

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 1

## **ЗАТВЕРДЖЕНО**

Науково-методичною радою  
Державного університету  
«Житомирська політехніка»

протокол від \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.  
№\_\_

## **КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

**з навчальної дисципліни**

**«ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ»**

Схвалено на засіданні кафедри  
фінансів та цифрової економіки  
26 серпня 2024 р., протокол № 7  
Завідувач кафедри  
\_\_\_\_\_ Наталія ВИГОВСЬКА

Розробник: к.е.н., доцент кафедри фінансів та цифрової економіки  
МЕЛЬНИК Тетяна

Житомир  
2024 – 2025 н.р.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	<i>Випуск 1</i>	<i>Зміни 0</i>	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 129 / 2</i>

## ЗМІСТ

Вступ

ТЕМА 1. Економічна природа бізнесу і підприємництва.

ТЕМА 2. Підприємство як основна ланка підприємницької діяльності.

ТЕМА 3. Логіка процесу створення власної справи.

ТЕМА 4. Правові засади організації та ведення бізнесу в Україні.

ТЕМА 5. Вибір системи оподаткування бізнесу.

ТЕМА 6. Основи бізнес-планування.

ТЕМА 7. Маркетингове дослідження ринку.

ТЕМА 8. Ділова етика в бізнесі.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 3

## ВСТУП

**1. Метою викладання** навчальної дисципліни «Організація власного бізнесу» є формування у студентів системи теоретичних знань і набуття практичних навичок щодо питань організації і функціонування підприємницької діяльності фізичних осіб та юридичних осіб, а також практичних вмінь і навичок щодо механізму організації власної справи в умовах динамічного конкурентного середовища.

Як навчальна дисципліна «Організація власного бізнесу» формує цілісне бачення майбутніх фахівців щодо сутності та змісту підприємницької діяльності різних суб'єктів господарювання – фізичних та юридичних осіб. Законодавство у сфері підприємницької діяльності відрізняється високим ступенем мінливості, що вимагає від спеціалістів у цій сфері постійної роботи з нормативно-правовими актами, вдосконалення і поглиблення правових знань. Знання та вміння, отриманні при вивченні дисципліни, покликані допомагати здобувачам належним чином будувати правовідносини в конкретних галузях господарювання, а також знаходити правильні рішення в різноманітних організаційно-економічних та правових ситуаціях.

### **2. Основними завданнями курсу є:**

- оволодіння теоретичними та практичними знаннями об'єктивних закономірностей, умов і процесів підприємницької діяльності;
- розкриття сутності правового регулювання бізнесу в сучасних умовах ринкової економіки;
- вивчення основних законодавчих актів, що регулюють підприємницьку діяльність;
- набуття знань щодо організаційно-правових основ створення власної справи;
- розкриття основ оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності;
- оволодіння основними формами роботи щодо інформаційно-аналітичного пошуку законодавчих та нормативно-правових джерел, необхідних для вирішення конкретних питань при здійсненні господарської діяльності, вміння аналітично опрацьовувати здобуті відомості, відповідно їх тлумачити та використовувати у практичній діяльності, спірних господарсько-правових ситуацій.

Після вивчення курсу студенти *повинні знати:*

- теоретичні засади створення власного бізнесу в Україні;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 4

- характеристику організаційно-правових форм підприємництва;
- можливі способи входження в бізнес;
- основні етапи створення власної справи;
- типовий алгоритм бізнес-планування власного бізнесу;
- особливості вибору системи оподаткування та реєстрації платником податків;
- етичні норми підприємницької діяльності.

Після вивчення курсу студенти *повинні вміти*:

- обґрунтувати вибір виду, сфери та організаційно-правової форми власної підприємницької діяльності;
- обґрунтувати вибір системи оподаткування для майбутнього бізнесу;
- формувати пакет документів і реєструвати підприємство;
- розробляти бізнес-план;
- будувати систему комунікацій із зовнішніми контрагентами;
- проводити сегментацію споживачів за різними ознаками.

