових процесів. Вказані обставини зумовлюють актуальність і необхідність вивчення студентами дисципліни «Основи бізнесу».

**Вимоги до знань і вмінь студентів:** Завданням викладення дисципліни «Основи бізнесу» є формування у студентів практичних навичок і вмінь щодо управління бізнесом та регулювання відносин у бізнесі.

В результаті вивчення навчальної дисципліни студент має знати:

- характерні ознаки бізнесу;
- стратегію і тактику бізнесу;
- види бізнесу;

- суб'єктів й об'єктів власності;
- види власності;
- значення і структуру бізнес-плану;
- принципи та умови організації бізнесу;
- установчі документи;
- порядок державної реєстрації юридичних і фізичних осіб;
- джерела фінансування бізнесу;
- характеристики нестандартних джерел фінансування бізнесу;
- функції та види податків;
- методи нарахування та утримання податків;
- структуру механізму державного регулювання бізнесу;
- законодавчо-нормативну базу регулювання бізнесу.

Рекомендації охоплюють такі складові навчального процесу: від загальної структури курсу до проведення практичних занять, самостійної роботи, вміщують рекомендації та завдання щодо виконання контрольної роботи. Матеріали допоможуть ефективно організувати опанування курсу та систематизувати набуті знання при підготовці до контрольних заходів з дисципліни.

Матеріал навчальної дисципліни базується на знаннях, які студенти отримують у навчальних дисциплінах: «Політична економія», «Мікроекономіка», «Економіка підприємства».

Знання, отриманні під час вивчення дисципліни є підґрунтям для опанування дисциплін: «Економічний аналіз», «Менеджмент», «Фінанси підприємств», «Інвестування», «Організація виробництва», «Стратегія підприємства», «Планування і контроль на підприємстві», «Економіка і організація інноваційної діяльності», «Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків», а також при розробці та обґрунтуванні економічних рішень магістерських робіт.

# 1. МЕТА, ЗАВДАННЯ, ПРЕДМЕТ І ЗМІСТ КУРСУ «ОСНОВИ БІЗНЕСУ»

**Мета навчальної дисципліни:** формування теоретичних і практичних знань щодо створення, функціонування, розвитку та регулювання бізнесу.

**Завдання:** висвітлення теоретико-методологічних та соціально-економічних аспектів сучасних проблем бізнесу.

**Предмет:** процеси та відносини, пов'язані з організацією, функціонуванням і розвитком бізнесу.

## Змістові модулі й теми

### Змістовий модуль I. Організація та формування бізнесу

**ТЕМА 1. Сутність бізнесу і його економічна основа.** Характерні ознаки бізнесу. Стратегія, тактика та види бізнесу. Підприємництво як одна із категорій бізнесу. Економічна основа бізнесу. Підготовка бізнес-плану.

**ТЕМА 2. Механізм створення бізнесу.** Принципи та умови організації бізнесу. Установчі документи та їх підготовка. Порядок формування статутного капіталу. Порядок державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності. Ліцензування і патентування підприємницької діяльності. Ліквідація та реорганізація суб'єктів підприємницької діяльності.

### Змістовий модуль II. Фінансування та регулювання бізнесу

**ТЕМА 3. Фінансування підприємницької діяльності.** Поняття та функції фінансів. Джерела фінансування діяльності підприємства. Лізинг і факторинг як нетрадиційні джерела фінансування підприємницької діяльності. Інвестування у підприємницькій діяльності.

**ТЕМА 4. Система оподаткування в Україні.** Історія розвитку податкової системи. Поняття, значення і функції податків. Види податків. Методи нарахування та утримання податків. Державний бюджет.

**ТЕМА 5. Державне регулювання бізнесу.** Потреба державного регулювання бізнесу. Механізм регулювання бізнесу. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Державна підтримка розвитку бізнесу в Україні.

## **2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ**

### **2.1. Мета та завдання контрольної роботи**

Виконання контрольної роботи з курсу «Основи бізнесу» є складовою частиною навчального процесу, формою проміжного контролю ступеня оволодіння майбутніми фахівцями основами дисципліни, що вивчається, а також активною формою самостійної роботи студентів.

Мета контрольної роботи спрямована на закріплення та поглиблення теоретичних знань, отриманих студентами в процесі вивчення дисципліни, набуття навичок самостійно працювати з літературними джерелами та статистичними матеріалами, робити висновки.

У ході підготовки до виконання контрольної роботи студент має вивчити законодавчі акти, літературні джерела, періодичні публікації, необхідні для написання контрольної роботи, зробити узагальнення та висновки.

### **2.2. Загальні вимоги та структура контрольної роботи**

Основна вимога до контрольної роботи полягає у розробці бізнес-плану для транспортного підприємства, що є результатом засвоєння студентом нормативних актів, спеціальних матеріалів і літературних джерел.

У кожній роботі мають бути такі розділи:

Вступ;

Бізнес-план транспортного підприємства;

Висновки;

Список використаних джерел.

Заголовки структурних частин роботи пишуть на окремій сторінці великими буквами: ВСТУП, ВИСНОВКИ, СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.

Розглянемо структуру контрольної роботи.

У *вступі* необхідно відобразити роль і значення бізнесу, дати обґрунтування завдання контрольної роботи та сформулювати її мету.

Зміст *бізнес-плану транспортного підприємства* складається з таких основних розділів:

1. Огляд сучасного стану.
2. Характеристика транспортної продукції.
3. Кадри.
4. План виробництва.
5. План по маркетингу.
6. Оцінка комерційного ризику і системи страхування на транспорті.
7. Фінансовий план.

У *висновках* аналізується ефективність розробленого бізнес-плану.

У кінці роботи подається повний *список використаних джерел*, який необхідно систематизувати і скласти у певному порядку: спочатку вказуються законодавчі та нормативні акти (закони, укази, постанови, статистичні довідники), потім – загальна та спеціальна література за алфавітом, а наприкінці – Інтернет-ресурси за алфавітом.

Матеріал контрольної роботи має бути викладений відповідно до законів формальної логіки, тобто законів тотожності, достатнього обґрунтування.

Обсяг роботи має становити 10 – 15 аркушів формату А4.

У готовому тексті не дозволяється робити виправлення, вставки, а також скорочувати слова та використовувати аббревіатури (крім загально-прийнятих).

### **2.3. Підбір літератури для виконання контрольної роботи**

Першим етапом виконання контрольної роботи є визначення транспортного підприємства, для якого буде розроблятися бізнес-план, що може бути використано не тільки для обґрунтування пропозицій по приватизації державних підприємств транспорту, проектів створення приватних транспортних фірм, одержання кредитів банків, але й орієнтовано на залучення іноземних інвестицій в об'єкти підприємницької діяльності на транспорті, у результаті яких досягається соціально-економічний ефект. Отже, варіантів розробки бізнес-плану – безліч, студент самостійно обирає транспортне підприємство та направлення бізнес-плану для цього підприємства, а також узгоджує з викладачем.

Навчальну та спеціальну літературу з теми контрольної роботи студент підбирає самостійно, використовуючи для цього рекомендовану літературу, яка наведена в методичних вказівках, алфавітний, предметний та систематизований бібліотечні каталоги. Консультацію з питань підбору літератури студент може отримати у викладача кафедри.

Під час підбору літератури особливу увагу варто приділяти першоджерелам, що стосуються питань роботи, періодичним виданням, науковим статтям, передовому досвіду підприємств.

При складанні бібліографії треба враховувати не тільки рік видання, а також його зміст, актуальність у сучасних умовах.

При написанні роботи треба обов'язково вивчити і використовувати стосовно конкретних питань чинні Закони України, Укази Президента України, Постанови КМУ, нормативні й методичні матеріали міністерств і відомств, а також підприємств та організацій.

Перед виконанням роботи в останній редакції треба уважно переглянути власноручні записи, зроблені при вивченні літературних джерел, матеріалів підприємств. Ці записи необхідно систематизувати, ретельно проаналізувати, узагальнити перед тим, як використати у тексті роботи.



Зібраний статистичний матеріал треба згрупувати, скласифікувати, звести у таблиці, зробити порівняльний аналіз. Ці матеріали можна подати у вигляді діаграм, графіків, схем тощо.

#### **2.4. Викладення змісту контрольної роботи**

Зібраний, вивчений і опрацьований матеріал з контрольної роботи викладається відповідно до змісту роботи у логічній послідовності. У роботі не може бути повторень, надмірного цитування. Цитати мають бути короткими і органічно пов'язуватися з текстом. На використані у роботі цифрові дані, цитати, таблиці мають бути посилання із зазначенням джерел.

#### **2.5. Оформлення контрольної роботи**

Контрольна робота має бути літературно та технічно грамотно виконана і відповідати вимогам оформлення. Оформлення роботи здійснюється у відповідності з вимогами державного стандарту.

Текст роботи можна писати чітко від руки пастою чорного або синього кольору або шляхом комп'ютерного набору з одного боку аркуша стандартного розміру, папір формату А4. Усі сторінки роботи нумеруються.

Контрольна робота виконується відповідно до вимог цих методичних рекомендацій, інакше вона не буде зарахована, незалежно від її змісту. Завершена робота подається студентом викладачеві у термін, зазначений навчальним графіком.

#### **2.6. Вказівки щодо виконання основних розділів бізнес-плану транспортного підприємства**

##### **1. Огляд сучасного стану**

1.1. Це найголовніший розділ бізнес-плану, в якому має бути сконцентрована інформація про всі основні компоненти транспортного підприємства.

1.2. В огляд включається інформація, що складається з таких основних положень:

- *Основні дані про підприємство:*
  - дата створення і реєстрація;
  - де і ким зареєстровано;
  - структура капіталу і форма власності;
  - банк, де відкриті рахунки підприємства;
  - діяльність і управління підприємством;
  - організаційна структура транспортного підприємства;
  - умови роботи;
  - перспективні цілі.
- *Основні відмінні характеристики транспортної продукції:*
  - основні характеристики транспортної продукції;
  - чим вона відрізняється від продукції конкурентів;

- хто в основному користується транспортними послугами фірми;
- яка стійкість клієнтів (вантажовласників і пасажирів).

1.3. Імідж фірми та короткий опис привабливості транспортного ринку, на який вона працює чи має намір працювати:

- чим відома дана транспортна фірма;
- чим вона відрізняється від подібних транспортних фірм;
- на якому ринку вона працює;
- для яких сегментів транспортного ринку розрахована її продукція;
- відмінні риси і привабливість цього ринку.

1.4. Фінансові показники:

- обсяг вантажних і пасажирських перевезень;
- тарифи на ці перевезення;
- розмір виручки;
- витрати, які пов'язані зі здійсненням перевізного процесу;
- очікуваний прибуток;
- строк окупності вкладених у підприємство інвестицій.

1.5. Інвестиції. Укажіть де і як ви розраховуєте їх одержати, у якій формі (акції, кредит або і те й ін.), і для яких цілей.

1.6. Аналіз умов діяльності транспортної фірми. Успішна діяльність фірми залежить від двох факторів – зовнішнього (зміна в законодавчій базі, кон'юктурі транспортного ринку і тощо) і внутрішнього (характеристика матеріально-технічної бази підприємства, якість транспортної продукції і тощо). Якщо фірма вже працює, то в аналізі відбиваються обсяги вантажо-пасажирських перевезень і розміри прибутку за останні роки.

1.7. Огляд завершується формуванням основних стратегічних цілей розвитку транспортної фірми і розглядом можливостей їхнього досягнення залежно від внутрішніх факторів.

## **2. Характеристика транспортної продукції**

2.1. У даному розділі бізнес-плану повинні бути зафіксовані:

- відмінні риси транспортної продукції, яка пропонується даним підприємством;
- прогноз попиту на продукцію транспорту;
- дані про регіони, про групи населення, про торгові, збутові та інші організації, що є покупцями і споживачами даної транспортної продукції і ступінь задоволення їхніх потреб;
- прогноз зміни тарифів на перевезення пасажирів і вантажів (з огляду на високий рівень інфляції, він являє собою найважчий елемент при складанні бізнес-плану).

2.2. При розробці цього розділу необхідно брати до уваги конкурентів, кількість їхньої транспортної продукції і якість обслуговування, ділову політику. Із врахуванням цього проводиться коригування обсягу перевезень.

2.3. Опишіть головні складові конкурентоспроможності Вашої транспортної продукції. У першу чергу до них належать показники покращення якості.

2.4. Існує два підходи до питань поліпшення якості. Перший заснований на підвищенні якості транспортної роботи, який веде до зниження експлуатаційних витрат. Він характеризується такими показниками, як робота рухомого складу, продуктивність транспортних засобів, швидкість руху і тощо. Другий оснований на підвищенні якості запропонованої транспортної продукції, що веде до підвищення доходу, прибутковості підприємства. Він характеризується такими показниками, як ступінь задоволення потреб у перевезеннях, ритмічність, надійність, безпека, збереження перевезень, точне дотримання встановлених термінів доставки вантажів і пасажирів.

2.5. Виходячи з вищезазначеного конкурентоспроможність транспортної продукції – це добуток якості транспортної продукції, ціни (тарифів на перевезення вантажів і пасажирів) і транспортного обслуговування.

2.6. Закінчують даний розділ зіставленням тарифів на перевезення вантажів і пасажирів із транспортними витратами, що дозволяє визначити прибуток.

### **3. Кадри**

3.1. У даному розділі необхідно визначити джерела формування штату і чисельність персоналу. Описати принципи відбору співробітників, план їхньої професійної підготовки, методи і періодичність визначення якості їхньої роботи, а також оплату праці та план заохочення співробітників. І, по можливості, вказати, яка кількість співробітників необхідна в даний момент часу й у майбутньому.

3.2. Чітка робота підприємств транспорту не може бути забезпечена без розробки і впровадження нової, більш прогресивної структури керування перевізним процесом і зміни оцінки роботи, як колективу в цілому, так і кожного окремого працівника.

3.3. Перехід транспорту на принципи комерційної діяльності вимагає підвищення знань і компетентності керівників усіх рангів. Для цього необхідно розробляти план техніко-економічного навчання кадрів, їхньої атестації і контролю роботи, навчити мислити і діяти за принципами і категоріями ринку, головний зміст яких – одержання максимального прибутку при високій якості транспортного обслуговування вантажовласників і пасажирів.

3.4. Тепер в області комерційної експлуатації на транспорті існує гостра недостача висококваліфікованих комерсантів-менеджерів, здатних організувати цю роботу. Якщо на Вашому підприємстві такі люди вже є, то дається коротка їхня характеристика, пояснюється, як вони ведуть справи, що стосуються керування підприємством. Якщо таких працівників потрібно набрати, то викладаються вимоги до них і намічаються способи залучення цих фахівців.

3.5. Далі приводиться інформація про основні посадові особи, що працюють на підприємстві, вказується рівень їхньої освіти, спеціальної підготовки і досвіду роботи.

3.6. З обліком вищевикладеного визначається потреба в кадрах, з цього складається штатний розклад.

3.7. Наприкінці розділу приводиться організаційна структура транспортного підприємства, на якій буде видно взаємодію служб:

- підпорядкованість;
- координування;
- контроль.

#### **4. План виробництва**

4.1. Виробничий план містить опис перевізного процесу і матеріально-технічної бази підприємств транспорту, характеристику необхідних виробничих приміщень (вокзальні, привокзальні, адміністративні приміщення, гаражі, склади, майстерні тощо), видів рухомого складу, який застосовується, постачальників запчастин, палива і т.ін.

4.2. У даному розділі описуються маршрути і напрямки здійснення перевезень, розробляються модель транспортної мережі та графіки руху, складається розклад. Приводяться способи зменшення нераціональних перевезень вантажів і пасажирів.

4.3. Складається календарний план з режимом роботи транспортного підприємства і його основних служб.

4.4. Описуються фактори, що призводять до зменшення витрат на перевізний процес. До них належать впровадження ресурсозбережних технологій, удосконалення технологічного процесу на базі автоматизації керування при збоях під час руху та ін. Описуються переваги виду транспорту, що використовується і його найменший негативний вплив на навколишнє середовище. При цьому оцінюються такі показники як займана транспортним засобом площа, зменшення витрати пального на одиницю транспортної роботи (продукції), вплив шуму, ступінь забруднення навколишнього середовища і т.ін.

4.5. Розробляються внутрішні вантажо- і пасажиропотоки за напрямками «станція відправлення – станція призначення» і виявляються їхні тижневі та місячні коливання.

4.6. У завершальній частині розділу необхідно вказати продуктивність праці, плановану вартість упровадження науково-технічних, організаційних, маркетингових робіт, темпи росту обсягу вантажних і пасажирських перевезень і наприкінці привести узагальнюючу оцінку витрат виробництва, не забуваючи включити витрати на охорону навколишнього середовища. Таким чином, зведення, що приводяться в даному розділі, допоможуть у виробленні комерційної політики, необхідної для підтримки стійкого положення на ринку транспортних послуг.

#### **5. План по маркетингу**

##### **5.1. Вивчення й аналіз ринку транспортних послуг**

5.1.1. Перш ніж дати справі хід, варто серйозно зайнятися вивченням ринку транспортних послуг. Це дозволить визначити коло споживачів продукції транспорту; місткість ринку (його величини, як у кількісному, так і у вартісному

вираженні); обсяги перевезень вантажів і пасажирів; зробити правильний вибір каналів збуту і т.ін.

5.1.2. У результаті проведення спеціальних маркетингових досліджень, необхідно з'ясувати, які ринки і чому є кращими, установити ієрархію ринків по рангах очікуваної комерційної ефективності, визначити номенклатуру і кон'юнктуру кожного ринку транспортних послуг.

5.1.3. Комплексне дослідження транспортного ринку включає вивчення мотивів попиту споживачів на вантажні та пасажирські перевезення, виявлення незадоволених потреб, сегментацію ринку.

5.1.4. Результати вивчення транспортного ринку повинні зіставлятися з наявними можливостями постачань нової техніки, рухом складу, запчастин та інших засобів виробництва, що необхідні для задоволення потреб вантажовласників і пасажирів.

5.1.5. При вивченні попиту на вантажні перевезення необхідно виявити вимоги вантажовласників до якісних характеристик перевезень і ступінь їхнього задоволення на момент одержання даних. Не варто обмежуватися обліком наданих відправниками заявок на перевезення вантажів, необхідно розробляти прогноз зміни вантажопотоків і скласти місячні розгорнуті плани вантажних перевезень. У них, крім наміченого обсягу відправлення вантажів, зазначається їх адресність, тобто доставка до місця призначення, а також кількість і номери рухомого складу, необхідного для здійснення перевезень.

5.1.6. Більш складним є вивчення попиту на пасажирські перевезення. Для повного задоволення попиту, вивченню підлягають такі фактори:

- рухомість населення по окремих типах населених пунктів;
- залежність рухомого рівня доходу;
- структура поїздок по цілях;
- вимоги до культури обслуговування і комфортабельності поїздки, наприклад, швидкість, денний чи нічний час поїздки, додаткові послуги.

5.1.7. Для полегшення збору вивчення необхідної для досліджень попиту інформації застосовуються існуючі способи дослідження (вивчення) пасажирів: квитковий, талонний, інтерв'ю й анкетування.

5.1.8. Крім вивчення мотивів попиту на пасажирські перевезення і виявлення незадоволених потреб, необхідне проведення сегментації ринку, тобто поділу ринку на рівні ділянки (сегменти) усередині яких існують сталі зв'язки між попитом та пропозицією на продукцію транспорту.

5.1.9. Сегментація ринку буде виправдана як у рамках великих, так і маленької транспортної фірми.

5.1.10. Сегментація ринку вантажних перевезень формується по типах вантажів чи по видах використовуваного рухомого складу.

5.1.11. Головними сегментами ринку вантажних перевезень є ринки швидкопсувних, сипучих, рідких, вогнебезпечних, тарно-штучних та інших вантажів.

5.1.12. При проведенні сегментації по типах відправлення вантажів враховується якість використовуваного при цьому рухомого складу (критий, спеціалізований і тощо).

5.1.13. Сегментація ринку пасажирських перевезень є більш трудомісткою, складною і містить деякі принципи сегментації споживчих товарів з урахуванням особливостей пасажирського транспорту:

– сегментацію за географічними принципами, тобто рухомість населення по типах населених пунктів;

– сегментацію за демографічними принципами, тобто за статтю та віком пасажирів;

– сегментацію за типами соціальних груп і доходами клієнтів (рядові пасажирі, туристи, бізнесмени, іноземці тощо);

– сегментацію за рівнем комфортабельності, культурного обслуговування, надання додаткових послуг у дорозі, наприклад, організація харчування під час поїздки, а також за іншими ознаками та їхніми комбінаціями.