Під час вивчення навчальної дисципліни здобувачі вищої освіти зможуть отримати додатково наступні *Soft skills*:

- *комунікативні навички*: письмове, вербальне й невербальне спілкування;
- *уміння виступати привселюдно*: навички, необхідні для виступів на публіці; навички проведення презентації;
- *керування часом*: уміння справлятися із завданнями вчасно;
- *особисті якості*: креативне й критичне мислення; етичність, чесність, терпіння, повага до оточуючих;
- *гнучкість і адаптивність*: гнучкість, адаптивність і здатність змінюватися; уміння аналізувати ситуацію, орієнтування на вирішення проблеми.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 5

## ТЕМА 1. ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА БІЗНЕСУ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

- 1.1. Виникнення і розвиток підприємництва.
- 1.2. Поняття та основні ознаки бізнесу.
- 1.3. Сутність, ознаки, функції та принципи підприємництва.
- 1.4. Суб'єкти, об'єкти та види підприємницької діяльності.
- 1.5. Середовище функціонування бізнесу.

### 1. Виникнення і розвиток підприємництва

Історія підприємництва розпочинається ще з середньовіччя. На той час купці, торговці, ремісники були підприємцями-початківцями. Перші спроби систематичного теоретичного осмислення підприємництва почалися у XVII ст., хоча співтовариства підприємців, які склалися з ремісників, купців, лихварів, з'явилися значно раніше.

Появу терміна "підприємець" (від фр. *entrepreneur* – посередник) пов'язують з ім'ям англійського економіста Річарда Кантільйона, який також вперше здійснив наукову інтерпретацію підприємництва як діяльності, пов'язаної з ризиком.

Поняття підприємництва розвивалось, змінюючись відповідно до конкретно – історичних економічних і соціальних умов суспільства.

Як слушно зазначає Ю. Ф. Пачковський, еволюція поглядів на підприємництво і на роль особи підприємця в економічних і соціальних процесах, залежить від конкретно – історичних етапів розвитку суспільства, впроваджень досягнень науково-технічної революції в промисловість, культурних і політичних пріоритетів у соціумі.

За такого підходу, світова історія розвитку підприємництва розглядається як така, що налічує декілька глобальних цілей і завдань, які періодично, поетапно змінювалися після свого здійснення. А отже, з ними змінювалося розуміння суті підприємництва. *На початкових етапах розвитку* світових продуктивних сил в епоху становлення капіталізму вся енергія підприємців (незалежно від національних ознак) була спрямована на створення нової технології виробництва, за допомогою якої можна було збільшити випуск і обсяг збуту продукції, захопити на якийсь час відповідний сектор чи сегмент ринку, а через нарощування масштабів виробництва – отримувати дедалі більшу масу прибутків.

Цей етап розвитку підприємництва – це період первинного нагромадження капіталу, який пов'язаний також із вдалими операціями фінансистів, банкірів, інвесторів. Тут підприємець (особливо в XIX ст.) виступав як особа, яка переміщує ресурси із сфери з низькою у сферу з високою дохідністю. Там, де загострювалася конкурентна боротьба, зростала й активність щодо більш прибуткового розміщення капіталу. Із такої боротьби виростили "герої" капіталізму: американець Дж. Морган ("Морган гаранті траст"), німець Г. Сіменс ("Дойче

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 6

банк"), французи брати Перейр ("Кредит мобільє") та інші, що заклали базу фінансових імперій.

На наступному етапі, з початку ХХ ст. майже всюди основні цілі та завдання підприємців суттєво змінилися. Пріоритетні завдання вже полягали в тому, щоб розробити і вдосконалити механізми масового виробництва, зменшити витрати, знизити собівартість продукції, домігшись при цьому збільшення питомого продукту, рентабельності та конкурентоспроможності. За нових умов успіх підприємництва гарантувала низька ціна на продукцію, зростання кількості реалізованих товарів і маси прибутку. Не меншого значення як чинник економічного успіху набуває раціональна організація виробництва, зокрема в провідних галузях (транспорт, електротехніка, машинобудування, хімічна промисловість), а також модернізація традиційних галузей – текстильної, харчової. Характерною рисою підприємця при цьому уже називають досягнення значних результатів в управлінні виробництвом.