5.1.14. Сегментація ринку дозволить визначити найперспективніші сегменти і принципи сегментування, найпридатніші для пропонованої транспортної продукції, а також дозволить планувати розвиток пропускну здатності конкретних маршрутів не тільки для освоєння майбутнього обсягу перевезень, але і для забезпечення підвищення їхньої якості.

5.1.15. За результатами досліджень ринку транспортних послуг будуються середні та довгострокові програми розвитку внутрішніх і зовнішніх ринків, розробляється прогноз зміни вантажо-пасажирських потоків по різних маршрутах, формується інформаційна база, визначаються напрямки диверсифікації, тобто розширення номенклатури транспортної продукції (наприклад, розширення підсобно-допоміжної діяльності).

5.1.16. Завершується даний розділ бізнес-плану повною оцінкою стану даного транспортного підприємства на ринку.

5.1.17. Частку транспортного ринку, що може зайняти дане підприємство, можна розрахувати за такою формулою:

$$D_{mp} = \frac{1}{1 + \frac{I_i}{I_k}} \cdot \frac{C_n}{K_i}, \quad (1)$$

де  $D_{mp}$  – частка транспортної продукції даного підприємства в задоволенні попиту вантажовласників і пасажирів;

$I_i$  – показник іміджу даного транспортного підприємства;

$I_k$  – показник іміджу транспортного підприємства-конкурента;

$C_n$  – співвідношення «попит-пропозиція»;

$K_i$  – конкурентноспроможність транспортної продукції даного підприємства.

## 5.2. Аналіз конкурентів

5.2.1. При плановій економіці конкуренція в транспортній системі практично була відсутня. В умовах ринкової економіки поява ринку транспортних послуг стала можливою завдяки конкуренції, як між різними видами транспорту, так і всередині кожного з них.

5.2.2. Сучасний транспортний ринок немислимий без конкурентної боротьби, від якої залежить комерційний успіх. Тому конкуренти повинні бути предметом постійної уваги і джерелом інформації, що багато в чому впливає на стан підприємства на ринку.

5.2.3. Конкуренція потребує постійного пошуку підприємствами транспорту нових, більш привабливих для пасажирів і вантажовласників, послуг і додаткових робіт, що супроводжують перевізний процес.

5.2.4. Аналіз конкурентів на ринку транспортних послуг починається із системи збору й обробки інформації про їхню діяльність:

- темпи росту;
- прибутковість, рентабельність;
- структура фінансів;
- структура витрат;
- мотиви і цілі виробничо-збутової політики;
- застосовувані методи конкурентної боротьби (наприклад, диференціація якості, маневрування цінами, надання додаткових транспортних послуг та ін.).

5.2.5. Вказуються джерела цієї інформації. Приводиться порівняльний аналіз транспортної продукції Вашої фірми з продукцією конкурентів. Проводити найкраще такий аналіз у таблиці, роблячи акцент на переваги Вашої продукції в порівнянні з конкурентами (див. табл. 5.2.1).

*Таблиця 5.2.1*

Аналіз конкурентів

Запити споживачів (вантажовласників чи пасажирів)	Що можуть запропонувати конкуренти?	Що може запропонувати Ваша фірма?
Рівень якості транспортного обслуговування		
Рівень цін на транспортну продукцію (знижки, надбавки)		
Надання нових видів транспортних послуг		
Організація доставки вантажу «точно в термін»		
Надійність, ритмічність, безпека руху		
Схоронність перевезень		
Реклама		

5.2.6. На базі порівняльного аналізу вище зазначених факторів формуються висновки про сильні та слабкі сторони діяльності Ваших конкурентів.

### **5.3. Організація і стимулювання збуту**

5.3.1. Однією з частих невдач проектів організації транспортних підприємств є неправильний вибір каналів збуту продукції транспорту без обліку інертності ринкових зв'язків між продавцями і покупцями.

5.3.2. Функції збуту на транспорті повинні виконувати маркетингові служби по комерційних перевезеннях вантажів і пасажирів.

5.3.3. Умови реалізації продукції транспорту виробляються шляхом діалогу служби маркетингу з технічними, технологічними, економічними службами і відділами підприємства.

5.3.4. При цьому треба враховувати, що коливання пов'язані зі змінами обсягів вантажних і пасажирських перевезень, не можуть бути компенсовані тільки за рахунок збільшення капітальних вкладень, необхідно підвищувати якість транспортного обслуговування.

5.3.5. Великим резервом підвищення якості транспортного обслуговування є організація змішаних, наприклад, залізнично-автомобільних перевезень.

5.3.6. Організація змішаних перевезень стає найбільш актуальною в умовах зростаючої конкуренції між різними видами транспорту, у результаті чого необхідне скорочення термінів перевезення вантажів. Оптимальним у даний час є термін доставки вантажу протягом доби.

5.3.7. Транспортне обслуговування поліпшеної якості сприяє залученню вантажовласників і пасажирів.

5.3.8. Для залучення вантажовласників підприємства транспорту повинні шукати нові форми транспортного обслуговування, засновані на наданні інформації про потреби в перевезеннях.

5.3.9. Надана вантажовласниками диференційована і тривала за часом інформація з зазначенням адреси перевезень не тільки на місяць, але і на рік, два, три тощо, дозволяє намітити заходи для збільшення обсягу вантажних перевезень, провізної спроможності конкретних напрямків і маршрутів.

5.3.10. Відповідно, чим більша тривалість періоду, для якого повідомляється адреса перевезення, тим відчутніші повинні бути тарифні пільги і гарантії, надані вантажовласникам.

5.3.11. Разом з тим, час у договорі між транспортним підприємством і вантажовласником необхідно передбачати відповідальність останнього за істотні зміни в обсягах наданих до перевезення вантажів чи повної відмови від послуг транспорту, зазначених у договорі.

5.3.12. Для збільшення обсягу пасажирських перевезень, покращення їхньої організації підприємством транспорту необхідно враховувати сучасний рівень вимог ринку і повсюдно застосовувати досягнення науково-технічного прогресу.

5.3.13. Для одержання необхідної вихідної інформації про пасажирські перевезення в реальному часі служить система бронювання.

5.3.14. Рівень надання додаткових послуг із продажу квитків є істотною складовою підвищення організації і стимулювання збуту, наприклад, встановлення автоматів із продажу квитків, що могли б приймати не тільки жетони, монети, але і паперові гроші. Застосування таких автоматів істотно спроститься при введенні кредитних карток для розрахунків за квитки й інші транспортні послуги.

5.3.15. Невдоволення населення, пасажирів, особливо в денний час викликає одержання довідки по телефону. Для усунення нарікань пасажирів необхідно вжити заходів для ущільнення довідкової інформації, збільшення кількості каналів і тощо.

5.3.16. Транспортним підприємствам, які займаються перевезеннями пасажирів, необхідно також розвивати такий вид послуг, як письмова



інформація, що не тільки зменшує черги в довідкове бюро, але і поліпшує якість і надійність обслуговування пасажирів.

5.3.17. Для цього необхідно вчасно розробляти і регулювати відновлення розкладу за напрямками, а також подавати в ньому додаткову інформацію, що цікавить пасажирів, наприклад, про вартість проїзду, пункти зупинок в дорозі і т.ін.

5.3.18. Якщо транспортне підприємство займається підсобно-допоміжною діяльністю, то для стимулювання збуту такої продукції, особливо товарів народного споживання може бути використано такий засіб, як організація виставок чи виставок-продажів безпосередньо у вокзальних чи привокзальних приміщеннях.

5.3.19. Важливим засобом стимулювання збуту є також реклама і гнучке ціноутворення.

## **5.4. Ціноутворення**

5.4.1. Істотним аспектом маркетингу є процес ціноутворення.

5.4.2. Застосування маркетингу на транспорті збільшує кількість застосовуваних стратегій і методів ціноутворення.

5.4.3. Стратегія ціноутворення полягає у визначенні рівня цін на транспортну продукцію і можливі варіанти їхньої зміни залежно від поточних і перспективних цілей даного транспортного підприємства.

5.4.4. У ринкових умовах головною метою будь-якого транспортного підприємства є одержання максимального розміру прибутку. Окрім головної, можуть виникнути і проміжні цілі, такі як: завоювання більш великого сегмента на ринку транспортних послуг, зміна тактики конкурентної боротьби, прискорення окупності витрат тощо.

5.4.5. Стратегія ціноутворення визначається розмірами транспортного підприємства, його станом на ринку, фінансовим станом, застосовуваними методами формування тарифів на вантажні та пасажирські перевезення.

5.4.6. Ціноутворення на ринках транспортної продукції здійснюється так само, як і на ринках споживчих товарів, тому тут можуть бути цілком прийнятні існуючі методи визначення вихідної величини ціни (тарифу):

– метод «середні витрати плюс прибуток», при якому до витрат на одиницю продукції додається середня норма прибутку на ринку. Він особливо ефективний, коли ним користуються Ваші конкуренти;

– метод забезпечення цільового прибутку, заснований на визначенні максимально припустимих витрат виробництва і розробці заходів для недопущення зростання їхнього рівня;

– метод аналізу поточних цін, в основі якого лежить принцип установлення ціни не вище мінімальної ціни конкурентів із застосуванням заходів для забезпечення беззбитковості;

– метод споживчої вартості чи метод цінності товару (послуги), при якому за орієнтир береться ціна конкурента і додатково враховуються умови, які привабливі для покупця (схоронність перевезень, установлення термінів доставки вантажів і пасажирів та ін.).

5.4.7. Методика розрахунку ціни (тарифів) на транспортну продукцію здійснюється у такому порядку:

- постановка завдання ціноутворення;
- визначення (вивчення) попиту на транспортну продукцію;
- оцінка витрат;
- аналіз тарифів і транспортної продукції конкурентів;
- вибір методу ціноутворення;
- встановлення остаточної ціни (тарифу).

5.4.8. Встановлення остаточної ціни (тарифу) на нову транспортну продукцію залежить від цінової політики, проведеної для успішного її просування на ринку.

5.4.9. Успіх транспортних підприємств на ринку визначається якістю їхньої продукції. Домінуючим стає принцип «якість транспортної продукції приносить гроші». Цей принцип базується на більш низьких експлуатаційних витратах і максимальних розмірах прибутку завдяки тому, що високоякісна продукція транспорту дає більший прибуток на інвестиційний капітал, чим продукція низької якості.

5.4.10. Якість транспортної продукції визначається відстанню, часом і вартістю перевезення.

5.4.11. В умовах ринку транспортні тарифи повинні формуватися, опираючись на загальні принципи ціноутворення з урахуванням специфіки визначення вантажних і пасажирських тарифів.

#### **5.4.1. Формування тарифів на вантажні перевезення**

5.4.1.1. При формуванні вантажних тарифів найкраще керуватися принципом платоспроможності вантажів, тобто встановлювати рівень тарифу на основі ціни перевезеного вантажу.

5.4.1.2. Рівень тарифу на вантажні перевезення визначається трьома способами.

5.4.1.3. Перший спосіб полягає у формуванні тарифу, який складається з відношення провізної плати до ціни конкретного вантажу:

$$T_{кв} = a_c \cdot Ц_{кв} = \frac{E_p + \Pi_{не}}{\sum_{i=1}^n N_i \cdot Ц_i} \cdot Ц_{кв}, \quad (2)$$

де  $a_c$  – середнє відношення перевізної плати по тарифу до ціни перевезених вантажів;

$Ц_{кв}$  – ціна 1 т конкретного вантажу, грн.;

$E_p$  – розрахункова сума всіх експлуатаційних витрат по вантажних перевезеннях, грн.;

$\Pi_{не}$  – прогнозований прибуток від вантажних перевезень, грн.;

$N_i$  – прогнозований обсяг перевезень  $i$ -го вантажу, т.;

$Ц_i$  – ціна 1 т  $i$ -го вантажу, грн.

5.4.1.4. Суть другого способу полягає в розподілі, пропорційно вартості вантажів, наміченої суми прибутку. При цьому коливання прибутку у разі зміни структури перевезених вантажів будуть незначні.

5.4.1.5. У цьому разі середній рівень тарифу за перевезення певного роду вантажу визначається за такою формулою:

$$T_{кв} = C_{кв} = \frac{П_{пв}}{\sum_{i=1}^n N_i \cdot Ц_i} \cdot Ц_{кв}, \quad (3)$$

де  $C_{кв}$  – витрати транспорту на перевезення 1 т вантажу на середню відстань, грн.

5.4.1.6. Третій спосіб заснований на визначенні рівня тарифу за принципом цінності транспортних послуг.

5.4.1.7. Даний тариф застосуємо тільки при наявності контракту між вантажовласником і транспортною фірмою на перевезення вантажу в конкретному напрямку.

5.4.1.8. Рівень тарифу являє собою різницю між цінами перевезеного вантажу в пунктах призначення і відправлення, у його основі лежить платоспроможність вантажовласника і його вигода, що отримується в результаті даного перевезення.

5.4.1.9. При його визначенні повинна дотримуватися така умова:

$$T_{кв} < (Ц_{пн} - Ц_{пв} - B_o), \quad (4)$$

де  $Ц_{пн}$  – ціна вантажу в пункті призначення, грн;

$Ц_{пв}$  – вантажу в пункті відправлення, грн;

$B_o$  – додаткові витрати вантажовласника, пов'язані з перевезенням (тара, вантажно-розвантажувальні роботи і тощо).

5.4.1.10. При ціновому маркетингу також широко використовуються знижки ціни на транспортну продукцію (послуги). Підприємства транспорту застосовують знижки декількох видів.

5.4.1.11. Знижки на довгострокові замовлення перевезень, надані вантажовласниками, що вказують «адресу» пункту призначення перевезення вантажу на певний період (місяць, квартал, рік і т.д.), розмір (величина) знижки залежить від тривалості періоду укладеної угоди.

5.4.1.12. Великі знижки надаються тим вантажовласникам, що укладають договір на термін не менше одного року, з подальшим збільшенням обсягів перевезень вантажу на певний відсоток. Відсоток знижки залежить від відсотка приросту укладеної угоди.

5.4.1.13. Знижки типу «сконто» надаються за передоплату перевезень вантажовласнику.

5.4.1.14. В умовах конкуренції між різними видами транспорту є сенс надавати сезонні знижки, наприклад, у період навігації водного транспорту.

5.4.1.15. У ринковому ціноутворенні в результаті договорів на перевезення вантажів поряд зі знижками передбачаються і надбавки до ціни за поліпшену якість (сервіс) послуги, за відстрочку платежу і т.ін.

## **5.4.2. Формування пасажирських тарифів**

5.4.2.1. Рівень тарифів на перевезення пасажирів має встановлюватись, керуючись умовами конкуренції між різними видами транспорту, а також за даними маркетингових обстежень попиту та пропозиції різного роду транспортних послуг.

5.4.2.2. З огляду на соціальну значимість пасажирських перевезень слід проводити диференціацію тарифів залежно від наданих пасажирам зручностей і їхньої готовності платити за них, а також необхідно визначити прийнятні межі встановлення ціни квитків для різних по купівельній спроможності груп населення.

5.4.2.3. При формуванні пасажирських тарифів необхідно урізноманітнити види наданих знижок, крім знижок студентам, пенсіонерам, інвалідам тощо, надавати знижки для всіх пасажирів у напрямках, де спостерігається спад обсягу перевезень.

5.4.2.4. Невід'ємною частиною маркетингової діяльності на транспорті має стати організація перевезень туристів, доходи від здійснення якої повинні надходити у валюті.

## **5.4.3. Формування ціни на продукцію підсобно-допоміжної діяльності**

5.4.3.1. До підсобно-допоміжної діяльності на транспорті належать такі види робіт:

- вантажно-розвантажувальні роботи;
- транспортно-експедиційні операції;
- здача в оренду рухомого складу;
- виробництво різного складу;
- виробництво різного роду продукції (ручного інструмента, запчастин).

5.4.3.2. Процес ціноутворення на продукцію підсобно-допоміжної діяльності (ПДД) ґрунтується на принципах співвідношення попиту та пропозиції. Для визначення правильного напрямку цінової стратегії необхідне проведення маркетингового аналізу, в результаті якого будуть визначені потреби в роботах, послугах і продукції ПДД, ступінь задоволення цих потреб, конкуренти; чисельність працівників і виробничі потужності підприємств, що займаються ПДД; існуючі ціни на аналогічну продукцію (послуги); споживачі та їхня платоспроможність.

5.4.3.3. Підприємства транспорту, що займаються таким видом ПДД, як вантажно-розвантажувальні роботи, здача рухомого складу в оренду, транспортно-експедиційні операції і при цьому не відчують сильного тиску з боку конкурентів, можуть застосувати цінову політику «зняття вершків». При установленні високої ціни можливе одержання максимального прибутку до появи конкурентної боротьби. Необхідно брати до уваги і те, що при

призначенні дуже високої ціни споживач може відмовитися від певних робіт, послуг.

5.4.3.4. У разі, якщо підприємство займається виробництвом і реалізацією нових видів виробів, попит на які дуже великий та існує кілька серйозних конкурентів, можна скористатися політикою «проникнення на ринок». При цьому встановлюються ціни нижче, ніж на аналогічний товар, який вже є на ринку. Однак, нижня межа ціни повинна дорівнювати величині змінних витрат на одиницю продукції. Подібний ризик може бути виправданий зростанням обсягу продажів і сумою доходів.

5.4.3.5. Якщо існує один конкурент, що виробляє аналогічний товар, тоді доцільно застосовувати цінову політику «проходження за лідером», відповідно до якої ціна призначається з орієнтацією на ціну конкурента з урахуванням унікальних переваг продукції (послуги) і ринкової кон'юнктури.

5.4.3.6. В результаті договору зі споживачем про постачання продукції чи надання певного роду послуг, необхідно передбачити зміну ціни залежно від зростання цін на сировину, матеріали тощо. У цьому разі доцільне застосування «змінних цін».

5.4.3.7. При встановленні ціни на продукцію ПДД передбачаються знижки, у даному випадку більш прийнятними є бонусні та знижки типу «сконто».

## **5.5. Реклама**

5.5.1. Важливим інструментом маркетингу на транспорті є реклама, у функції якої входить не тільки надання інформації про нову транспортну продукцію з метою її прибуткового збуту, але і підсобно-допоміжна діяльність, тобто прийом заявок на рекламні послуги від сторонніх організацій.

5.5.2. Рекламні оголошення можуть передаватися по радіомовленню на вокзалах, у пасажирському транспорті різного типу (потягах, літаках, автобусах, метрополітенах і т. ін.). Для оголошень і афіш використовують вокзальні приміщення, перони, пасажирські платформи тощо.

5.5.3. Способи повідомлення рекламних повідомлень споживачу можуть бути різними і вибираються залежно від їхньої мети, наявних ресурсів.

5.5.4. Реклама – це дорогий захід, тому доцільно встановити терміни, план і вартість її здійснення.

5.5.5. Розширення рекламної діяльності сприяє підвищенню прибутковості підприємств транспорту.

## **6. Оцінка комерційного ризику і система страхування на транспорті**

### **6.1. Оцінка комерційного ризику**

6.1.1. У даному розділі бізнес-плану необхідно визначити усі види ризику і проблеми, з якими може мати справу транспортне підприємство, джерела їхнього виникнення.

6.1.2. Об'єктивна оцінка і прогнозування комерційного ризику – це поняття маловідомі у вітчизняній практиці підприємництва. Це не означає, що

діяльність вітчизняних підприємців не підлягає таким ризикам, просто в більшості випадків їм невідомі прийоми звертання з них.

6.1.3. Опишіть, які види ризику і проблеми найбільш ймовірні для вашої сфери діяльності, оцініть хоча б орієнтовно які втрати вони спричиняють і приведіть способи, по яких їх можна усунути чи мінімізувати.

6.1.4. На практиці підприємства транспорту найчастіше стикаються з такими видами внутрішніх ризиків:

- при зниженні конкурентами цін на транспортну продукцію;
- при неможливості виконання планованого обсягу перевезень вантажів до наміченої дати;
- при затримках з постачальниками рухомого складу запчастин;
- палива і т.ін.