Ситуація змінилася на початку 30–х років. У всьому промислово розвинутому світі вже спостерігався стан насичення (сатурації) попиту на споживчі та інші товари. У цей час в Америці, а потім у Західній Європі, заглядаючи у майбутнє, фірми перенесли пріоритети управління з виробництва на рекламу, добір споживачів, організацію збуту, просування продукції на ринках, на проблеми реалізації, а не власне виробництва.

Наступний етап починається від середини 50–х років, коли ринкова орієнтація фірм ще більше посилюється. Цей новий етап у зарубіжній економічній літературі з менеджменту отримав назву постіндустріальної епохи. Вступ до неї характеризувався досягненням нового, вищого рівня розвитку виробництва та добробуту населення у промислово розвинених країнах Заходу, забезпеченням задоволення потреб у головних умовах фізіологічного існування людини. Епоха масового збуту дозволила досягти комфорту та економічної безпеки існування. На цьому етапі розвитку підприємництва суттєво модифікується співвідношення між інтересами розвитку виробництва та збуту в системі управління.

Сучасне підприємництво швидко адаптується до змін в навколишньому середовищі: у політиці, економіці, суспільстві, технологіях. Без цього підприємець не в змозі забезпечити своє майбутнє. Показником підприємницької діяльності є конкурентоздатність організації, а сама підприємницька поведінка характеризується як енергійна, ризикована, спрямована на максималізацію можливостей.

Як бачимо, на кожному з цих етапів є пріоритетною одна зі складових підприємницької діяльності. На першому – пріоритетною умовою розвитку є

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 7

спрямованість на виробництво і пошуки нових технічних (технологічних) можливостей для досягнення бажаного результату. На другому етапі зростає питома вага нетрадиційних рішень у підприємстві з урахуванням новітніх досягнень у науково-технічній та економічній сферах. Подальший розвиток підприємництва – це врахування специфіки потреб споживачів продукції, послуг, а також більш диференційований підхід до людського чинника. Наступний етап знаменує собою зміщення акцентів на вдосконалення системи управління. Сучасний етап розвитку підприємництва передбачає врахування дедалі зростаючої кількості факторів (політичних, соціальних, етнічних, економічних, психологічних), що мають як безпосередній, так і опосередкований вплив на виробничі процеси. Найбільше цінується здатність підприємців адекватно реагувати на зміни, вміння їх передбачити.

Потреба суспільства у справжньому підприємстві ніколи не знижується. Це проявляється у підтримці малого та середнього підприємства державними структурами, що сьогодні почало проявлятися і в Україні.

Підприємця часто називають бізнесменом. І це, на нашу думку, є вірним. Бізнесмен – це людина, яка має власну справу, яка приносить йому прибуток та є джерелом багатства. Бізнесмен в повному розумінні є, за Адамом Смітом, людина економічна – Homo economicus.

Він може бути торговельним посередником і організатором виробництва, біржовим брокером і банкіром, власником маркетингової, дистрибуторської, консультаційної або будь-якої іншої ділової фірми. Тобто, бізнес – це та сфера діяльності, в якій взаємодіють різноманітні людські здібності, притаманні підприємливим людям.

Багато людей сприймають підприємництво як сукупність рис, які приваблюють зовнішньою стороною: великі гроші, автомобілі модних марок, благодійна діяльність, спонсорство, вартість яких складає мільйони. Що ж стосується внутрішньої сторони підприємництва як особливого виду діяльності, то вона в значній мірі «скрита». Тому підприємець розуміється масовою свідомістю, як правило, спрощено. На наш погляд, саме тому виникають не тільки помилки людей, яких приваблює «красиве» життя, але й багаточисленні деформації в сфері українського підприємництва. Буденна свідомість, поверхнево сприймаючи явища, не має достатніх фактів оточуючої дійсності, для того щоб упевнитися в тому, що індивідуалізм справжнього підприємця соціально зорієнтований, тобто спрямований на користь суспільства.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 8

## 1.2. Поняття та основні ознаки бізнесу

Першочерговим завданням будь-якої управлінської діяльності є з'ясування сутності об'єкта управління, тобто поняття «бізнес». Варто відзначити, що на сьогодні поняття «бізнес» є дискусійним та недостатньо визначеним. Однією з причин такої ситуації є відсутність законодавчого тлумачення поняття «бізнес». Натомість, у нормативній базі визначено близькі за змістовним наповненням поняття «господарська діяльність» та «підприємництво».