6.1.5. Крім перерахованих внутрішніх ризиків підприємства транспорту стикаються з такими типами ділових ризиків:

- ринковий ризик, що виникає при коливанні цін на ринку збуту, в результаті чого через низький рівень конкурентоспроможності транспортної продукції, губиться частина прибутків;
- ризик банкрутства (неплатоспроможність створеного підприємства і його засновників через погано організовану діяльність апарата керування, прийняття невірних стратегічних рішень);
- інфляційний ризик;
- ліквідний ризик, що виникає у разі недостатності обсягу швидко ліквідних засобів;
- ризик конфліктів із законодавством і громадськістю.

6.1.6. Керуючись здійснюваними транспортними підприємствами видами діяльності приведений список внутрішніх і зовнішніх ризиків можна розширити чи звужити.

## **6.2. Система страхування на транспорті**

6.2.1. Система страхування на транспорті включає добровільне страхування відправниками перевезень вантажів, страхування пасажирів, страхування фінансових ризиків в області інвестицій і банківського кредитування.

6.2.2. Залежно від способу перевезення застосовується наземне, морське, авіаційне страхування вантажів від транспортних ризиків. Страхування вантажів включає всі ризики, а також форс-мажорні обставини і поширюється на весь процес переміщення, тобто від складу відправника вантажу до складу вантажоодержувача.

6.2.3. Добровільне страхування відправниками перевезень вантажів здійснюється на основі договору страхування. Умови договору повинні передбачати яка зі сторін буде займатися страхуванням і хто буде нести витрати, пов'язані з ним, продавець чи покупець.

6.2.4. На практиці найчастіше вантаж страхується на користь покупця. При цьому вартість, на яку він може бути застрахований, звичайно визначається

як сума вартості вантажу, фрахту, вартості відвантаження, надбавки на покриття адміністративних витрат (від 5 до 10 %), росту цін і т.ін.

6.2.5. Договір страхування укладається на підставі однієї з трьох умов:

- з відповідальністю за приватну аварію;
- без відповідальності за ушкодження, крім випадків катастрофи;
- з відповідальністю за всі ризики.

6.2.6. Основними причинами висновку договору страхування є захист від фінансових утрат, що можуть виникнути через псування вантажу, його крадіжки, поломки, збитку під час транзиту, а також при затримках з постачальниками рухомого складу, запасних частин, палива і т.д.

## **7. Фінансовий план**

7.1. Фінансовий план узагальнює і представляє у вартісному виразі матеріали всіх попередніх розділів бізнес-плану.

7.2. У цьому розділі розглядаються питання фінансування підприємств транспорту, потреба в капіталі та керуванні їхньою фінансовою діяльністю.

7.3. Він включає в себе підготовку і розробку таких основних документів:

- прогноз прибутків і збитків;
- баланс грошових потоків;
- зведений баланс активів і пасивів;
- калькуляцію собівартості перевезень вантажів чи пасажирів.

7.4. Тут же необхідно визначити точку самооплатності (беззбитковості) виробництва продукції транспорту, описати джерела надходжень і напрямків використання фінансових засобів, стратегію фінансування.

7.5. Завершується даний розділ розрахунком показників економічної ефективності та платоспроможності транспортного підприємства.

7.6. Готувати фінансовий план управлінському і фінансовому персоналу підприємства рекомендується за допомогою бухгалтерів. При розрахунках бажано вказати можливі максимальні, мінімальні й оптимальні оцінки варіантів тих чи інших транспортних витрат.

## **8. Оформлення бізнес-плану**

Перший лист бізнес-плану – титульний. На ньому вказується назва транспортного підприємства, прізвище та ініціали автора, дати і терміни охоплення діяльності цим планом.

Після титульного буде лист із зазначенням змісту плану.

На подальших аркушах розміщуються інші розділи бізнес-плану.

Після опису основних розділів у додатку приводяться всі необхідні таблиці.

### 3. ПРАКТИКУМ

#### 3.1. Практичне заняття 1. Сутність бізнесу і його економічна основа

##### 3.1.1. Запитання для обговорення

1. Що таке бізнес і що є його економічною основою?
2. Які в Україні види бізнесу?
3. Що таке стратегія та тактика бізнесу?
4. У чому різниця між поняттями «бізнес», «підприємництво», «діло»?
5. Які є форми бізнесу? В чому їх сутність?

##### 3.1.2. Теми рефератів

1. Видатні бізнесмени світу та історія їхнього успіху.
2. Видатні бізнесмени України.

##### 3.1.3. Практичні завдання

###### Завдання 1

**Потрібно:** знайти відповідне визначення для кожного наведеного терміну.

###### Дані для виконання

Термін	Визначення
(1) Бізнес	А. Право контролювати використання певних ресурсів і розподіляти витрати і вигоди, що при цьому виникають
(2) Підприємець	Б. Самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг та зайняття торгівлею з метою одержання прибутку
(3) Бізнесмен	В. Будь-яка діяльність, яка приносить дохід
(4) Підприємницька діяльність	Г. Ділець, комерсант, підприємець, фізична особа – основний суб'єкт ринкової економіки, метою діяльності якого є дослідження та використання нових можливостей одержання прибутку (доходу), пов'язаних з освоєнням нових ринків, випуском нових товарів (послуг), виробничих технологій, новими організаціями
(5) Право власності	Д. Головна діюча особа ринкової економіки

###### Завдання 2

**Потрібно:** охарактеризувати наведені ознаки підприємця. Які ознаки, на Вашу думку, слід додати?

**Дані для виконання:** Виділяють такі ознаки підприємця як головного суб'єкта ринкової економіки:

- має власне відокремлене майно;
- є правоздатним;
- несе відповідальність за невиконання чи неналежне виконання зобов'язань, порушення прав власності інших суб'єктів.

###### Завдання 3



Потрібно: проаналізувати визначення «бізнес» і «підприємницька діяльність», прокоментувати переваги та особливості варіантів різних авторів, сформулювати найбільш повне визначення бізнесу та підприємництва.

#### Дані для виконання:

Автор	Визначення
Бойко В.М., Вашків П.Г. Бізнес: словник-довідник. – К.: Україна, 1995. – 157 с.	<b>Бізнес</b> – будь-який вид діяльності, що приносить прибуток (с. 20). <b>Підприємництво</b> – ініціативна самостійна діяльність громадян та їх об'єднань, спрямована на одержання прибутку. Здійснюється громадянами на свій ризик і під майнову відповідальність у межах, що визначаються організаційно-правовою формою підприємства (с. 106)
Энциклопедический словарь бизнесмена: Менеджмент, маркетинг, информатика / Под ред. М.И. Молдованова. – К.: Техника, 1993. – 856 с.	<b>Бізнес</b> – діло, справа, що приносить дохід, підприємницька або комерційна діяльність (с. 87). <b>Підприємництво</b> – самостійна, ініціативна, систематична діяльність на власний ризик по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг і зайняттю торгівлею з метою одержання прибутку (с. 555)
Ермошенко Н.Н., Скворцов Н.Н. Словарь-справочник предпринимателя. – К.: КкрИНТЭИ, 1993. – 168 с.	<b>Бізнес</b> – будь-яка економічна, господарська, виробнича, посередницька діяльність в умовах ринкової економіки, що приносить прибуток (доходи) власнику (с. 20)
Коноплицкий В.А., Филина А.И. Маркетинг, рынок, финансы. Терминологический словарь-справочник. – К.: "Имэкс", 1992. – 184 с.	<b>Бізнес</b> – будь-яка організована законна діяльність, головною метою якої є одержання прибутку. Регулюється національним законодавством та міжнародними угодами (с. 20)
Основи предпринимательского дела: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. / Под ред. Ю.М. Осипова, Е.Е. Смирновой. – М: Издательство БЕК, 1996. – 476 с.	<b>Бізнес</b> є ніщо інше, як організація підприємства -промислового підприємства, сільської ферми, торгової точки, підприємства обслуговування, банку, адвокатської контори, дослідницької установи, видавництва. <b>Бізнес</b> – організація виробничої діяльності, виробництва продукту (корисної речі) або послуги (неречового продукту) (с. 3). <b>Підприємницька діяльність</b> – ініціативна самостійна діяльність громадян та їх об'єднань з метою одержання прибутку (с. 32)

#### Завдання 4

Потрібно: вказати, поняття якого терміну розкриває певне визначення.

#### Дані для виконання:

- кількість товару, яку покупець хоче і може придбати за даних умов протягом певного періоду часу (дня, місяця, року тощо);
- кількість товару, яку продавець бажає продати за даних умов в одиницю часу (за день, тиждень, місяць, рік тощо);
- максимізація вигоди (доходу, прибутку) в процесі укладання різних угод;

г) реалізація стратегії бізнесу у відносинах з контрагентами в кожному окремому випадку з використанням конкретних умов здійснення, строків і предметів угод, тобто способи та методи якими буде реалізована стратегія бізнесу;

д) свобода господарської діяльності, торгівлі, землекористування, добровільного співробітництва тощо;

є) невизначеність природних, людських та економічних факторів, які за несприятливих умов можуть призвести до збитків у фінансово-господарській діяльності.

### **Завдання 5**

Потрібно: проаналізувати структуру потреб, сформульовану американським вченим А. Маслоу, знайти відповідну назву наведеної потреби і номер правильної відповіді вказати в таблиці.

#### **Дані для виконання**

Вид потреби	Фізіологічні потреби	Потреби в гарантіях	Соціальні потреби	Потреби у визнанні	Потреби самореалізації
Номер відповіді					

Потреби:

- 1) мати змогу брати участь в ухваленні рішень;
- 2) в їжі;
- 3) життя без страху;
- 4) в любові, дружбі;
- 5) поваги з боку інших людей;
- 6) в одязі;
- 7) мати гарантії забезпечення фізіологічних потреб; 8) висловлювати власні ідеї;
- 9) в житлі;
- 10) у суспільному спілкуванні.

Література: 1 – 7; 10; 12; 13; 15; 21; 27.

## **3.2. Практичне заняття 2. Сутність бізнесу і його економічна основа**

### **3.2.1. Запитання для обговорення**

1. Що таке власність?
2. Які існують форми власності в Україні?
3. Що таке «бізнес-план»?
4. Для кого розробляється бізнес-план?
5. Як розробити бізнес-план?

### **3.2.2. Теми рефератів**

1. Еволюція відносин власності та новітні форми власності.

2. Бізнес-план і його значення для підприємства.

### 3.2.3. Практичні завдання

#### Завдання 1

Потрібно: охарактеризувати форми власності в Україні відповідно до чинного законодавства, визначити суб'єкти та об'єкти власності. Відповідь оформити у вигляді наведеної таблиці.

#### Дані для виконання

Показники	Форми власності		
	Державна	Колективна	Приватна
Суб'єкт права власності			
Об'єкт права власності			
Відповідальність власника			
Відповідальність членів трудового колективу			
Захист права власності			

#### Завдання 2

Потрібно: знайти з поданого переліку термін, який має наведене визначення.

#### Дані для виконання

Визначення	Варіанти відповідей
Відносини, які складаються між суб'єктами з приводу присвоєння засобів і результатів праці	1) присвоєння 2) власність 3) право власності
Повна економічна влада суб'єкта над об'єктом і повна відповідальність суб'єкта за результати користування	1) власність 2) присвоєння 3) користування
Панування над об'єктом власності, але розпорядження та привласнення обмежені існуванням і правами власника	1) володіння 2) розпорядження 3) присвоєння
Фактичне здійснення влади власника над об'єктом власності, тобто фактичне управління ними	1) розпорядження 2) володіння 3) користування
Процес фактичного вилучення корисних властивостей з об'єкта власності для задоволення конкретних потреб	1) розпорядження 2) користування 3) власність
Врегульовані законом суспільні відносини щодо володіння, користування і розпорядження майном	1) право власності 2) власність 3) присвоєння

#### Завдання 3

Потрібно: визначити, коли і де власність на товар переходить до покупця в наведених випадках.

#### Дані для виконання:

а) покупець купує товар у крамниці та бере його з собою (особиста купівля);

б) продавець надсилає товар покупцю у певне місце (купівля з доставкою);

в) покупець і продавець проживають у різних містах і продавець відправляє товар залізницею (придбання з пересиланням).

#### Завдання 4

Потрібно визначити, хто в наведених ситуаціях є власником, володарем, користувачем землі та результатів праці на землі (канава, сільськогосподарські продукти і т.д.). Визначити результати праці. Відповіді оформити у вигляді таблиці.

#### Дані для виконання

	Ситуація I				Ситуація II		
	1	2	3	4	1	2	3
Власник землі							
Володар землі							
Користувач землі							
Власник результатів праці							
Результат праці							

#### Ситуація I

1. Фермер Петренко В. І. на своїй землі своєю лопатою копає канаву.

2. Фермер Петренко В. І. має свою землю і відчуває потребу викопати в ній канаву. Для цього він наймає робітника, який за свою роботу присвоює собі дохід у вигляді зарплати, а фермер - результат його праці – канаву.

3. У фермера немає часу займатися своєю земельною ділянкою. Він віддає ділянку в оренду на 10 років. Орендатор на свій власний розсуд використовує 10 років землю Петренка В. І. Орендатор присвоює результати своєї праці, а фермер – дохід у вигляді орендної плати.

4. Орендатор не працює сам, він наймає робітників, які здійснюють його проекти на землі фермера і присвоюють собі дохід у вигляді зарплати. Орендатор привласнює собі результати праці найманих працівників. Фермер привласнює дохід у вигляді плати за оренду своєї землі.

#### Ситуація II

1. Громадянка Григоренко М. С. вирішила відкрити власну справу. На закономлені кошти вона орендує на 3 роки приміщення та відкриває власну крамничку приватної форми власності, в якій працює сама.

2. Домашні справи не дають можливість власниці повністю присвятити себе роботі в крамниці, тому вона вирішує найняти двох продавців.

3. Строк оренди закінчився і Григоренко М. С. вирішує викупити приміщення, в якому знаходиться крамниця, а частину його віддати в оренду своїй подрузі.

#### Завдання 5

Потрібно: визначити, який з чотирьох проектів буде обраний і зазначити, чому інші три проекти будуть відхилені.

**Дані для виконання:** у чотирьох підприємницьких проектах на титульних сторінках була наведена така інформація.

<p><b>Проект №1</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Назва та адреса підприємства</li> <li>2. Прізвища та адреси засновників</li> <li>3. Сутність проекту</li> <li>4. Потенційні конкуренти</li> <li>5. Прізвище, адреса та телефон керівника</li> <li>6. Вартість проекту та джерела коштів</li> <li>7. Опис товару</li> </ol>	<p><b>Проект №3</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Прізвища та адреси засновників</li> <li>2. Прізвище директора та його телефон</li> <li>3. Сутність проекту</li> <li>4. Сукупна вартість проекту та джерела коштів</li> <li>5. Заява про комерційну таємницю</li> </ol>
<p><b>Проект №2</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Торговий знак</li> <li>2. Назва та адреса підприємства</li> <li>3. Суть проекту</li> <li>4. Прізвище, адреса і телефон директора</li> <li>5. Ризик проекту</li> </ol>	<p><b>Проект №4</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Торговий знак</li> <li>2. Назва та адреса підприємства</li> <li>3. Прізвище, адреса та телефон директора</li> <li>4. Опис товару</li> <li>5. Сутність проекту</li> <li>6. Вартість проекту та джерела коштів</li> <li>7. Ризик проекту</li> <li>8. Баланс доходів і витрат</li> </ol>

### **Завдання 6**

Під керівництвом викладача група студентів розбивається на 2 – 3 підгрупи по 6 – 8 осіб.

Потрібно:

1) обрати сферу та вид діяльності, яким Ви вважаєте перспективно займатися на сьогодні;

2) обрати галузь діяльності (торгівля, виробництво, послуги), організаційно-правову форму підприємства, продукцію або послуги, які будуть виготовлятися або надаватися;

3) розробити бізнес-план підприємства для отримання кредиту в банку, для чого потрібно:

– сформулювати мету та завдання підприємницького проекту;

– користуючись бібліотекою як джерелом інформації, зробити короткий опис дослідження ринку, клієнтів і конкуренції;

– розробити план маркетингу, стратегію ціноутворення, виробничий план;

– охарактеризувати кількісний склад, у т.ч. основний управлінський персонал;

4) дати відповідь на такі запитання:

– чи піддається підприємницька ідея (проект) практичній реалізації?;

– яку організаційну підготовку необхідно провести для створення цього бізнесу?;

– яким чином залучити інвестиції; що в даному бізнесі є привабливим для потенційних інвесторів?;

– чи має Ваш бізнес переваги над конкурентами?;

- чи буде ефективним виробництво та реалізація продукції (послуг)?;
- чи достатній ринок збуту для цієї продукції (послуг)?;
- як організується ресурсне забезпечення?;
- чи відповідає кваліфікація працівників і керівників підприємства їх посадам?

Література: 1 – 7; 10 – 13; 17; 19; 24 – 27.

### **3.3. Практичне заняття 3. Механізм створення бізнесу**

#### **3.3.1. Запитання для обговорення**

1. Які основні моменти включає в себе рішення зайнятися бізнесом?
2. В яких випадках можна розпочати власну справу?
3. Які Ви знаєте установчі документи та яке їх призначення?
4. Яка основна відмінність статуту від установчого договору?
5. Що таке статутний капітал та яке його призначення?

#### **3.3.2. Теми рефератів**

1. Як розпочинав свою справу один із відомих бізнесменів? (особу вибрати самостійно).
2. Найприбутковіші підприємства сьогодення за кордоном.
3. Історія успіху видатних бізнесменів.

#### **3.3.3. Практичні завдання**

##### **Завдання 1**

Потрібно: оцінити запропоновані шляхи створення власної справи та обрати найкращий, на Ваш погляд, варіант. Визначити усі позитивні та негативні моменти Вашого вибору.

**Дані для виконання** (шляхи створення власної справи):

- створити приватне підприємство;
- придбати існуюче підприємство;
- стати засновником (учасником) товариства;
- стати приватним підприємцем.

##### **Завдання 2**

Потрібно: визначити, які положення закріплюються Статутом, а які - Установчим договором. Відповідь оформити у вигляді таблиці.

Положення статуту	Положення установчого договору

**Дані для виконання:**

- 1) дані про власника та найменування підприємства;
- 2) умови реорганізації та ліквідації підприємства;

- 3) повноваження трудового колективу;
- 4) розміри, строки, порядок участі партнерів у формуванні майна підприємства;
- 5) місцезнаходження підприємства;
- 6) відповідальність партнерів за неналежне виконання обов'язків;
- 7) умови участі у розподілі прибутків і ризиків;
- 8) предмет і цілі діяльності;
- 9) порядок утворення майна підприємства;
- 10) права й обов'язки учасників товариства;
- 11) органи управління, порядок їх формування та компетентність.

### Завдання 3

Потрібно: заповнити таблицю наведеної форми, керуючись нормами чинного законодавства. Проставити «+», якщо документ необхідний для реєстрації, «-», якщо документ не подається.

Види підприємств	ПП	Колективне підприємство					Приватний підприємець
		ТзОВ	ТзДВ	ПТ	КТ	АТ	
Установчі документи							
Заява про реєстрацію							
Рішення засновників про створення							
Статут							
Установчий договір							
Додаткові документи для окремих підприємств							

### Завдання 4

Потрібно: обрати правильну відповідь.

#### Дані для виконання:

1. Статут є документом, який:
  - а) підтверджує статус юридичної особи;
  - б) регламентує, доповнює, конкретизує положення установчого договору;
  - в) є угодою про спільну господарську діяльність з утворенням юридичної особи.
2. Статутний капітал – це:
  - а) початковий капітал, створений за рахунок внесків засновників підприємства;
  - б) капітал, необхідний для діяльності підприємства;
  - в) капітал, що надається банками або іншими кредитними установами для створення і діяльності підприємства.

Література: 1 – 7; 10; 12 – 15; 21; 26; 27; 33 – 36.

## 3.4. Практичне заняття 4. Механізм створення бізнесу

### 3.4.1. Запитання для обговорення

1. Який порядок державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності зі створенням юридичної особи?
2. З якого моменту підприємство набуває статусу юридичної особи?
3. Який порядок державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності без створення юридичної особи?
4. Назвати випадки, коли необхідно придбати патент для здійснення господарської діяльності підприємства.
5. Назвати випадки, коли необхідно придбати ліцензію для здійснення господарської діяльності підприємства.
6. Яким чином може бути припинено діяльність підприємства?

### **3.4.2. Теми рефератів**

1. Найприбутковіші підприємства сьогодення в Україні.
2. Найгучніші справи про банкрутство.

### **3.4.3. Практичні завдання**

#### **Завдання 1**

Потрібно: обрати з наведених тверджень правильні.

#### **Дані для виконання:**

1. Порядок реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності не передбачає можливості направлення відповідних документів до органу реєстрації поштою (рекомендаційним листом).
2. Розмір реєстраційного збору залежить від того, хто реєструється: фізична особа-підприємець чи юридична особа.
3. В Україні відповідно до чинного законодавства не можна зареєструвати підприємство протягом одного дня.
4. До моменту реєстрації будь-якого товариства кожен з учасників зобов'язаний внести до статутного капіталу не менше 50 % його частки, зазначеної в установчих документах товариства.
5. Орган реєстрації не несе відповідальності за прострочення терміну державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності.
6. Юридичну особу не можна зареєструвати за місцем проживання одного з її учасників.

#### **Завдання 2**

Потрібно: обрати правильну відповідь.

#### **Дані для виконання:**

1. Банкрут – це:
  - а) фізична особа, яка неспроможна своєчасно сплатити свої боргові зобов'язання;
  - б) суб'єкт підприємницької діяльності, який неспроможний своєчасно виконати свої зобов'язання перед кредиторами чи бюджетом;
  - в) фізична чи юридична особа, яка не може вчасно розрахуватися за своїми боргами.
2. Санація – це:



- а) тривала нестача оборотних коштів;
- б) система заходів, спрямованих на «оздоровлення» підприємства з метою недопущення банкрутства;
- в) рішення щодо ліквідації підприємства, яке приймається районним судом.

3. Реорганізація – це:

- а) злиття, приєднання, поділ, виділення або перетворення підприємства;
- б) припинення діяльності певного підприємства;
- в) повна ліквідація підприємства.

### **Завдання 3**

Потрібно: обрати серед наведених документів ті, що необхідні для державної реєстрації підприємця без створення юридичної особи.

**Дані для виконання:** довідка з податкової інспекції про прибутки за звітний рік; заява про реєстрацію; статут; документ про сплату реєстраційного збору; бізнес-план; обґрунтування розміру необхідного статутного капіталу.

### **Завдання 4**

Потрібно: зазначити, чи може підприємець одержати пільговий патент. Вказати, яку продукцію підприємцю слід реалізовувати, щоб мати певні пільги.

**Дані для виконання:** приватний підприємець С. Р. Григоренко відкрив власний магазин, який спеціалізується на продажу автозапчастин.

### **Завдання 5**

Потрібно: визначити, з якого моменту підприємство «Мрія» набуває прав юридичної особи.

**Дані для виконання:** підприємство «Мрія» відкрило поточний рахунок 15 жовтня цього року, а зареєструвалося 17 жовтня минулого року.

### **Завдання 6**

Потрібно: визначити, чи правомірні дії міськвиконкому (відповідь обґрунтувати).

**Дані для виконання:** орган державної реєстрації звернувся до суду з позовом про скасування державної реєстрації ТЗОВ «Промінь» у зв'язку з тим, що товариство змінило своє місцезнаходження, а відповідні документи про таку зміну подало у 10-ти денний термін.

### **Завдання 7**

Потрібно: зазначити, чи має право колектив вимагати передачі підприємства йому в оренду. Якщо відповідь позитивна, то за яких умов?

**Дані для виконання:** 29 вересня ц.р. арбітражним судом було порушено справу про банкрутство державного підприємства «Будмаш», колектив якого вирішив створити колективне підприємство.

### **Завдання 8**

Потрібно: зазначити, куди потрібно звернутися В. К. Петренку для отримання ліцензії та які документи необхідно для цього зібрати.

**Дані для виконання:** Власник ПП «Віктор» Віктор Костянтинович Петренко, вивчивши ситуацію, яка склалася на ринку медичних послуг, вирішив відкрити стоматологічний кабінет. Він підібрав і придбав сучасне обладнання для кабінету, замовив у Німеччині необхідні матеріали, найняв персонал. Одночасно він почав збирати документи для одержання ліцензії.

### **Завдання 9**

Потрібно: вказати, в якому випадку здійснюється бажання керівництва МПП «Т-сервіс».

**Дані для виконання:** МПП «Т-сервіс» було визнане судом банкрутом. Його майна вистачило на те, щоб розрахуватися з усіма кредиторами. Керівництво має бажання і надалі продовжувати підприємницьку діяльність.

Література: 1 – 7; 10; 12 – 15; 21; 27; 30 – 36.

## **3.5. Практичне заняття 5. Фінансування підприємницької діяльності**

### **3.5.1. Запитання для обговорення**

1. Охарактеризуйте поняття «фінанси».
2. Яка різниця між поняттями «фінанси» та «гроші»?
3. Назвіть функції фінансів, дайте їм характеристику.
4. Які види джерел фінансування діяльності підприємства? Охарактеризуйте їх складові.

### **3.5.2. Теми рефератів**

1. Фінанси та управління державою.
2. Фінансові ресурси підприємства: поняття, складові та їх характеристика.

### **3.5.3. Практичні завдання**

#### **Завдання 1**

Потрібно: згрупувати джерела фінансування діяльності підприємства за ознаками, наведеними у таблиці, поданої нижче.

Джерела фінансування діяльності підприємства	
власні	залучені

#### **Дані для виконання:**

- статутний капітал;
- заборгованість перед бюджетом;
- прибуток; кредит банку на один рік;
- резервний капітал; заборгованість перед працівниками підприємства з виплати заробітної плати;
- позики інших підприємств;

- фонди розвитку соціальної сфери;
- кредиторська заборгованість перед постачальниками.

## **Завдання 2**

Потрібно:

- вибрати джерела фінансування підприємства з наведеного переліку;
- визначити суму внутрішніх і зовнішніх джерел фінансування.

### **Дані для виконання:**

Короткострокові кредити банку – 87390 грн.; заборгованість перед іншими підприємствами – 39500 грн.; заборгованість перед працівниками із заробітної плати – 44000 грн.; внески засновників до статутного капіталу – 157535 грн.; довгостроковий кредит банку – 20135 грн.; прибуток підприємства – 12985 грн.; отримання необоротних активів за договором лізингу – 10100 грн.; отримання інвестицій у вигляді будинку – 15420 грн.; безоплатне одержання копіювального апарату Canon – 5680 грн.; резервний капітал – 9680 грн.

## **Завдання 3**

Потрібно: визначити, який варіант отримання необхідних ПТ «Рубін» грошових коштів – отримання кредиту в банку на два місяці чи продаж дебіторської заборгованості – є більш вигідним.

**Дані для виконання:** торговельне підприємство ПТ «Рубін» відвантажило 13.01. ц.р. товари ТзОВ «Продімпортторг» на суму 53450 грн. Згідно із підписаним договором купівлі-продажу №535 від 10.01. ц.р. ТзОВ «Продімпортторг» зобов'язується оплатити ПТ «Рубін» вартість поставлених товарів протягом місяця із дня відвантаження. Проте 15.01. ц.р. до ПТ «Рубін» надійшла пропозиція щодо поставки товарів за нижчими цінами, ніж звичайно. Керівництво ПТ «Рубін» прийняло таку пропозицію, тому підприємству терміново необхідні грошові кошти у розмірі 50000 грн. Крім дебіторської заборгованості ТзОВ «Продімпортторг» інших джерел надходження грошових коштів у ПТ «Рубін» немає. Вартість послуг комерційного банку за обслуговування дебіторської заборгованості – 2672,5 грн, плата банку за використання кредиту протягом 12 місяців становить 24000 грн.

## **Завдання 4**

Потрібно: вказати, який спосіб отримання приміщення є більш вигідним для ТзОВ «Будівельник». Свою відповідь обґрунтувати.

**Дані для виконання:** ТзОВ «Будівельник» вирішило придбати будинок загальною площею 100 м<sup>2</sup> з метою обладнання магазину для торгівлі будівельними матеріалами. Вартість будинку складає 120000 грн. Проте ТзОВ «Будівельник» може витратити на його придбання лише 70000 грн, а приміщення необхідне товариству вже сьогодні.

Товариству «Будівельник» пропонується:

- а) взяти кредит для отримання необхідної суми коштів (на 5 років з оплатою за використання кредиту – 10000 грн);

б) отримати приміщення, уклавши договір лізингу з філіалом банку «Ажіо» (на 10 років з оплатою за такі послуги – 15000 грн).

Література: 1 – 10; 12; 13; 15; 16; 18; 21; 23; 29; 39.

### 3.6. Практичне заняття 6. Фінансування підприємницької діяльності

#### 3.6.1. Запитання для обговорення

1. Визначте призначення лізингу.
2. Який порядок взаємовідносин між підприємствами при здійсненні лізингових операцій?
3. Розкрийте зміст поняття «факторинг».
4. Які переваги та недоліки застосування факторингу?
5. Визначте зміст поняття «інвестиції».
6. Охарактеризуйте суб'єктів і об'єктів інвестицій, назвіть їх види.

#### 3.6.2. Теми рефератів

1. Порядок формування та використання прибутку підприємства.
2. Найвідоміші інвестори світу.

#### 3.6.3. Практичні завдання

##### Завдання 1

Потрібно: обрати відповідне визначення для кожного наведеного терміну.

Термін	Визначення
1	2
(1) Джерела фінансування	А. Переуступка третій стороні постачальником неоплачених покупцями боргів і, відповідно, права платежу по них
(2) Інвестиції	Б. Юридична особа, що вкладає свої кошти у діяльність інших господарюючих суб'єктів з метою отримання прибутку
(3) Фінанси	В. Наявні та очікувані джерела надходження фінансових ресурсів для забезпечення виробничих та інших потреб підприємства
(4) Внутрішні джерела фінансування	Г. Сума грошових коштів, оборотних і необоротних активів, наданих засновниками при створенні підприємства для здійснення ним господарської діяльності
(5) Лізинг	Д. Величина цього показника залежить від співвідношення доходів і витрат підприємства
(6) Кредит	Е. Сукупність економічних грошових відносин, пов'язаних із формуванням, використанням і розподілом грошових надходжень і фондів грошових коштів для забезпечення ефективної діяльності підприємства
(7) Факторинг	Є. Надання грошових коштів або матеріальних цінностей у користування на певний період на умовах поверненості та зі сплатою відсотків

1	2
(8) Інвестор	<b>Ж.</b> Надходження фінансових ресурсів підприємства у результаті його діяльності
(9) Статутний капітал	<b>З.</b> Довгострокові вкладення матеріальних і нематеріальних цінностей, грошових коштів у підприємства різних галузей економіки з метою отримання прибутку
(10) Прибуток	<b>І.</b> Господарська операція, за якою суб'єкт підприємницької діяльності за умовами договору передає іншому суб'єкту підприємницької діяльності матеріальні цінності для використання у підприємницькій діяльності на визначений строк і за визначену плату

### Завдання 2

Потрібно: визначити вид інвестицій у наведених ситуаціях.

#### Дані для виконання:

1. ТзОВ «Шлях» вирішило стати одним із засновників ВАТ «Діамант» Для цього торговельна компанія придбала акції ВАТ «Діамант» на суму 2 млн грн.
2. У рахунок внеску до статутного капіталу ТзОВ «Шлях» німецька фірма «Mottor LTD» передала вантажний автомобіль Ford Small вартістю 245 тис. грн.
3. Для отримання додаткового прибутку Обласна дирекція банку «Промінвестбанк» придбала акції підприємства ЗАТ «Крок» на суму 750 тис. грн. Передбачається, що акції будуть продані протягом трьох місяців – при першому підвищенні ціни на акції підприємства ЗАТ «Крок» на фондовому ринку.

### Завдання 3

Потрібно: скласти бюджет студента, що навчається в університеті у даний момент часу.

**Дані для виконання:** студенту дозволяється витратити 500 гривень за 2 тижні. При виконанні завдання слід дотримуватися існуючого рівня цін.

Література: 1 – 10; 12; 13; 15; 16; 18; 21; 23; 29; 39.

## 3.7. Практичне заняття 7. Система оподаткування в Україні

### 3.7.1. Запитання для обговорення

1. Що таке податки? Наведіть приклади.
2. Назвіть та охарактеризуйте функції податків.
3. Які основні елементи системи оподаткування? Охарактеризуйте їх.
4. Чим відрізняються суб'єкти оподаткування від суб'єктів податкових правовідносин?

### 3.7.2. Тема реферату

1. Історичний аспект виникнення податків.
2. Система оподаткування в різних країнах світу.

### 3.7.3. Практичні завдання

#### Завдання 1

Потрібно: прослідкувавши логічний зв'язок між: наведеними нижче термінами, визначити, яку суму податків метеки сплачували б у наш час.

**Дані для виконання:** У Стародавній Греції за право проживати в Афінах і займатися ремеслом і торгівлею метеки сплачували особливий подушний податок - метекіон. Він становив 12 драхм з чоловіка і 6 драхм з жінки.

Драхма (грецьк. «дарик») – це 1) персидська золота монета; 2) грецька срібна, монета, яка за вартістю приблизно відповідала римському динарію.

Метеки – іноземні переселенці у давньогрецьких містах, які займалися переважно ремеслами і торгівлею; були політично безправні.

Відомо, що в епоху Нового завіту один динарій складав звичайний денний заробіток солдата або робітника-підрядника. Середньомісячна заробітна плата працівника у наш час становить 3000 грн.

#### Завдання 2

Потрібно: вибрати відповідний термін для кожного наведеного визначення.

#### Дані для виконання

Визначення	Варіанти відповідей
А. Встановлений державою розмір податку на одиницю оподаткування, тобто розмір податку у відсотках	1) податкова пільга 2) податкова ставка 3) одиниця оподаткування
Б. Фонд або кошти, з яких сплачується податок	1) податкова ставка 2) об'єкт оподаткування 3) джерело оподаткування
В. Дохід, майно, угода, які оподатковуються податком	1) об'єкт оподаткування 2) суб'єкт оподаткування 3) одиниця оподаткування
Г. Суб'єкт, який забезпечує дотримання податкового законодавства, веде облік платників податків, здійснює контроль та забезпечує правильність розрахунку та сплати податкових платежів	1) суб'єкт податку 2) держава 3) податковий орган
Д. Повне або часткове звільнення платника податку від податків згідно з чинним законодавством	1) податкова пільга 2) податкова ставка 3) об'єкт податку
Е. Фізична (населення) або юридична (господарська структура) особа, яка зобов'язана за законодавством сплачувати податки	1) суб'єкт податку 2) об'єкт податку 3) держава
Є. Ряд законів, що визначає види податків, правила їх обчислення і сплати відповідним державним органам	1) податкова система 2) податок 3) податкове законодавство
Ж. Акумуляування податкових надходжень та регулювання податкової системи здійснює	1) держава 2) податковий орган 3) Верховна Рада

#### Завдання 3

Потрібно: знайти правильну відповідь.

1. Податки – це:

а) обов'язкові платежі (збори), що стягуються до державного бюджету з юридичних та фізичних осіб;

б) добровільні внески юридичних та фізичних осіб, що сплачуються до бюджетів відповідних рівнів;

в) обов'язкові внески до бюджету відповідного рівня або державного цільового фонду, здійснювані платниками у порядку і на умовах, що визначаються законами України про оподаткування.

2. З боку держави податки виконують такі функції:

а) регулюючу, стимулюючу, акумулюючу, фіскальну;

б) стимулюючу, фіскальну, розподільчу, контрольну;

в) фіскальну, розподільчу, регулюючу, стимулюючу.

3. Стимулююча функція податків полягає в тому, що:

а) за допомогою податкової системи держава перерозподіляє національний дохід на користь тих чи інших верств населення;

б) держава, змінюючи умови оподаткування, застосовує систему податкових ставок, пільг і штрафів, сприяє вирішенню найважливіших соціально-економічних проблем;

в) змінюючи податкові ставки, пільги та санкції, держава стимулює розвиток технологічного прогресу, інвестицій в базові галузі економіки.

4. За допомогою регулюючої функції:

а) держава перерозподіляє національний дохід на користь тих чи інших верств населення;

б) держава, змінюючи умови оподаткування, застосовує систему податкових ставок, пільг і штрафів, сприяє вирішенню найважливіших соціально-економічних проблем;

в) формуються державні грошові фонди, які необхідні для виконання державою господарсько-політичних функцій.

Література: 1 – 7; 10; 12 – 15; 21; 22; 37; 38.

### **3.8. Практичне заняття 8. Система оподаткування в Україні**

#### **3.8.1. Запитання для обговорення**

1. За якими ознаками класифікують податки?

2. Назвіть та охарактеризуйте основні види податків.

3. Які існують методи стягнення податків?

4. Що таке державний бюджет України?

#### **3.8.2. Тема реферату**

1. Значення податків у формуванні державного бюджету України.

#### **3.8.3. Практичні завдання**

### Завдання 1

Потрібно: проаналізувати наведені твердження і вписати пропущені слова.

#### Дані для виконання:

Держава в особі її вищих органів влади розробляє та приймає податкове законодавство, а \_\_\_\_\_ стежить за його виконанням.

До \_\_\_\_\_ податків належать податки на доходи фізичних і юридичних осіб, податки на майно тощо.

Податок на додану вартість за формою \_\_\_\_\_, за органом, що стягує і розпоряджається податком, \_\_\_\_\_, за методом оподаткування \_\_\_\_\_. Податок з реклами, комунальний податок – це приклади \_\_\_\_\_ податків.

При вилученні податку до отримання власником доходу податок нараховується і утримується бухгалтерією підприємства, яка сплачує податки – метод \_\_\_\_\_.

Вилучення податку після отримання доходу власником – \_\_\_\_\_.

\_\_\_\_\_ стягнення податків передбачає наявність реєстру, який містить перелік типових об'єктів і встановлену середню прибутковість об'єкту оподаткування. Прикладом стягнення податку за цим методом є стягнення податку на землю.

### Завдання 2

Потрібно: визначити, які з наведених податків є державними, а які – місцевими; відповідь оформити у вигляді таблиці:

Державні податки	Місцеві податки

#### Дані для виконання:

- а) збір за видачу ордера на квартиру;
- б) плата за землю;
- в) збір за участь в бігах на іподромі;
- г) податок на промисел;
- д) податок на додану вартість;
- е) збір за паркування автотранспорту;
- є) ринковий збір;
- ж) збір з власників собак;
- з) збір за забруднення навколишнього природного середовища;
- и) збір за право проведення кіно- і телезйомок;
- і) збір за право використання місцевої символіки;
- ї) курортний збір;
- й) збір на обов'язкове державне пенсійне страхування;
- к) податок на доходи фізичних осіб.

### Завдання 3



Потрібно: вибрати відповідне визначення для кожного наведеного терміну.

**Дані для виконання:**

Термін	Визначення
(1) Акцизний збір	А. Державний непрямий податок, який є основним джерелом поповнення державного бюджету, включається в ціну товару та сплачується за рахунок виручки незалежно від результатів діяльності підприємства
(2) Державні податки	Б. Податки, що надходять до бюджетів різних рівнів та використовуються для чітко визначених цілей
(3) Загальні податки	В. Податок, який стягується за єдиною ставкою при будь-якому розмірі доходу
(4) Місцеві податки	Ж. Податок, який підвищується із зростанням доходу
(5) Непрямий податок	Д. Податок, який встановлюється безпосередньо на майно або доходи платника
(6) Державний бюджет	Е. Знеособлені платежі, що надходять до державного бюджету і використовуються на загальнодержавні цілі
(7) Спеціальні податки	Є. Податок, який закладається у вигляді надбавки до ціни товару
(8) Регресивний податок	Г. Податок, який характеризується стягненням більш високого відсотку з низьких доходів
(9) Прогресивний податок	З. Збалансований план, де відображаються грошові доходи та видатки за певний період
(10) Пропорційний податок	И. Податки, які встановлюються і стягуються центральними органами державної влади й управління і надходять в основному до державного бюджету
(11) Прямий податок	І Податки, що встановлюються і стягуються місцевими органами влади і направляються до місцевих бюджетів

**Завдання 4**

Потрібно: охарактеризувати наведені податки за елементами; відповідь оформити у вигляді таблиці.

Вид податку	Суб'єкт податку	Об'єкт податку	Одиниця оподаткування	Джерело оподаткування

**Дані для виконання:**

- ПДВ;
- акциз;
- податок з реклами;
- податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин та механізмів;
- податок на землю;
- збір з власників собак.