Що стосується бізнесу, то у науковій літературі доволі часто можна зустріти ототожнення зазначеного поняття із підприємництвом. Натомість більш детальне дослідження надало можливість виявити 5 основних підходів до співвідношення між цими поняттями:

- бізнес і підприємництво є тотожними поняттями, тобто у даному випадку бізнес тлумачиться на основі визначення підприємництва;
- бізнес є ширшим поняттям, ніж підприємництво. Прихильники такого підходу спираються на англomовне походження поняття «business», яке перекладається як справа, діяльність, тобто носить не лише економічне забарвлення;
- бізнес є ширшим поняттям, ніж підприємництво, оскільки останнє включає лише легальну складову бізнесу. У вітчизняних реаліях поширеними є поняття «нелегальний бізнес», «тіньовий бізнес», натомість підприємництво включає лише легальну та зареєстровану діяльність;
- підприємництво носить інноваційний характер. Згідно з даним підходом, підприємству властивий інноваційний підхід, пошук нових шляхів та засобів вирішення існуючих проблем, впровадження нових та радикально нових ідей у діяльність. У свою чергу, бізнес спрямований на використання та масштабування ідей, які вже існують, з метою одержання прибутку;
- бізнес є ширшим поняттям, оскільки, крім власне підприємницької діяльності, включає систему ділових комунікацій із стейкхолдерами (зацікавленими особами).

З урахуванням того, що бізнес завжди пов'язаний з людьми (в першу чергу, споживачами), у рамках даного підручника будемо дотримуватися останнього підходу.

Отже, **бізнес** – це підприємницька діяльність економічних суб'єктів, а також система їх ділових відносин із компонентами зовнішнього середовища. Відтак, вважаємо, що бізнес є дещо ширшим поняттям, ніж підприємницька діяльність, адже включає систему ділових комунікацій із суб'єктами зовнішнього середовища (постачальниками, споживачами, державою тощо) [6, с. 393].

***Бізнес-діяльність має ряд характерних ознак, що її визначають:***



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 9

- орієнтація на одержання прибутку – основною метою бізнесу є одержання прибутку від діяльності;
- орієнтація на споживача – в основі будь-якого бізнесу знаходяться незадоволені потреби споживачів, відтак, успішний бізнес завжди орієнтований на визначення, управління та задоволення потреб споживачів;
- самостійність – особа самостійно приймає рішення щодо започаткування, ведення або припинення бізнесу, самостійно обирає вид діяльності (у межах чинного законодавства);
- ініціативність – бізнес завжди передбачає активну позицію, рух вперед для розвитку, задоволення потреб та одержання прибутку, прояв особистої та колективної ініціативи щодо впровадження нових ідей та розширення напрямів діяльності;
- готовність йти на ризик – однією з визначальних рис бізнесмена є розуміння ризику та готовність його приймати. Бізнес завжди пов'язаний з певним ризиком тому, започаткувавши власну справу, особа повинна розуміти та приймати ймовірність настання несприятливої ситуації та втрати свого майна;
- вміння будувати систему ділових комунікацій – будь-який бізнес передбачає взаємодію зі споживачами, постачальниками, органами державної влади та іншими суб'єктами, відтак, вміння побудувати ефективну систему ділових комунікацій знаходиться в основі успішного бізнесу;
- стратегічність мислення – передбачає можливість розробляти перспективні плани діяльності, визначати і оцінювати наслідки реалізації управлінських рішень у довгостроковій перспективі.

Таким чином, бізнес являє собою комплексне економічне явище, якому притаманні визначені ознаки.

Бізнес характеризується відповідними об'єктом та суб'єктами.