**Завдання 5**

Потрібно: знайти правильну відповідь.

1. За формою податки поділяються на:

- а) пропорційні та прогресивні;
- б) прямі та непрямі;
- в) державні та місцеві.

2. Платежі, що встановлюються і стягуються місцевими органами влади:

- а) загальні податки;
- б) спеціальні податки;
- в) місцеві податки.

3. Прогресивні податки – це податки, які:

- а) підвищуються із зростанням доходу;
- б) стягуються за єдиною ставкою при будь-якому розмірі доходу;
- в) закладені у вигляді надбавки до ціни товару, тобто що оплачуються не виробником або власником, а споживачем.

4. Регресивні податки – це податки, які:

- а) підвищуються із зростанням доходу;
- б) стягуються за єдиною ставкою при будь-якому розмірі доходу;
- в) понижуються зі зростанням доходу.

5. Прямі податки поділяються на:

- а) пропорційні та прогресивні;
- б) державні та місцеві;
- в) реальні та особисті.

6. Залежно від порядку використання податки поділяють на:

- а) державні та місцеві;
- б) загальні та спеціальні;
- в) прямі та непрямі.

Література: 1 – 7; 10; 12 – 15; 21; 22; 37; 38.

### **3.9. Практичне заняття 9. Державне регулювання бізнесу**

#### **3.9.1. Запитання для обговорення**

1. В чому полягає державне регулювання бізнесу?
2. Назвіть структуру механізму державного регулювання бізнесу.
3. Дайте характеристику державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності
4. Які правові режими встановлюються для регулювання господарської діяльності іноземних підприємців?

#### **3.9.2. Теми рефератів**

1. Правове регулювання бізнесу.
2. Види посередників у зовнішньоекономічній діяльності.
3. Форми державної підтримки розвитку бізнесу на сучасному етапі.

#### **3.9.3. Практичні завдання**

### Завдання 1

Під керівництвом викладача (у групі з трьох – чотирьох студентів) обрати товар або послугу, який виробляється в Україні та, як Ви вважаєте, може використовуватися за її межами; обрати країну, яка, на Вашу думку, могла б бути найкращим ринком для даного продукту; розробити стратегію маркетингу обраного продукту в обраній країні, для чого потрібно:

1) зробити короткий опис обраної країни, включаючи географічне положення, населення, форму правління, грошову одиницю, мову, рівень грамотності, доход у розрахунку на одну особу та рівень розвитку засобів зв'язку (кількість телевізорів, радіоприймачів, газет і журналів);

2) крім інформації, що цікавить безпосередньо, виділити інші фактори, що можуть вплинути на маркетинг обраного товару в даній країні. До цих факторів можуть належати колір упаковки, назва, можливі сфери застосування товару та суспільні звички країни;

3) підготувати короткий опис тих методів, якими товар буде представлятися у обраній країні;

4) дати відповідь на такі питання: які культурні, політичні або правові бар'єри можуть перешкодити бізнесу; чи не потрібно вносити певні зміни у виріб; чи підійде для обраної країни реклама, розрахована на вітчизняну аудиторію.

### Завдання 2

Потрібно: визначити, який метод зовнішньоекономічної стратегії (підвищення мита, імпортна квота або інший) можна запропонувати для застосування державою для обмеження імпорту. Відповідь обґрунтувати.

**Дані для виконання:** українські виробники продовольчих товарів зазнають збитків через великий їх імпорт.

### Завдання 3

Потрібно: знайти відповідне визначення для кожного наведеного терміну.

#### Дані для виконання

Термін	Визначення
(1) Експорт	А. Операції з вивезення з країни товарів, капіталу, технологій
(2) Зовнішньоекономічна діяльність	Б. Придбання раніше експортованого без доробки товару із ввезенням з-за кордону
(3) Імпорт	В. Продаж раніше імпортованого товару за кордон
(4) Реекспорт	Г. Операції з ввезення в країну товарів, капіталу, технологій
(5) Реімпорт	Д. Сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних та комерційних функцій, які забезпечують обмін продукцією в матеріально-речовій формі, та мають місце як на території України, так і за її межами

Література: 1 – 7; 10; 12 – 15; 26 – 39.

## **4. Самостійне опрацювання дисципліни**

### **4.1. Тема 1. Сутність бізнесу і його економічна основа**

#### **4.1.1. Методичні рекомендації щодо самостійного вивчення теми**

Вивчення теми доцільно розпочати із з'ясування поняття бізнесу, що визначається як ділові відносини між людьми; справа, діло, спрямовані на вирішення завдань, пов'язаних із здійсненням на ринку обміну товарами, роботами, послугами між суб'єктами економічних відносин з метою одержання економічних вигод.

Надалі треба розглянути характерні ознаки бізнесу: обмін продуктами діяльності (товарами, роботами, послугами) між суб'єктами економіки; прагнення кожного учасника обміну товарами, роботами, послугами реалізувати свої інтереси незалежно від того, чи реалізуються при цьому інтереси контрагентів (партнерів); прагнення до нав'язування своїх інтересів у разі, коли контрагенти (партнери) відмовляються приймати умови ділового спілкування (угоди), які їм пропонуються; участь у процесі підготовки чи укладання угоди між партнерами; здатність і готовність йти на особистий (чи колективний) ризик заради укладання угоди на вигідних умовах.

Далі необхідно з'ясувати, що суб'єктів бізнесу, тобто осіб, які ним займаються, називають бізнесменами або комерсантами. Діяльність бізнесмена полягає у вкладенні в справу грошей, а після її завершення – поверненні здійснених вкладень. Це відбувається лише за наявності стартового капіталу, тобто коштів, які можуть забезпечити організацію і здійснення власної справи. Для кожного, хто розпочинає власну справу, досить важливим є визначення її стратегії та тактики, бачення перспективи розвитку. Стратегія бізнесу – це діяльність бізнесмена, пов'язана з розробкою планів на майбутнє, для одержання максимального прибутку в процесі укладання різних угод. Стратегія завжди пов'язана з постановкою певних завдань задля досягнення мети. Тактика – це застосування способів і методів реалізації стратегії у відносинах з контрагентами (партнерами). Тобто, стратегія – це мета, а тактика – способи її досягнення.

Надалі треба розглянути чотири види бізнесу, існування яких передбачено в Україні. По-перше, це підприємницький бізнес, що здійснюється як фізичними, так і юридичними особами, які організують власну справу. Головна мета такого бізнесу – це отримання прибутку від виробництва та продажу продукції (виконання робіт, надання послуг). Прикладами підприємницького бізнесу можуть бути виробничі підприємства, організації, різні види товариств (особливо акціонерні товариства). На сьогодні такий бізнес є найприбутковішим видом як в Україні, так і в багатьох країнах світу. По-друге, це споживчий бізнес, який здійснюється всіма без винятку громадянами для задоволення власних потреб. Кожен, хто щось купує (споживає продукцію, роботи, послуги), є його суб'єктом. Споживчий бізнес відіграє не останню роль в економіці країни і є стимулом для підприємницького бізнесу. Саме він стимулює підприємців до більш продуктивної діяльності, адже чим більше

продукції буде споживатися, тим більший прибуток отримає підприємець і тим краще буде розвиватися підприємницький бізнес. По-третє, це трудовий бізнес, тобто бізнес громадян, які працюють за наймом. Дуже важливо зрозуміти те, що об'єктом купівлі-продажу в цьому разі є не сама людина, а її здатність до праці, фізичні та інтелектуальні здібності. Здатність до праці не може бути товаром, оскільки не має ознаки, характерної для всіх товарів – вона не відокремлюється від її власника. Основна мета такого бізнесу – це отримання особистого доходу у вигляді заробітної плати. Тобто кожен, хто працює, формує свій специфічний трудовий бізнес. І по-четверте, це державний бізнес, що здійснюється безпосередньо державними органами, які виходять на економічну арену зі своїми діловими пропозиціями. Його мета – це здійснення загальнодержавних, науково-технічних та інших програм, які можуть принести користь як державі, так і її громадянам. Прикладами такого виду бізнесу можуть бути: стимулювання тієї корисної діяльності підприємств, яка є вигідною і ефективною для держави; організація громадських робіт, соціально-культурних заходів; здійснення збройної політики; забезпечення безпеки громадян.

Далі слід відзначити, що здійснення підприємницької діяльності регулюється законодавством, відповідно до якого підприємство – це господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою отримання прибутку. Господарська діяльність – це діяльність суб'єктів підприємництва, яка пов'язана з реалізацією продукції, виконанням робіт, наданням послуг, метою якої є отримання прибутку. Характерною ознакою підприємництва є пошук клієнтів, грошей, матеріалів, транспорту, приміщень, контактів, зв'язків.

Іноді поняття «підприємство» помилково ототожнюють з поняттям «бізнес». Вони дійсно є дуже близькими, але не тотожними. Бізнес – поняття набагато ширше ніж підприємство, воно охоплює всі відносини, що виникають між учасниками ринкових відносин, і включає діяльність не лише підприємців, але й споживачів, найманих працівників, а також державних структур. Тобто бізнес, на відміну від підприємства, містить будь-який вид діяльності (навіть афери), що приносить дохід або особисту користь. Суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути громадяни України та інших держав, які за законодавством не обмежуються у правоздатності чи дієздатності, а також юридичні особи всіх форм власності. Правоздатність – це здатність особи мати права та обов'язки. Дієздатність – це здатність фізичної особи своїми діями набувати для себе прав і самостійно їх здійснювати, а також здатність своїми діями створювати для себе обов'язки, самостійно їх виконувати та нести відповідальність у випадку їх невиконання. Суб'єктів підприємницької діяльності називають підприємцями. Підприємець – це особа, яка вкладає власні засоби в організацію справи та бере на себе особистий ризик, пов'язаний з її результатами, а також всю відповідальність за кінцеві результати діяльності як індивідуальної, так і колективної. Підприємець може займатися будь-якими видами господарської діяльності, що не заборонені законодавством.

Підприємницьку діяльність доводиться здійснювати в умовах високого рівня невизначеності, тому характерною ознакою підприємства є

неминучість ризику та загроза втрат. Ризик – це можливість понесення збитків, внаслідок здійснення будь-якої справи. Історія розвитку підприємництва показує, що без ризику підприємництва не буває.

Цікаво прослідкувати еволюцію термінів «підприємець» і «підприємництво» (табл. 4.1).

Таблиця 4.1

Еволюція термінів «підприємець» і «підприємництво»

Рік	Автор терміну	Термін
1725	Ричард Кантильйон	Підприємець – це людина, яка діє в умовах ризику
1797	Бодо	Підприємець – це особа, яка несе відповідальність за підприємницьку справу; той, хто планує, контролює, організовує і володіє підприємством
1876	Френсіс Уокер	Слід розрізняти тих, хто надає капітал і отримує за нього відсотки, і тих, хто отримує прибуток завдяки своїм організаторським здібностям
1934	Йозеф Шумпетер	Підприємець – це новатор, який розробляє нові технології
1961	Девід Маквелланд	Підприємець – це енергійна людина, яка діє умовах помірною ризику
1964	Пітер Друкер	Підприємець – це людина, яка використовує будь-яку можливість з максимальною вигодою
1975	Альберт Шапіро	Підприємець – це людина, яка проявляє ініціативу, організовує соціально-економічні механізми. Діючи в умовах ризику, він несе повну відповідальність за можливу невдачу
1985	Роберт Хизрич	Підприємництво – це процес створення чогось нового, що володіє вартістю, а підприємець – це людина, яка витрачає на все це необхідний час і сили, бере на себе весь фінансовий, психологічний і соціальний ризик, отримуючи у винагороду гроші та задоволення досягненням

Для з'ясування ролі бізнесу в економічному розвитку суспільства, необхідно розглянути його економічну основу, якою виступає власність, що означає відносини, які складаються між суб'єктами власності з приводу: присвоєння (повна влада над об'єктом власності та повна відповідальність суб'єкта за результати користування, наприклад, Ви самі на своїй землі будувате дім і самі відповідаєте за результати роботи); володіння(панування над об'єктом власності, але розпорядження та привласнення обмежені існуванням і правами власника, наприклад, Ви взяли в оренду дім, отже, Ви володієте ним і використовуєте для власних потреб, однак не можете продати або зруйнувати, оскільки право власності на дім має власник, тобто Ваші дії обмежені правом власності власника); розпорядження (здійснення влади власником над об'єктом

власності, тобто управління ним, наприклад, Ви маєте дім і самі вирішуєте як буде він використовуватися: будете самі в ньому жити або здасте в оренду); і користування (використання речі за призначенням, не будучи її власником, наприклад, Ви маєте землю, на якій вирощуєте продукти харчування для задоволення власних потреб) предметами, речами та результатами праці.

Власності притаманні суб'єкти та об'єкти. Суб'єкти власності (власники) – це окремі люди чи групи людей, які володіють або розпоряджаються об'єктами власності. Власниками можуть бути: окрема особа, сім'я, соціальна група (партія, профспілка тощо), трудовий колектив підприємства, населення регіону (певної території), населення країни, органи управління та інші. Суб'єкт власності (власник) має певні права: вирішувати, як саме використовувати свою власність, передавати, продавати свою власність, користуватися доходами чи іншими вигодами, які дає його власність. Об'єкти власності – це предмети, майно тощо, які належать повністю або частково власнику. Саме об'єкти власності в побуті найчастіше називають просто власністю. До них належать: земля і земельні ділянки, будинки та різноманітні споруди, машини, обладнання, гроші, валюта, цінні папери, дорогоцінності тощо.

Для розуміння суті власності, необхідно чітко розрізнити поняття «право власності» та «відносини власності». Відносини власності визначають, хто та як привласнює засоби виробництва і його результати, як здійснює процес управління. Вони чітко регулюються законодавством. Право власності – це суспільні відносини між людьми з приводу присвоєння, володіння, користування та розпорядження майном.

Надалі треба розглянути три форми власності, існування яких визначено на сьогодні законодавством України: приватної, державної та колективної. Приватною називають власність, правом на яку володіє конкретна людина. Державною називають власність, право на яку належить державі, від імені якої розпоряджаються органи управління. Управління державним майном здійснює Верховна Рада України та місцеві Ради народних депутатів, а також уповноважені ними державні органи. Держава має у своєму розпорядженні певне майно, яке забезпечує ефективну діяльність її органів, а також добробут громадян. Колективною називають власність, яка належить трудовим колективам державних підприємств, колективам орендарів, колективним підприємствам, кооперативам, господарським товариствам, професійним спілкам, політичним партіям, а також релігійним організаціям, які є юридичними особами. Але економічною основою бізнесу все ж таки вважається саме приватна власність.

І на закінчення вивчення теми варто розглянути питання про підготовку бізнес-плану.

#### **4.1.2. Запитання для самостійного вивчення**

1. Підприємство як організаційна структура підприємництва.
2. Види підприємств.
3. Господарські товариства в Україні.
4. Менеджмент у бізнесі.

Література: 1 – 7; 10 – 13; 15; 17; 19; 21; 24 – 27.

## **4.2. Тема 2. Механізм створення бізнесу**

### **4.2.1. Методичні рекомендації щодо самостійного вивчення теми**

Розпочинаючи вивчення теми, необхідно розглянути принципи та умови організації бізнесу. Рішення зайнятися бізнесом включає в себе такі основні моменти: бажання створити власну справу, щоб стати господарем; небажання працювати на когось; відмова від попередньої кар'єри та готовність змінити свій спосіб життя; переконаність у тому, що власна справа – заняття престижне та гідне; можливість створення власної справи (наявність грошових коштів та умов); впевненість у реальності створення такої справи за умови наявності необхідних зовнішніх і внутрішніх передумов.

Далі необхідно розглянути установчі документи підприємства: статут, установчий договір, а також протокол зборів засновників. Статут дає повне уявлення про правовий статус підприємства як самостійного господарюючого суб'єкта, що має всі ознаки юридичної особи, про його внутрішній механізм управління і самоуправління, режим формування використання майна, розпорядження коштами та прибутком підприємства. Установчий договір є одним із різновидів угоди про спільну господарську діяльність. Його зміст стосується об'єднання майна та підприємницьких зусиль з метою одержання прибутку. Основним для установчого договору є визначення усіх параметрів взаємовідносин, насамперед, майнового та організаційного характеру, і між учасниками підприємства. Протокол зборів засновників відображає рішення власників створити юридичну особу. Якщо засновниками є лише юридичні особи, їм потрібні підстави для входження в нове господарське товариство. Такою підставою є Протокол зборів учасників з вираженням у ньому наміром стати співзасновниками підприємства, що створюється. У цьому документі обов'язково визначається, хто має право підписувати документи новоствореного господарського товариства.

Продовжити вивчення теми пропонується розглядом питання про порядок формування статутного капіталу, який забезпечує підприємство матеріальною базою та грошовими коштами на початку його діяльності та є гарантією стабільності роботи господарюючого суб'єкта. Порядок формування статутного капіталу та його розмір залежать від виду та організаційно-правової форми підприємства. Статутний капітал формується із внесків засновників. Під час діяльності юридичної особи статутний капітал може поповнюватися також за рахунок прибутку від господарської діяльності підприємства, а у разі потреби – за рахунок додаткових внесків учасників, у тому числі спонсорів. Внеском до статутного капіталу можуть бути всі види майна – будівлі, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності, кошти засновників, усі види майнових прав на користування землею та іншими природними ресурсами, різними майновими



об'єктами, а також на використання винаходів, «ноу-хау», інших об'єктів інтелектуальної власності тощо.

Далі слід перейти до розгляду питання про порядок державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності, який включає організаційні дії, збір документів, реєстрація в органі держреєстрації та післяреєстраційні дії. Державна реєстрація юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців проводиться органом влади – державним реєстратором – виключно у виконавчому комітеті міської ради міста обласного значення або у районній (у містах Києві та Севастополі), державній адміністрації за місцезнаходженням юридичної особи або за місцем проживання фізичної особи-підприємця. Із моменту отримання свідоцтва про реєстрацію підприємство набуває статусу юридичної особи.

Деякі види підприємницької діяльності вимагають одержання ліцензії у відповідних органах. Такими органами є міністерства, відомства й установи, що уповноважені видавати такі дозволи. Ліцензія є дозволом, який надається державними органами на право займатися конкретним видом діяльності. Держава за допомогою ліцензування регулює підприємницьку діяльність, будівельні роботи, ввезення, вивезення або транзит товарів у інтересах держави. Ліцензуванню підлягають ті види підприємницької діяльності, які впливають на здоров'я людини, навколишнє середовище та безпеку країни.

На закінчення вивчення теми варто розглянути таке питання, як ліквідація та реорганізація суб'єктів підприємницької діяльності. Ліквідація – це оголошене припинення господарської діяльності підприємства з реалізацією всього його майна, погашенням всіх фінансових зобов'язань і розподілом цінностей, що залишилися, між засновниками (учасниками). Ліквідація передбачає закриття підприємства без заміни його новими господарюючими суб'єктами. Вона може здійснюватися як у добровільному, так і у примусовому порядку. Підприємство може також припинити свою діяльність, не застосовуючи процедуру ліквідації. У даному випадку буде проводитися реорганізація господарюючого суб'єкта. Основні умови та порядок реорганізації визначаються вищим органом управління юридичної особи, який приймає рішення про затвердження відповідних документів (див. табл. 4.2).

Таблиця 4.2

Форми та етапи реорганізації юридичних осіб

Ви- ди	Характе- ристика	Етапи реорганізації	Державна пере- реєстрація
1	2	3	4
Злиття	Всі майнові права та зобов'язання правонаступників переходять до правонаступника	1. Прийняття рішення про реорганізацію компетентними органами кожної із юридичних осіб, які зливаються. 2. Проведення установчих зборів підприємства- правонаступника; розробка його установчих документів; визначення розміру статутного капіталу, складу засновників; державна реєстрація. 3. Складання та підписання об'єднаного балансу. 4. Виключення підприємств- правонаступників з Державного реєстру	Потрібна

1	2	3	4
Приєднання	Всі майнові права та зобов'язання право попередників переходять до правонаступника	1. Прийняття рішення про реорганізацію; внесення до установчих документів правонаступника положень, які стосуються його правонаступництва, зміна складу засновників, розміру статутного капіталу та організаційно-правової форми (при необхідності). 2. Щодо організаційно-правової форми підприємства- правонаступника, можливі такі два варіанти: а) зміна складу засновників; б) зміна організаційно-правової форми підприємства- правонаступника. 3. Складання та підписання балансів передачі. 4. Виключення підприємств-правопередників з Державного реєстру	Не потрібна (до статуту підприємства, яке приєднує, вносяться зміни)
Поділ	Відповідна частка майнових прав і зобов'язань правопередника переходять до правонаступників	1. Прийняття компетентним органом рішення про реорганізацію, затвердження способу поділу та валюти розподільчих балансів. 2. Складання і підписання розподільчих балансів. 3. Виключення підприємства-правопередника з Державного реєстру	Потрібна
Виділення	Відповідна частка майнових прав і зобов'язань правопередника переходять до правонаступників	Етапи даної реорганізації аналогічні до етапів поділу, за винятком того, що при виділенні підприємство-правопередник свою діяльність не припиняє і не підлягає виключенню з державного реєстру. Виділення засновників необов'язкове (засновником може бути підприємство-правопередник, а правонаступник матиме організаційно-правову форму дочірнього підприємства)	Не потрібна підприємству, що реорганізується
Перетворення	Всі майнові права та зобов'язання правопередника переходять до правонаступника	1. Прийняття вищим (або іншим компетентним) органом підприємства-правопередника рішення про його перетворення. 2. Створення підприємства- правонаступника засновниками підприємства-правопередника і державна реєстрація першого	Потрібна

Реорганізація – це передача всіх прав і зобов'язань від однієї юридичної особи (під час злиття, приєднання, перетворення) або частини майнових прав і зобов'язань (під час виділення, поділу) іншій юридичній особі. Реорганізація відрізняється від ліквідації тим, що при реорганізації майно підприємства разом із зобов'язаннями передаються іншому суб'єкту господарювання, а при ліквідації суб'єкт господарювання взагалі припиняє свою діяльність.

#### 4.2.2. Запитання для самостійного вивчення

1. Рушійні сили бізнесу.
2. Етика та соціальна відповідальність у бізнесі.
3. Психологічні основи підприємництва та бізнесу.

#### 4. Бізнес і конкуренція.

Література: 1 – 7; 10; 12 – 15; 21; 27; 30 – 36.

### 4.3. Тема 3. Фінансування підприємницької діяльності

#### 4.3.1. Методичні рекомендації щодо самостійного вивчення теми

Вивчення теми доцільно розпочати із з'ясування сутності фінансів, що виражена у функціях, які вони виконують. Розподільча функція полягає в акумулюванні (зосередженні) грошових коштів у заздалегідь визначених цільових фондах (зокрема, резервних фондах держави, підприємств, страхових фондах); забезпеченні стимулювання прогресивного розвитку. За допомогою цієї функції фінансів здійснюється заміна використаних у виробництві засобів на нові (наприклад, за рахунок грошових коштів, отриманих від реалізації виготовлених тістечок і тортів, пекарня купує борошно, цукор та інші продукти для виготовлення нових тортів, які знову будуть реалізовані). За дії розподільчої функції фінансів забезпечується надходження коштів до бюджету, а це сприяє виконанню основних функцій держави. Контрольна функція фінансів органічно впливає з розподільчої. Вона передбачає здійснення контролю за тим, чи правильно підприємства використовують кошти цільових централізованих і децентралізованих фондів грошових ресурсів, чи вчасно сплачують обов'язкові платежі та збори до бюджету країни. Наприклад, державою створена Державна податкова адміністрація, працівники якої слідкують за дотриманням порядку нарахування і сплати податків, обов'язкових внесків і платежів до бюджету тощо. Стимулююча функція фінансів покликана підвищувати ефективність використання факторів виробництва, спонукаючи підприємства використовувати ці фактори в таких пропорціях, щоб вони створили сприятливі умови для дотримання режиму економії, підвищення продуктивності праці, якості продукції, що виробляється.

Далі варто розглянути джерела фінансування діяльності підприємства: внутрішні (власні) і зовнішні (залучені). Одним із основних внутрішніх джерел фінансування є статутний капітал – стартовий для суб'єктів підприємницької діяльності). Резерви необхідні для того, щоб підприємство завжди було у робочому стані, у будь-який час було спроможним сплатити свої борги перед бюджетом, постачальниками, виконати зобов'язання перед покупцями. Безоплатні внески фізичних і юридичних осіб, членів трудового колективу також належать до внутрішніх джерел фінансування діяльності підприємства: ці ресурси не потрібно повертати тим, хто їх надав підприємству. В сучасних умовах найяскравішим прикладом такого джерела фінансування є благодійна допомога або благодійні внески. Втрату засобами праці – необоротними активами – своєї вартості у процесі виробництва або забезпечення діяльності підприємства називають амортизацією. Основним джерелом забезпечення грошовими коштами та іншими ресурсами суб'єкта господарювання є

прибуток., величина якого залежить від багатьох факторів, найважливішим з яких є співвідношення доходів і витрат. Усі підприємницькі структури на певному етапі своєї діяльності більшою чи меншою мірою відчувають дефіцит вільних грошових коштів, інших ресурсів. У такі моменти для підприємства особливо важливими є зовнішні джерела фінансування. Їх особливістю є те, що ресурси надходять на підприємство від інших господарюючих суб'єктів і підлягають обов'язковому поверненню тим, хто їх надав. Отримання кредитів (позик), залучення інвестицій, випуск цінних паперів є найпоширенішим у вітчизняній практиці господарювання. Із подальшим розвитком ринкових відносин набувають поширення такі способи залучення ресурсів як лізинг і факторинг. Лізинг є господарською операцією, за якою суб'єкт підприємницької діяльності (лізингодавець) за умовами лізингового договору передає іншому суб'єкту підприємницької діяльності (лізингоодержувачу) матеріальні цінності для використання у підприємницькій діяльності на визначений строк і за визначеною платою. Слід відмітити переваги та недоліки лізингу (див. табл. 4.3).

Таблиця 4.3

Переваги та недоліки лізингу

ЛІЗИНГ	
Переваги:	Недоліки:
1) можливість використання нового, сучасного, але дорогого устаткування; 2) відсутність необхідності оплати повної вартості цього устаткування відразу ж після його отримання – оплата за користування устаткуванням вноситься поступово	1) устаткування не належить лізингоодержувачу, а тому в будь-який момент може бути вилучене у нього; 2) значні витрати часу на підготовку договорів лізингу; 3) складність організації лізингових відносин через наявність кількох учасників лізингу

Факторинг є іншим нетрадиційним методом фінансування підприємницької діяльності.

Факторинг – це комплекс фінансових послуг, які пропонуються клієнтові банками або фінансовими компаніями, з передачі права вимоги коштів. Факторинг надає його користувачам вагомі переваги, пов'язані з керуванням дебіторською заборгованістю й контролем грошових потоків.

Звертаючись до послуг факторингу, підприємство має можливість поміняти свої борги на грошові кошти у будь-який потрібний момент і тим самим поліпшити власний фінансовий стан. При цьому господарюючий суб'єкт позбувається ризику непогашення боргів (ненадходження оплати), який бере на себе факторингова фірма. Крім того, у підприємства-кредитора (клієнта) скорочуються витрати на обслуговування його дебіторської заборгованості. Поряд з перевагами, що їх надає використання факторингу у діяльності підприємства, слід відзначити і недоліки факторингових угод (див. табл. 4.4).

І наприкінці вивчення теми варто розглянути ще один вид зовнішніх джерел фінансування підприємницької діяльності – інвестиції.

Таблиця 4.4

## Переваги та недоліки факторингу

Факторинг	
Переваги:	Недоліки:
1) швидке повернення коштів у оборот; 2) зняття проблеми з повернення боргу	1) втрата частини коштів (сплата відсотків за послуги факторингової фірми чи банку)

Процес інвестування є досить ризиковим і багато в чому залежить від розуміння представниками інвестора та одержувача інвестицій кон'юнктури ринку, точності економічних розрахунків, ринкової інтуїції. Проте за умов успішності обраного проекту, обидві сторони отримують свої вигоди: підприємство, яке отримало інвестиції, одержує можливість реалізувати свої задуми, інвестор, у кінцевому підсумку, – очікувані прибутки. Варто розглянути такі види інвестицій, як реальні (вкладення капіталу безпосередньо у засоби виробництва та оборотні активи або ж інвестиції у формі таких активів) та фінансові (вкладення коштів у цінні папери акціонерних товариств, а також розміщення коштів у банках), а також портфельні (придбання цінних паперів для їх подальшого перепродажу) та прямі (вкладення коштів у діяльність підприємства з метою подальшого отримання прибутку). З урахуванням значення інвестицій в економіці держави в Україні було прийнято відповідні законодавчі акти, які визначають основні засади здійснення інвестиційної діяльності на території нашої держави.

### 4.3.2. Запитання для самостійного вивчення

1. Роль грошей в економіці країни.
2. Банківська система України.
3. Діяльність фондових і товарних бірж.
4. Страховий ринок України.

Література: 1 – 10; 12; 13; 15; 16; 18; 21; 23; 29; 39.

## 4.4. Тема 4. Система оподаткування в Україні

### 4.4.1. Методичні рекомендації щодо самостійного вивчення теми

Вивчення теми необхідно розпочати з історії розвитку податкової системи. Далі слід відмітити, що саме за рахунок податків поповнюється державний бюджет, з якого фінансуються і утримуються органи державної влади, соціальні програми (освіта, охорона здоров'я, соціальна підтримка, пенсійне забезпечення тощо), і здійснюються заходи зі стимулювання розвитку економіки, забезпечення національної безпеки. Тому податки – це один з найважливіших важелів впливу держави на економіку країни. В Україні розроблена та затверджена низка законів, до яких належать Закони України «Про систему оподаткування», «Про Державну податкову службу в Україні»,

«Про акцизний збір», «Про податок на додану вартість», «Про державний бюджет», «Про податок з доходів фізичних осіб» тощо.

Далі варто перейти до розгляду поняття податків, якими є обов'язкові внески до бюджету або державного цільового фонду, що здійснюються платниками в порядку і на умовах, визначених законодавством. Суб'єктами податкових правовідносин виступають: держава; платники податку (або суб'єкти оподаткування – юридичні та фізичні особи, які за законом зобов'язані сплачувати податок); податковий орган (в Україні ним є Державна податкова служба).

Надалі потрібно розглянути функції, які виконують податки (фіскальна, регулююча стимулююча та розподільча). За допомогою фіскальної функції формуються державні грошові фонди шляхом вилучення частини доходів підприємств і громадян. Ті гроші, які сплачують юридичні та фізичні особи державі у вигляді податків, накопичуються і спрямовуються на певні цілі: на утримання державного апарату, армії, розвитку науки та техніки, підтримку дітей-сиріт, людей похилого віку та хворих. За рахунок цих коштів покриваються витрати на освіту, будуються школи, вищі навчальні заклади, державні підприємства, споруди, дороги, дитячі будинки, виплачується заробітна плата викладачам і стипендії студентам; частина коштів спрямовується на охорону здоров'я: захист здоров'я матері та дитини, утримання поліклінік, лікарень тощо; здійснюється захист навколишнього середовища. Використовуючи регулюючу функцію (відому в літературі як функція регулятора виробництва), держава змінює умови оподаткування (вводить одні та відмінює інші податки), застосовує систему податкових ставок і пільг, які використовує для вирішення найважливіших соціально-економічних проблем, створюючи умови для прискореного розвитку певних галузей економіки та вирішення соціальних завдань. Для кожної категорії доходів на тривалий час законодавством визначаються податкові ставки – це певна частина доходу, що встановлюється у відсотках і підлягає перерахуванню до бюджету. Їх величина може бути переглянута і змінена урядом. Держава зацікавлена у встановленні таких ставок оподаткування, які б, з одного боку, не перешкождали розвитку підприємництва, а з іншого – забезпечували максимальне надходження коштів до бюджету. Прикладом прояву регулюючої функції податків є проведення політики з підтримки вітчизняного виробника. Наприклад, стягнення податку з товарів, які ввозяться у країну, призведе до зростання ціни на ці товари на вітчизняному ринку. Відповідно, при придбанні товарів населення держави надаватиме перевагу продукції вітчизняного виробництва, ціна якої буде меншою в порівнянні з ціною на аналогічну продукцію іноземного виробника. Стимулююча функція полягає у тому, що, надаючи пільги з оподаткування або звільняючи певних виробників від оподаткування, держава стимулює розвиток технологічного прогресу, інвестиційної діяльності в базовій галузі економіки, сприяє збільшенню кількості робочих місць, розширенню виробництва.

Використовуючи податкові пільги (законодавче зменшення податкових ставок або податкової бази для окремих категорій платників податків), держава

здійснює соціальні та економічні функції, заохочуючи благодійність, милосердя, захищаючи малозабезпечені верстви населення. У такому випадку податки стають стимулом до праці, до природоохоронної діяльності тощо. Податкові пільги можуть мати, наприклад, навчальні заклади, лікарні, театри, а також інваліди, пенсіонери. Розподільча функція проявляється у можливості перерозподілу національного доходу на користь тих чи інших верств населення. При цьому, при перерозподілі коштів пріоритети обирає сама держава, спрямовуючи, наприклад, значні кошти на соціальні потреби (підтримку пенсіонерів і малозабезпечених громадян), екологію, сільське господарство або використовуючи на інші цілі. Варто відмітити, що функції податків тісно пов'язані між собою. Так, зменшення розміру податку для платника – юридичної особи є проявом регулюючої функції, але тим самим держава одночасно стимулює розвиток даного підприємства, що є стимулюючою функцією. Одночасно діє фіскальна функція – коли платник сплачує кошти до бюджету. Кошти, що надійшли, держава розподіляє на свій розсуд (розподільча функція).

Сплата будь-якого податку – це певним чином організований процес, що містить такі елементи: об'єкт, джерело й одиницю оподаткування. Об'єкт оподаткування – це те, що оподатковується податком (дохід, майно). Об'єктами оподаткування відповідно до законодавства України є доходи (прибуток), додана вартість продукції (робіт, послуг), майно юридичних і фізичних осіб та інші об'єкти. Основу виміру об'єкта оподаткування складає одиниця оподаткування. Для визначення плати за землю враховують величину земельної ділянки, а одиницею оподаткування є гектар, соті гектару, квадратні метри тощо. Фонд або кошти, з яких сплачується податок, називаються джерелом оподаткування. У кожній сфері економіки, кожній галузі, кожному регіоні може бути запроваджено свій порядок сплати податків, свій характер і рівень оподаткування, тобто свій податковий клімат, який обов'язково розглядається платником податків і враховується ним при прийнятті важливих економічних рішень. З метою систематизації усі податки узагальнені у групи за певними класифікаційними ознаками (табл. 4.5).

Таблиця 4.5

#### Класифікація податків

Класифікаційні ознаки	Види податків
за формою	– прямі (реальні та особисті); – непрямі
за органом, який стягує і розпоряджається податками	– державні; – місцеві
залежно від порядку використання	– загальні; – спеціальні (цільові)
за методом оподаткування	– прогресивні; – регресивні; – пропорційні

Після цього необхідно перейти до вивчення методів нарахування та утримання податків. При вилученні податку до отримання власником доходу

податок нараховується і утримується бухгалтерією підприємства, яка сплачує податки (метод утримання). Вилучення податку після отримання доходу власником (метод нарахувань) передбачає подання платником податку до податкових органів податкової декларації – офіційної заяви про одержаний дохід. Кадастровий метод передбачає наявність кадастру, тобто реєстру, який містить перелік типових об'єктів і встановлену середню прибутковість об'єкта оподаткування.

На закінчення вивчення теми варто розглянути питання про державний бюджет, за допомогою якого держава здійснює розподіл і перерозподіл внутрішнього продукту та забезпечує контроль за станом виробництва в цілому. Через бюджет держави відтворюється вся її багатогранна діяльність і забезпечується виконання її функцій. Бюджет – це збалансований план, де відображаються грошові доходи і видатки за певний період (табл. 4.6).

*Таблиця 4.6*

Доходи та видатки державного бюджету

Дохідна частина	Видаткова частина
1) податки; -доходи від державного кредитування; 2) неподаткові доходи; 3) доходи від особистого та майнового страхування; 4) інші джерела	1) виплата пенсій; 2) утримання армії, органів державної безпеки; 3) утримання закладів освіти, культури, охорони здоров'я; 4) інші виплати

Нормальним явищем є збалансованість доходів і видатків; перевищення доходів над видатками означає економічну та фінансову стабільність у державі. Найскладнішим явищем є бюджетний дефіцит, який притаманний бюджетам більшості країн світу, в тому числі й високорозвиненим. Варто сказати, що нормальне функціонування державного бюджету можливе лише за умов рівності інтересів держави та громадянина, тобто коли держава буде дбати про своїх громадян, а громадяни – про державу.

#### **4.4.2. Запитання для самостійного вивчення**

1. Принципи оподаткування.
2. Податкові пільги в Україні та за кордоном.
3. Значення податків у формуванні державного бюджету.
4. Система оподаткування за кордоном.

Література: 2; 8; 10 – 12; 14; 21; 23; 24.

#### **4.5. Тема 5. Державне регулювання бізнесу**



#### **4.5.1. Методичні рекомендації щодо самостійного вивчення теми**

Вивчення теми доцільно розпочати із визначення поняття державного регулювання бізнесу, що полягає у впливі держави на діяльність підприємницьких структур, суб'єктів бізнесу і ринку з метою забезпечення нормальних умов їхнього функціонування.

Потреба регулювання бізнесу сьогодні зумовлена цілями економічної політики держави і передусім: ринковою економікою; підпорядкуванням суспільного виробництва потребам та інтересам людей, створенням умов для вільної творчої праці; підвищенням престижу підприємництва й сумлінної праці; забезпеченням високої ефективності виробництва і діяльності підприємницьких структур, суб'єктів бізнесу; створенням умов стабільного економічного зростання та ін. Потреба державного регулювання бізнесу впливає з об'єктивно властивих державі економічних функцій, основними з яких є такі: стратегія і тактика економічного розвитку визначення цілей та пріоритетів здійснення структурної перебудови економіки; розробка і затвердження правових основ економіки; регулювання економічної діяльності, спрямованої на вирівнювання сукупного попиту і пропозиції; захист конкуренції як основного регулюючого механізму ринкової економіки; розробка антимонопольного законодавства та здійснення контролю за його реалізацією; перерозподіл доходів, спрямованих на усунення невідповідності їх розмірів, що властиве ринковій системі (програми допомоги, регулювання цін тощо); фінансування суспільних благ та послуг (благоустрій населених пунктів, будівництво доріг, музеїв, бібліотек тощо); регулювання зовнішньоекономічних відносин та ін.

Далі треба розглянути структуру механізму державного регулювання, якою є система заходів, розроблених державою, з урахуванням вимог ринку та інтересів суб'єктів бізнесу. До цієї системи входять правовий та фінансовий механізми; механізми стимулювання, підтримки, сприяння, контролю; форми та методи реалізації державного регулювання, державні органи та фонди, які покликані займатися діяльністю підприємницьких структур та суб'єктів бізнесу. За способами впливу механізми регулювання можуть бути прямими, тобто такими, що здійснюються за допомогою прийняття законодавчих актів, на яких ґрунтуються дії виконавчої влади, та непрямими – що ґрунтуються на використанні різних економічних, фінансових важелів (податків, цін, відсотків, кредитів, пільг тощо). З метою виконання своїх економічних зобов'язань держава використовує різноманітні способи впливу на бізнес. Це створення законодавчих актів, що регулюють організацію, функціонування та розвиток бізнесу; розробка програм залучення підприємницьких структур у тендері для отримання державних замовлень; закупівля державою значної частини виготовленої на підприємствах бізнесу продукції; пільгове оподаткування для новостворених підприємницьких структур; однаковий з державними підприємствами доступ до фінансово-кредитних ресурсів; стимулювання випуску якісної, конкурентоспроможної продукції; державна підтримка розвитку підприємств бізнесу та сприяння у функціонуванні їх та ін. Органи державного управління будують свої відносини з підприємцями,

використовуючи: податкову і фінансово-кредитну систему, яка встановлює ставки податків і відсотків по державних кредитах; податкові пільги; ціни та правила ціноутворення; цільові дотації; валютний курс; розміри економічних санкцій; державне майно і систему резервів, ліцензії, концесії, лізинг, соціальні, економічні та інші норми і нормативи; науково-технічні, економічні, соціальні, державні та регіональні програми; договори на виконання робіт і поставок для державних потреб.

Також треба розглянути державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності, що проводиться з метою забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку; стимулювання структурних змін в економіці, в тому числі зовнішньоекономічних зв'язків суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності; створення найбільш сприятливих умов для залучення економіки України у систему світового поділу праці та її наближення до ринкових структур розвинених зарубіжних країн. Воно здійснюється: державою, в особі її органів, та в межах їх компетенції; недержавними органами управління економікою (товарними, фондовими, валютними біржами; торговими палатами; асоціаціями; спілками та іншими організаціями координаційного типу), які діють на підставі засновницьких документів; суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності на основі відповідних координаційних договорів, які укладаються між ними. Для регулювання господарської діяльності іноземних підприємців, суб'єктів бізнесу встановлюються такі правові режими: національний режим, який означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності мають такі права і обов'язки, як і місцеві підприємці; режим найбільшого сприяння надається іноземним суб'єктам підприємницької діяльності на основі взаємних угод і застосовується у сфері зовнішньої торгівлі; спеціальний режим, який застосовується на територіях спеціальних економічних зон, а також митних союзів, до яких входить Україна, та у випадках встановлення спеціального режиму згідно з міжнародними угодами.

Закінчувати вивчення теми варто розглядом питання про державну підтримку бізнесу, метою якої є створення однакових умов для всіх суб'єктів господарювання, зайнятих у сфері бізнесу, а також вирівнювання підприємницьких структур з іншими сферами суспільного виробництва.

#### **4.5.2. Запитання для самостійного вивчення**

1. Правова база підприємництва в Україні.
2. Економічні ризики у бізнесі.
3. Економічна безпека бізнесу.
4. Антимонопольна діяльність держави.

Література: 1 – 7; 10; 12 – 15; 26 – 39.

#### **4.6. Тестові завдання для самостійного опрацювання**

1. Мета підприємництва:

- 1) виконання місії підприємства;
- 2) одержання прибутку та задоволення потреб споживача;
- 3) реалізація ідей підприємця;
- 4) забезпечення високої якості й технічного рівня продукції.

2. Які основні цілі підприємництва:

- 1) соціальна задоволеність працівників;
- 2) прибуток;
- 3) дотримання законодавства;
- 4) підтримання екологічної рівноваги в середовищі функціонування.

3. Який вид підприємницької діяльності більш схильний до процесу рухливості середовища:

- 1) виробництво будівельної техніки;
- 2) стоматологічні послуги;
- 3) фармацевтична промисловість;
- 4) транспортні послуги.

4. Яку основну мету ставить перед собою підприємець:

- 1) дотримання законодавства;
- 2) підтримання екологічної рівноваги в середовищі функціонування;
- 3) отримання прибутку;
- 4) соціальна задоволеність працівників.

5. Що відрізняє підприємство, що створюється громадянином, від індивідуального підприємця:

- 1) необхідність розробки установчих документів;
- 2) використання засобів і предметів праці для виробництва продукції;
- 3) право займатися підприємницькою діяльністю;
- 4) все перераховане в варіантах.

6. Яка форма внесення вкладу допустима при вступі до товариства:

- 1) матеріальна, грошова, форма інтелектуальної власності;
- 2) матеріальна;
- 3) спонсорська та майнова;
- 4) форма інтелектуальної власності.

7. Що є відмінною рисою індивідуального підприємця:

- 1) майнова відповідальність лише в межах внесеного паю;
- 2) відповідальність за зобов'язаннями всім належним майном;
- 3) обов'язковість подання статуту підприємства;
- 4) обов'язковість внесення вкладу на розрахунковий рахунок.

8. Що відображає наступна ситуація: «За даних виробничих ресурсів і існуючому рівні знань неможливо виробити більшу кількість одного товару, не жертвуючи при цьому можливістю провести деяку кількість іншого товару»:

- 1) оцінка кількості засобів виробництва, що використовуються на підприємстві;
- 2) виробничий потенціал;
- 3) досягнення безвідходності виробництва;
- 4) ефективність виробництва.

9. Господарство буде одноосібним у випадку:

- 1) коли ним володіє держава;
- 2) коли ним володіють члени сім'ї;
- 3) коли ним володіє декілька осіб, що не знаходяться між собою у родинних стосунках;
- 4) коли ним володіє одна особа.

10. Які основні труднощі в сфері малого бізнесу:

- 1) складність залучення висококваліфікованих працівників;
- 2) високі управлінські витрати;
- 3) можливість швидкого реагування на обставини;
- 4) наявність багатоступінчастої ієрархії.

11. Яка сфера діяльності найменш підходить для початківця бізнесмена:

- 1) маркетинг;
- 2) будівництво гідроелектростанцій;
- 3) громадське харчування;
- 4) будівництво хлібопекарень.

12. Які особливості вибору місця для фірми, орієнтованої на виробництво:

- 1) облік відстані до джерел сировини і матеріалів;
- 2) облік місця проживання основної частини працюючих на фірмі;
- 3) облік відстані до джерел сировини і матеріалів, місця проживання основної частини працюючих на фірмі, вимог екології;
- 4) облік вимог екології.

13. Яка риса не відноситься до характеристики успішного підприємця:

- 1) прагнення до зваженої оцінки перспективи;
- 2) готовність при необхідності почати все спочатку;
- 3) розуміння чільної ролі споживача;
- 4) беззастережна впевненість у своїй правоті.

14. Що є обов'язковим елементом установчого договору:

- 1) положення про умови створення резервного фонду;
- 2) характеристика рівня матеріального стану засновників;
- 3) розмір внеску засновника до статутного капіталу підприємства;
- 4) структура органів управління підприємством.

15. Виберіть складові частини середовища існування бізнесу:

- 1) економічна, соціальна, технічна;
- 2) політична, економічна, технічна, соціальна;
- 3) економічна, технічна, політична;
- 4) соціальна, політична, технічна.

16. Що є документом, що закріплює необхідні умови для реалізації комерційної угоди:

- 1) розрахунок ціни товару;
- 2) контракт;
- 3) довідка про виробництво товару;
- 4) сертифікат про якість товару.

17. Що належить до особистих потреб:

- 1) конструювання приладу;
- 2) розрахунок ціни на деяку продукцію;
- 3) зниження собівартості виробництва продукції;
- 4) оволодіння знаннями.

18. Які фактори не є суттєвими для підприємця при виборі сегмента ринку:

- 1) курси валют;
- 2) соціальні;
- 3) демографічні;
- 4) правові.

19. Хто є обов'язковим учасником ринкових відносин:

- 1) постачальник;
- 2) конкурент;
- 3) споживач;
- 4) митний інспектор.

20. Що може бути причиною невдач малого бізнесу:

- 1) незалежність дій;
- 2) недолік експертного потенціалу;
- 3) здійснення керівництва діяльністю фірм жінками;
- 4) можливість адаптації до місцевих умов.

21. Який перелік видів власності відповідає законодавству:

- 1) приватна, громадських об'єднань, колективна, спільна часткова;
- 2) приватна, державна, громадських об'єднань, спільна сумісна;
- 3) приватна, муніципальна, спільна сумісна, спільна часткова;
- 4) приватна, державна, муніципальна, громадських об'єднань.

22. Виберіть найбільш повне визначення комерційної угоди:

- 1) угода між двома сторонами, здійснюване в безготівковому вигляді відповідно до прийнятих умовами;
- 2) контракт між кількома сторонами на поставку товарів без залучення грошових коштів у готівковому або безготівковому вигляді;
- 3) угода між двома або кількома сторонами на поставку товарів, виконання робіт або послуг відповідно до прийнятих умовами;
- 4) угода між двома сторонами про виготовлення продукції.

23. Яка позиція повинна бути відображена у розділі: «Предмет контракту»:

- 1) момент переходу товарів у власність покупця;
- 2) основні характеристики продукції;
- 3) визначення суб'єкта оплати транспортних витрат;
- 4) встановлення видів платежу.

24. Що є елементом статуту підприємства:

- 1) положення про умови ліквідації підприємства;
- 2) відомості про місце проживання або юридичну адресу засновників;
- 3) розмір внеску засновника до статутного капіталу підприємства;
- 4) характеристика рівня матеріального стану засновників.

25. Який вид діяльності найбільш точно відповідає поняттю бізнесу:

- 1) контроль за дотриманням законів;
- 2) ділове адміністрування на фірмі;
- 3) діяльність по задоволенню потреб фізичних і юридичних осіб;
- 4) діяльність, спрямована на отримання прибутку шляхом створення і реалізації певної продукції і послуг.

26. Які підприємства відносяться до муніципальних

- 1) підприємства обласного підпорядкування;
- 2) підприємства крайового підпорядкування;
- 3) все перераховане в варіантах відповідей;
- 4) підприємства районного і міського підпорядкування.

27. Який фактор впливає на максимальну чисельність працюючих, при якій підприємство вважається малим

- 1) думка трудового колективу;
- 2) сфера діяльності;
- 3) рішення місцевих органів влади;
- 4) правова форма підприємства.

28. Що характеризується словосполученням «мале підприємство»:

- 1) організаційно-правова форма підприємства;
- 2) підприємство з певною чисельністю працівників;
- 3) підприємство з певною величиною статутного капіталу;
- 4) підприємство з певною часткою оборотних коштів у статутному капіталі.

29. Що особливо складно в діяльності підприємця:

- 1) продавати пробні партії товару;
- 2) виробляти товар;
- 3) знаходити покупця і продавати товар;
- 4) знаходити нові джерела сировини.

30. Які переваги великого бізнесу перед малим:

- 1) можливість використовувати нову техніку;
- 2) можливість залучення дуже кваліфікованих фахівців;
- 3) легкість адаптації до місцевих умов;
- 4) щодо низькі управлінські витрати.

31. Який термін визначає структуру, що здійснює господарську діяльність шляхом об'єднання капіталів власників:

- 1) представництво;
- 2) товариство;
- 3) синдикат;
- 4) все перераховане в варіантах відповідей.

32. Як має бути організоване майно муніципального унітарного підприємства:

- 1) може бути розподілено на частки між членами трудового колективу;
- 2) може бути розподілено на частки між працівниками адміністрації;
- 3) є неподільним;
- 4) може бути розподілено на частки між членами трудового колективу та органів муніципальної влади.

33. Який документ не відноситься до переліку установчих документів:

- 1) свідоцтво про сплату держмити;
- 2) установчий договір;
- 3) статут підприємства;
- 4) зміни та доповнення до статуту підприємства.

34. Які права мають громадські організації споживачів:
- 1) проведення незалежної експертизи якості товару;
  - 2) визначення порядку сертифікації товару;
  - 3) напрямок приписів виготовлювачам про припинення порушень прав споживачів;
  - 4) все перераховане в варіантах відповідей.
35. Які умови неприйнятні для великих компаній:
- 1) високий ступінь стандартизації продукції;
  - 2) стійкий попит на випущені види продукції;
  - 3) нерегулярність попиту;
  - 4) потреба у значних фінансових коштах.
36. Який ринок відноситься до грошових ринків:
- 1) ринок праці;
  - 2) ринок цінних паперів;
  - 3) ринок нерухомості;
  - 4) ринок продовольчих товарів.
37. Яку послідовність дій Ви прийміть для створення підприємства:
- 1) знайти свій сегмент ринку – визначити форму підприємства – визначити засновників розробити установчі документи-зареєструвати підприємство;
  - 2) розробити установчі документи – зареєструвати підприємство – визначити напрямок своєї діяльності – узгодити із засновниками частку капіталу визначити форму підприємства;
  - 3) визначити засновників – зареєструвати підприємство – визначити напрям діяльності;
  - 4) зареєструвати підприємство – визначити форму підприємства – визначити засновників.
38. Які причини відмови в реєстрації підприємства допустимі за законодавством України:
- 1) порушення встановленого порядку створення підприємства;
  - 2) міркування про недоцільність створення підприємства в даному районі;
  - 3) значне число подібних підприємств на цій території;
  - 4) можливі труднощі в забезпеченні підприємства ресурсами.
39. Хто встановлює форми, системи та розмір оплати праці працівників підприємства:
- 1) місцеві органи влади;
  - 2) підприємство;
  - 3) підприємство спільно з податковою службою;
  - 4) податкова служба та місцеві фінансові органи.



40. Що передбачено законом як гарантії для працюючих за будь-якої організаційно-правовій формі підприємства:

- 1) соціальний захист;
- 2) додаткові відпустки;
- 3) режим робочого часу;
- 4) право на частку прибутку підприємства.

41. Що таке сегмент ринку:

- 1) територія, на якій здійснюється виробництво продукції або виконання робіт;
- 2) територія, на якій здійснюється продаж товарів;
- 3) частина ринку, що характеризується деякими споживчими очікуваннями;
- 4) частина ринку, що характеризується найбільшим доходом підприємця.

42. Як залежить собівартість продукції вимогам стандартів:

- 1) собівартість зростає;
- 2) собівартість знижується;
- 3) залежність не встановлена;
- 4) залежності немає.

43. Що слід вважати метою процесу інновацій в бізнесі:

- 1) завоювання нових ринків;
- 2) отримання прибутку;
- 3) затвердження іміджу фірми;
- 4) підвищення престижу фірми.

44. Організація виробництва – це:

- 1) сукупність методів, що забезпечують найбільш доцільне з'єднання і використання в часі і просторі засобів праці, предметів праці та самої праці;
- 2) певна структура роботи;
- 3) задана структура роботи з метою ефективного ведення виробничих процесів;
- 4) необхідна структура роботи підприємницької діяльності

45. Який елемент інфраструктури бізнесу використовується фірмою при підготовці та проведенні комерційної угоди:

- 1) центр сприяння зайнятості;
- 2) профспілки;
- 3) все перераховане в варіантах відповідей;
- 4) інформаційна система.

46. Що таке процес інновацій:

- 1) використання нової ресурсозберігаючої технології;
- 2) зниження ціни на товар;
- 3) вивчення попиту на товар;
- 4) інтенсифікація рекламної діяльності.

47. Конкуренція-це:

- 1) боротьба між виробниками або постачальниками, підприємствами або фірмами за найбільш вигідні умови виробництва і збуту;
- 2) охороняється законодавством право підприємства, поширення яких могло б завдати шкоди їх інтересам;
- 3) видача приписів про призупинення виробництва продукції до отримання на неї сертифікату відповідності;
- 4) зростання цін на комплектуючі для виробництва товару.

48. Чи можливо підприємництво в ринковій економіці без ризику:

- 1) можливо в ряді ситуацій;
- 2) можливо в залежності від середовища діяльності;
- 3) неможливо у всіх ситуаціях;
- 4) можливо в окремих сферах діяльності.

49. Коли виникає виробничий ризик:

- 1) в процесі реалізації виробничих товарів, виконаних робіт, наданих послуг;
- 2) у процесі здійснення виробництва товару, виконання робіт, надання послуг;
- 3) в процесі планування підприємницької діяльності;
- 4) в процесі створення підприємства.

50. Що лежить в основі поняття фінансового ризику в підприємстві:

- 1) розносити між всіма фінансовими коштами підприємства і позиковими засобами;
- 2) ставлення позикових коштів до вартості основних фондів підприємства;
- 3) різниця між позиковими коштами і вартістю основних фондів підприємства;
- 4) ставлення позикових коштів до всіх фінансових коштів підприємства.

#### **4.7. Методичні рекомендації щодо підготовки реферату**

Метою підготовки реферату є розширення та поглиблення теоретичних знань і практичних навичок аналітичної роботи з певної теми на підставі самостійного узагальнення зібраного матеріалу.

Реферат є результатом самостійного дослідження студентами з обраної теми.

При написанні реферату студент має показати вміння користуватися нормативними документами, літературними джерелами, узагальнювати матеріали, формулювати обґрунтовані висновки і пропозиції.

Викладач курсу спрямовує і контролює самостійну роботу студента, встановлює час консультацій і термін виконання самостійної роботи за кожною темою курсу.

Підготовка реферату містить такі етапи: вибір теми; визначення завдань дослідження та складання плану реферату; підбір літературних джерел і фактичного матеріалу; написання та оформлення реферату.

Тема реферату обирається студентом із переліку тем самостійно або з допомогою викладача.

Обравши тему реферату, необхідно визначити мету й об'єкт дослідження. Це допоможе встановити сукупність завдань, які потрібно вирішити при підготовці реферату.

Після визначення мети й завдань дослідження студент складає план реферату і відповідно до навчального графіка визначає строки його написання та захисту.

Реферат складається із змісту, вступу, основної частини, висновків, списку використаної літератури і додатків. План реферату має передбачати послідовний взаємопов'язаний виклад матеріалу і відображати його зміст.

Загальний обсяг реферату не має перевищувати 15 – 20 сторінок (без додатків і списку літературних джерел).

У вступі варто обґрунтувати вибір теми, її актуальність і наукову новизну проведених досліджень, визначити об'єкти дослідження.

В основній частині розкриваються теоретичні та практичні аспекти теми реферату, законодавче та нормативне забезпечення аналізованих проблем.

У висновках треба викласти самостійні узагальнення і пропозиції, які послідовно відображають результати дослідження студентом даної теми.

Список літературних джерел містить лише ті джерела, що були безпосередньо використані при написанні реферату. При складанні списку літературних джерел варто дотримуватися такої послідовності:

1. Закони України.
1. Укази Президента України.
2. Постанови Верховної Ради України.
3. Постанови, декрети, рішення Кабінету Міністрів України.
4. Інструктивні матеріали міністерств і відомств.
5. Монографії, наукові праці, статті, навчальна література.
6. Матеріали базового підприємства або галузі.

У переліку літературних джерел законодавчі та нормативні матеріали розташовуються у хронологічному порядку, монографії, статті та ін. – в алфавітному порядку за прізвищем автора.

У додатках до реферату містяться використані студентом при розробці даної теми первинні документи, звітні форми, графіки та інші матеріали, що роблять результати дослідження унаочненими.

Підбір і вивчення літератури є процесом творчого засвоєння питань, поставлених у рефераті. Вивчати літературні джерела варто починаючи від популярних і до монографій, наукових статей та ін. Доцільно спочатку опрацювати підручники, навчальні посібники, а потім нормативно-законодавчі документи, теоретичні розробки, статті.

У процесі роботи над літературними джерелами необхідно виділити основне у прочитаному, ретельно розібратися у термінології, записати питання, які виникають під час роботи з літературою.

Для написання реферату треба використовувати фактичний матеріал базового підприємства, а також статистичні дані. Характер і обсяг такої інформації залежить від теми. Тому до початку збирання фактичного матеріалу доцільно визначити перелік необхідних показників, джерела інформації, послідовність збирання даних.

Написання реферату передбачає кілька послідовних станів. На початковому етапі відбирається і систематизується матеріал для підготовки роботи згідно з планом. Потім формулюються висновки і рекомендації, які впливають з основного змісту реферату, оцінюється можливість їх використання в практичній діяльності підприємств. На наступному етапі уточнюються окремі питання, остаточно формулюються висновки і пропозиції. На завершальному етапі зібраний матеріал підлягає літературній обробці й оформленню.

Реферат має складатися з текстової частини та відповідних графіків, схем, таблиць, формул, статистичних і фактичних даних.

Текст реферату пишеться на одній сторінці аркуша з дотриманням таких вимог: зліва поле шириною 3,5 см, справа – 1 см, зверху і знизу – по 2 см. Усі сторінки роботи нумеруються у правій верхній частині арабськими цифрами. Загальна нумерація починається з титульного аркуша, але порядковий номер на ньому не ставиться. Кожна структурна частина (зміст, вступ, основна частина, список літературних джерел, додатки) починається з нової сторінки.

У текстовій частині й додатках умовні позначки, рисунки, схеми, графіки повинні відповідати чинним стандартам.

У тексті реферату мають міститися посилання на літературні джерела, наведений цифровий матеріал, додатки. При посиланні на літературні джерела у квадратних дужках указують порядковий номер за списком літературних джерел, наприклад [18]. При наведенні в тексті цитат, у кінці них після лапок ставиться порядковий номер літературного джерела і номер сторінки, на якій розміщена цитата, наприклад [12, с. 30].

При використанні в тексті формул обов'язково вказується значення символів.

#### **4.8. Оцінювання самостійної роботи студента**

Перевірку рівня засвоєних студентом знань може бути здійснено за допомогою відповідей на контрольні запитання, розв'язання практичних завдань, підготовки реферату.

Формою контролю є перевірка підготовлених завдань, рефератів і співбесіда. За їхніми результатами викладач виставляє оцінку за виконану самостійну роботу з дисципліни, використовуючи критерії оцінок, які представлені нижче.

*«Відмінно»* – самостійна робота виконана в повному обсязі даного завдання. Виконана практична частина завдання свідчить про вміле, правильне і творче застосування теоретичних знань, використання міжпредметних зв'язків при вирішенні конкретних завдань.

Виконана робота демонструє вміння робити правильні розрахунки, складати правильні таблиці та формулювати самостійні висновки. Завдання самостійної роботи виконані з обґрунтуванням послідовності їх здійснення, мають логічне завершення. Відповідь викладена на папері послідовно з дотриманням правил культури писемного ділового мовлення.

*«Добре»* – самостійна робота виконана в повному обсязі даного завдання, але має незначні помилки, що не порушують суті роботи. Практична частина роботи свідчить про вміле і правильне застосування теоретичних знань, доцільне використання міжпредметних зв'язків при його вирішенні. Виконане самостійно завдання демонструє вміння робити правильні розрахунки, з незначними неточностями, які не впливають істотно на результат роботи, правильно складати таблиці (допускаються 1 – 2 арифметичні помилки). Відповідь викладена на папері з дотриманням правил культури писемного ділового мовлення.

*«Задовільно»* – самостійна робота в основному виконана. Теоретичних знань недостатньо для вмілого і творчого застосування їх при виконанні завдання, при використанні міжпредметних зв'язків. Допущені помилки у розрахунках, порушена логіка, послідовність у виконанні роботи. Робота має незавершений висновок. Відповідь викладена на папері з незначними порушеннями правил культури писемного мовлення.

*«Незадовільно»* – самостійна робота виконана з грубими помилками, демонструє незнання більшої частини програмного матеріалу. Допущені істотні помилки в розрахунках, таблицях і записах, порушена логіка та послідовність у виконанні роботи. Висновок відсутній або сформульований неправильно.

## 5. Питання до заліку

### **Змістовий модуль I. Організація та формування бізнесу**

1. Змістова характеристика бізнесу.
2. Характерні ознаки бізнесу.
3. Суб'єкти бізнесу.
4. Стратегія бізнесу.
5. Тактика бізнесу.
6. Види бізнесу.
7. Змістова характеристика підприємництва.
8. Суб'єкти підприємницької діяльності.
9. Характерні ознаки підприємництва.
10. Власність як економічна основа бізнесу.
11. Суб'єкти власності.
12. Об'єкти власності.
13. Відносини та право власності.
14. Форми власності.
15. Поняття та мета розробки бізнес-плану.
16. Етапи бізнес-планування.
17. Значення бізнес-плану.
18. Структура бізнес-плану.
19. Принципи та умови організації бізнесу.
20. Зміст установчих документів.
21. Формування статутного капіталу.
22. Поняття та порядок державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності.
23. Ліцензування підприємницької діяльності.
24. Патентування підприємницької діяльності.
25. Поняття та підстави ліквідації підприємства.
26. Реорганізація підприємницької діяльності.

### **Змістовий модуль II. Фінансування та регулювання бізнесу**

1. Поняття та функції фінансів.
2. Джерела фінансування.
3. Змістова характеристика лізінгу.
4. Суб'єкти лізінгу.
5. Об'єкти лізінгу.
6. Порядок здійснення лізингової операції.
7. Прямий та непрямий лізінг.
8. Переваги та недоліки лізінгу.
9. Змістова характеристика факторингу.
10. Суб'єкти факторингу.
11. Переваги та недоліки факторингу.
12. Поняття та види інвестицій.
13. Історія розвитку податкової системи.

14. Поняття та значення податків.
15. Функції податків.
16. Суб'єкти податкових правовідносин.
17. Елементи процесу сплати податків.
18. Види податків.
19. Методи стягнення податків.
20. Доходи та видатки державного бюджету.
21. Потреба державного регулювання бізнесу.
22. Структура механізму державного регулювання бізнесу.
23. Методи державного регулювання бізнесу.
24. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
25. Державна підтримка розвитку бізнесу в Україні.

## 6. Критерії оцінювання знань студентів

### 6.1. Види контрольних заходів

До контрольних заходів належать поточний, кредитно-модульний та підсумковий контроль.

**Поточний контроль** – оцінювання засвоєння студентом навчального матеріалу під час проведення кожного аудиторного навчального заняття. Поточний контроль відбувається у вигляді тестування.

**Кредитно-модульний контроль** – оцінювання якості засвоєння навчального матеріалу залікових модулів.

**Підсумковий контроль** – оцінювання якості засвоєння навчального матеріалу дисципліни на підставі результатів кредитно-модульних контролів та проведення заліку.

### 6.2. Організація контрольних заходів

На початку семестру деканат факультету доводить до відома студентів графік навчального процесу. Кафедри, які забезпечують вивчення конкретних дисциплін, доводять до відома студентів кількість і склад залікових модулів з кожної дисципліни, графік контрольних заходів та форми модульного контролю.

Зарахованим має бути заліковий модуль, що отримав позитивну оцінку.

Незадовільна оцінка за будь-який заліковий модуль не компенсується оцінками інших модулів.

Результати кредитно-модульного контролю доводяться до відома студентів не пізніше трьох днів після його проведення.

**Підсумковий контроль.** Підсумкова оцінка засвоєння навчального матеріалу виставляється за результатами кредитно-модульних контролів та заліків.

Заліки здійснюються виключно за результатами поточного та модульного контролю.

Зарахованими мають бути дисципліни, рівень засвоєння яких має позитивну підсумкову оцінку за шкалою ECTS.

Оцінка з кожного залікового модуля з будь-якої дисципліни (незалежно від форми підсумкового контролю) та підсумкова оцінка проставляються у відомість семестрового контролю.

**Ліквідація академічних заборгованостей.** Порядок ліквідації академічних заборгованостей здійснюється відповідно до «Положення про порядок ліквідації академічних заборгованостей студентів університету», що затверджується ректором.

**Державна атестація** студентів проводиться відповідно до чинної нормативної бази.

### 6.3. Оцінювання якості засвоєння навчального матеріалу

Якість засвоєння усіх дисциплін (незалежно від форми підсумкового контролю) оцінюється у балах відповідно до кредитно-трансферної системи,



прийнятої в Університеті та шкалою ECTS. Співвідношення оцінок наведено у таблиці.

За шкалою ECTS	За національною шкалою	За шкалою навчального складу
A	відмінно	90-100
B	добре	82-89
C		74-81
D	задовільно	64-73
E		60-63
FX	незадовільно (з можливістю повторного складання)	35-59
F	незадовільно (з обов'язковим повторним курсом)	1-34

### Методи контролю знань студентів

Проміжні методи контролю з елементів модулів з зазначенням кількості балів, які можна отримати за кожен з елементів та за модуль в цілому. Графік навчального процесу та поточного контролю знань студентів студентам повідомляється оперативно.

### Засоби проведення поточного кредитно-модульного та підсумкового контролю

Поточний контроль передбачає:

- перевірку готовності студентів до проведення практичних робіт;
- захист виконаних робіт;
- перевірку виконання індивідуальних завдань;
- перевірку знань з окремих тем експрес-методом;
- проведення двох модульних контрольних протягом семестру.

Підсумковий контроль передбачає проведення заліку з курсу.

### Критерії оцінки

**A – «Відмінно» – 90 – 100.** Відповідь побудована на рівні самостійного творчого мислення на підставі ґрунтовного знання проблеми, що висвітлюється; основних понять та категорій бізнесу, грамотне, логічно-послідовне викладання матеріалу, вміння робити узагальнення та висновки.

**B – «Добре» – 82 – 89.** Вірна відповідь, побудована на рівні самостійного мислення з елементами творчого пошуку, розуміння студентом основних закономірностей викладання навчального матеріалу. Допускаються окремі незначні помилки та неточності у висвітленні неосновних аспектів проблеми.

**C – «Добре» – 74 – 81.** Вірна відповідь, побудована на рівні самостійного мислення, розуміння студентом основних закономірностей викладання навчального матеріалу. Допускаються окремі незначні помилки та неточності у висвітленні неосновних аспектів проблеми.

**D – «Задовільно» – 64 – 73.** В цілому правильна відповідь на рівні репродуктивного мислення, допускаються окремі незначні помилки у висвітленні основних аспектів проблеми, незнання студентом другорядних понять.

**E – «Задовільно» – 60 – 63.** В цілому правильна відповідь на рівні репродуктивного мислення, допускаються недостатньо вірні формулювання, окремі незначні помилки у висвітленні основних аспектів проблеми, незнання студентом другорядних понять і категорій.

**FX – «Незадовільно з можливістю повторного складання» – 35 – 59.** Неправильна відповідь на питання. Допущені значні помилки, що мають принципове значення в оцінці і розумінні явищ та фактів.

**F – «Незадовільно з обов'язковим повторенням курсу»– 1 – 34.** Незнання більшості понять і категорій бізнесу. Неспроможність студента аналізувати матеріал, робити узагальнення та висновки, неправильна відповідь на питання.

### **Критерії оцінки знань студентів при захисті рефератів і доповідей**

**A – «Відмінно» – 5.** Відповідь побудована на рівні самостійного творчого мислення на підставі ґрунтовного знання проблеми, що висвітлюється, основних понять та категорій бізнесу, грамотне, логічно-послідовне викладання матеріалу, вміння робити узагальнення та висновки.

**B – «Добре» – 4.** Правильна відповідь, побудована на рівні самостійного мислення з елементами творчого пошуку, розуміння студентом основних закономірностей викладання навчального матеріалу. Допускаються окремі незначні помилки та неточності у висвітленні неосновних аспектів проблеми.

**C – «Добре» – 3.** Правильна відповідь, побудована на рівні самостійного мислення, розуміння студентом основних закономірностей викладання навчального матеріалу. Допускаються окремі незначні помилки та неточності у висвітленні неосновних аспектів проблеми.

**D – «Задовільно» – 2.** В цілому правильна відповідь на рівні репродуктивного мислення, допускаються окремі незначні помилки у висвітленні основних аспектів проблеми, незнання студентом другорядних понять.

**E – «Задовільно» – 1.** В цілому правильна відповідь на рівні репродуктивного мислення, допускаються недостатньо вірні формулювання, окремі незначні помилки у висвітленні основних аспектів проблеми, незнання студентом другорядних понять і категорій.

**FX – «Незадовільно з можливістю повторного складання» – 0,5.** Неправильна відповідь на запитання. Допущені значні помилки, що мають принципове значення в оцінці і розумінні явищ та фактів.

## Рекомендована література

### Основна

1. *Базылев Н. И., Базылева М. Н.* Основы бизнеса: Учеб. пособие. – Мн.: Мисанта, 2003. – 253 с.
2. *Бізнес-план: Розробка, обґрунтування та аналіз.* Тарасюк Г.М. Навчальний посібник. – К.: Каравела, 2012. — 280 с.
3. *Богачев В. И., Кравченко К. В.* Экономическая теория рыночных отношений. Основы бизнеса. Международные экономические отношения. – 3-е изд., перераб. и дополн. – К.: Аристей, 2003. – 344 с.
4. *Васенко В., Комісар С, Малікова І.* Основи малого бізнесу і підприємницької діяльності. – Суми: ВАТ СОД, 2002. – 186 с.
5. *Зелена книга малого бізнесу України – 2012 / Д.В. Ляпін, В.І. Дубровський, О.М. Піщуліна, О.П. Продан.* – К.: Інститут власності і свободи, 2012. – 124 с.
6. *Іванов Ю. Б., Кравченко Ю. І., Хоменко М. М.* Вступ до бізнесу. – К.: Видавництво «Лібра», 1995. – 252 с.
7. *Кісельов А. П.* Основи бізнесу: Підручник. – К.: Вища шк., 1998. – 191 с.
8. *Круглова Н. Ю.* Основы бизнеса: Учебник для вузов. – М.: Издательство РДЛ, 2003. – 528 с.
9. *Основи бізнесу: Навчальний посібник / Я. С. Ларіна, С. В. Мочерний, В. М. Фомішина, С. І. Чеботар.* – К.: ВЦ «Академія», 2009. – 384 с.

### Додаткова

10. *Александрова М. М., Кірейцев Г. Г., Маслова С. О.* Гроші. Фінанси. Кредит.: Навчально-методичний посібник. – Житомир: ЖГП, 2001. – 312 с.
11. *Александрова М. М.* Страхування: Навчально-методичний посібник. – К.: ЦУЛ, 2002. – 208 с.
12. *Арсеньев Е., Білоусов О., Гірчак О.* та ін. Підприємництво: крок за кроком. – Донецьк, 2005. – Вид. 2-е, перероб. і доп. – 352 с.
13. *Барінов В. А.* Бизнес-планирование. – М.: Инфра-М., 2004. – 272 с.
14. *Бізнес від «А» до «Я»: Довідник / За ред. проф. С. В. Мочерного, О. М. Нагорного.* – Львів: Світ, 1993. – 189 с.
15. *Бойко В. М., Вашиків П. Г.* Бізнес: Словник-довідник. – К.: Україна, 1995. – 157 с.
16. *Бревнов А. А.* Организация частного предприятия в Украине. – Харьков: Одисей, 2004. – 672 с.
17. *Варналій З. С.* Основы підприємництва: Навч. посіб. – К: Знання-Прес, 2002. – 293 с.
18. *Завгородняя А. В., Ямпольская Д. О.* Маркетинговое планирование. – СПб.: Питер, 2002. – 352 с.
19. *Заруба О. Д.* Страхова справа: Підручник. – К.: Товариство «Знання», КОО, 1998. – 321с.
20. *Должанський І. З., Загорна Т. О.* Бізнес-план: технологія розробки: Навч. посіб. 2-ге вид. – К.: ЦУЛ. – 2009. – 384 с.

21. *Мозковий О. Н.* Фондовий ринок України. – К.: УАННП «Фенікс», 1997. – 276 с.

22. *Мочерний С. В., Устиненко О. А., Чоботар С. І.* Основи підприємницької діяльності: Посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2003. – 280 с.

23. *Нечай Н. В.* Нариси з історії оподаткування. – К.: «Вісник податкової служби України», 2002. – 144 с.

24. *Петрук О. М.* Банківська справа: Курс лекцій / За ред. д.е.н., проф. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир: ЖДТУ, 2003. – 456 с.

25. *Пивоваров К. В.* Бизнес-планирование. – Вид. 7-е. – М.: Дашков и К, 2005 – 164 с.

26. *Роберт Ф. Хартли.* Ошибки и успехи в маркетинге. – Москва – Санкт-Петербург – Киев, 2002. – 480 с.

27. *Шваб Л.* Основи підприємництва: Навч. посібник. – К.: Каравела, 2006. – 343 с.

### **Нормативні акти**

28. Конституція України // Відомості Верховної Ради. – 1996. – № 30.

29. Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради. – 2003. – № 18 – 22.

30. Податковий кодекс від 02.12.2010 № 2755-VI // Газета «Голос України» від 04.12.2010 р. – № 229, (№ 229—230)

31. Закон України «Про Антимонопольний комітет України» № 258/95-ВР від 05.07.1995 р.

32. Закон України «Про банки і банківську діяльність» // Відомості Верховної Ради. – 2001. – № 5 – 6.

33. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» // Відомості Верховної Ради. – 1992. – № 31.

34. Закон України «Про господарські товариства» // Відомості Верховної Ради. – 1991. – № 49.

35. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» № 2063-III: Голос України. – 2000. – № 45.

36. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» // Відомості Верховної Ради. – 2003. – № 31 – 32.

37. Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» № 2806-IV // Урядовий кур'єр. – 2005. – № 188.

38. Закон України «Про заходи щодо забезпечення підтримки та дальшого розвитку підприємницької діяльності» № 906/2000 // Урядовий кур'єр. – 2000. – № 133.

39. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» // Відомості Верховної Ради. – 2000. – № 36.

40. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» // Відомості Верховної Ради. – 2006. – № 31.

**Тест на самооцінку придатності до бізнесу**

Оберіть відповіді, які Вам підходять.

1. Ви самі розпочинаєте свої справи?

- а) так, ніхто не повинен мені нагадувати, що я повинен зробити;
- б) я не берусь за справу доти, доки повністю не зрозумію, що саме я маю зробити;
- в) у справах мені потрібен порадник.

2. Як Ви ладите з іншими людьми?

- а) деякі люди дратують мене;
- б) мені подобаються люди і я готовий почати працювати з будь-якою людиною;
- в) зазвичай я спілкуюся лише зі своїми друзями, інші люди мене не цікавлять.

3. Чи можете Ви бути керівником?

- а) так, мені вдається привернути увагу інших людей, і зацікавити їх своєю справою;
- б) ні, я не маю таких здібностей;
- в) я зможу давати іншим накази, якщо мені це дозволять.

4. Чи вмієте Ви відповідати за свої вчинки?

- а) я не заперечую, коли нести відповідальність хоче хтось інший;
- б) я завжди берусь за справу, якщо не несу за неї відповідальності;
- в) мені подобається вести справи і самому відповідати за них.

5. Як Ви організуєте свою роботу?

- а) мені подобається будувати плани на майбутнє;
- б) я займаюсь улюбленою справою доти, доки все йде гладко;
- в) я берусь за справу лише тоді, коли в ній мені все зрозуміло.

6. Як довго Ви можете працювати?

- а) я працюю доти, доки не відчую, що цього досить;
- б) моя працездатність на нулі, якщо робота не була заздалегідь запланована;
- в) я продовжую працювати доти, доки не виконаю роботу до кінця.

7. Чи можете Ви приймати рішення?

- а) так, я швидко приймаю рішення, які часто є вдалими;

- б) я не можу приймати рішення за когось;
- в) так, якщо в мене є багато часу на роздуми.

8. Чи вдається Вам переконувати людей?

- а) так, адже я ніколи не кажу необдуманих речей;
- б) ні, не вдається, в деяких ситуаціях я кажу не зовсім те, що потрібно;
- в) не намагаюся цього робити, адже кожен сам знає, що йому робити.

9. Чи доводите Ви справу до кінця?

- а) зазвичай, справа за яку я беруся, швидко мені набридає і я її залишаю;
- б) так, завжди;
- в) я кидаю розпочату справу, коли у мене щось не виходить.

10. На скільки Ви енергійні?

- а) я ніколи не втомлююся від справ;
- б) часто моя енергія закінчується раніше, ніж це потрібно для справи;
- в) у мене достатньо енергії для багатьох речей, які я планую зробити.

Підсумуємо результати:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	3	1	3	1	3	2	3	3	2	3
Б	1	3	1	2	2	1	1	2	3	1
В	2	2	2	3	1	3	2	1	1	2

**30 – 21 балів** – Ви здатні взятися за свій бізнес і вести успішно справи;

**20 – 16 балів** – Вам слід подумати про партнера, який зможе компенсувати Ваші слабкі сторони;

**15 – 10 балів** – Вам слід подумати про якусь іншу роботу, бізнес – це не Ваша справа в житті.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТУ**

**Кафедра «Економіка підприємств»**

**КОНТРОЛЬНА РОБОТА (РЕФЕРАТ)**

з дисципліни «Основи бізнесу»

Виконав студент групи \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(прізвище, ініціали, підпис)

Шифр \_\_\_\_\_

Перевірив \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
(посада, наукове звання)

\_\_\_\_\_  
(прізвище, ініціали)

**Київ 20\_\_**

*Навчально-методичне видання*

**Вікторія Петрівна Гудкова  
Марія Михайлівна Андрієнко  
Світлана Олександрівна Крищенко  
Ольга Володимирівна Пацьора**

## **ОСНОВИ БІЗНЕСУ**

Методичні вказівки до вивчення курсу «Основи бізнесу»  
для студентів напрямку підготовки 6.030504 «Економіка підприємства»  
денної та заочної форм навчання

Відповідальна за випуск В. П. Гудкова, кандидат економічних наук, доцент

Редактор Н. Щербак  
Макет і верстка В. Полічева

---

Підписано до друку 13. 01. 2011 р. Формат 60x84/16, папір офсетний.  
Друк – на ризографі. Тираж 125 прим. Зам. № 01-2/11

---

Надруковано в Редакційно-видавничому центрі  
Державного економіко-технологічного університету транспорту,  
Свідоцтво про реєстрацію Серія ДК № 3079 від 27. 12. 2007 р.  
03049, м. Київ-49, вул. Миколи Лукашевича, 19