**Об'єктом бізнесу** є будь-яка продукція, роботи та / або послуги, що складають основу бізнес-діяльності та спрямовані на задоволення потреб споживачів. Суб'єктами бізнес-відносин, у свою чергу, можуть бути:

- підприємці та їхні колективи – формують основу бізнес-відносин, оскільки виступають носієм ініціативи, тобто їхнє прагнення отримати прибуток (або дохід) виступає рушійною силою розвитку бізнесу;
- споживачі – відображають цільову орієнтацію бізнесу, оскільки будь-яка бізнес-ідея ґрунтується на незадоволених потребах споживачів;
- постачальники ресурсів – формують ресурсне забезпечення бізнес-діяльності.;
- державні та місцеві органи влади – характеризуються подвійною роллю. З одного боку, органи влади є безпосереднім учасником бізнес-відносин як

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 10

замовник (зокрема, через систему тендерів); а з іншого – виступають регулятором, встановлюючи «правила гри» на ринку.

**Залежно від об'єкта діяльності виділяють наступні види бізнесу:**

- виробничий – орієнтований на виробництво певної продукції;
- комерційний – заснований на торговельно-обмінних операціях;
- посередницький – передбачає пошук та забезпечення комунікації зацікавлених сторін у різних сферах діяльності;
- фінансовий – базується на наданні фінансових послуг;
- інформаційний – заснований на доступі до інформації та наданні різного роду інформаційних послуг;
- консультативний – полягає у наданні консультацій з визначеного кола питань;
- інноваційний – передбачає генерування та впровадження інноваційних ідей і проектів.

Думка про те, що бізнесу можна навчитися, є дискусійною. В результаті навчання можна отримати лише інформацію. У свою чергу, бізнес, як і будь-який творчий процес – це система знань. Інформація для знання є лише сировиною, яку треба переробити для отримання результату. Творчість, тобто спрямованість на отримання чогось нового, є найголовнішим у бізнесі. Можна бути глибоко обізнаним на методах ведення бізнесу, вміти читати баланс, знати про методи впровадження продукту на ринок, але без бізнес-ідей, народжених творчою думкою цей бізнес буде мертвим. Він буде стояти на одному місці. І тільки тоді, коли діло засновано на ідеях, або народжує нові ідеї, у підприємництва з'являються перспективи зростання та одержання прибутку.

Бізнес – це будь-який вид безпосередньої діяльності з метою отримання прибутку. Він передбачає залучення власних засобів або опосередковану участь у такій діяльності через вкладення у справу власного капіталу. У бізнесі не обов'язкове безпосереднє керівництво, можлива тільки форма участі (наприклад, через деякі засоби, гроші тощо). Ось чому служба у державних установах, робота за наймом у компанії не є бізнесом, але володіння акціями компанії або робота на власному підприємстві – це бізнес.

Ринок є стимулом розвитку бізнесу, а дефіцит ресурсів – його межею. На ринку суб'єкти господарської діяльності взаємодіють то в якості виробника, то – споживача.

Ринок встановлює ціни і визначає обсяг виробництва. Так вирішується питання «що, як і скільки треба виробляти?». Питання «що виробляти» вирішується через гроші споживача товару або послуги; «як виробляти» –

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 11

шляхом конкурентної боротьби між виробниками; «скільки виробляти» – через співвідношення попиту та пропозиції.

### 3. Сутність, ознаки, функції та принципи підприємництва

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

**Під господарською діяльністю** у Господарському Кодексі розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

Господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є підприємництвом, а суб'єкти підприємництва – підприємцями. Господарська діяльність може здійснюватись і без мети одержання прибутку (некомерційна господарська діяльність). (Стаття 3. Господарська діяльність та господарські відносини)

**Підприємництво** – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. (Ст. 42. Підприємництво як вид господарської діяльності)

#### Принципи підприємницької діяльності

1. Підприємництво здійснюється на основі:
  - вільного вибору підприємцем видів підприємницької діяльності;
  - самостійного формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;
  - вільного найму підприємцем працівників;
  - комерційного розрахунку та власного комерційного ризику;
  - вільного розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;
  - самостійного здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

**Основними мотивами підприємницької діяльності є:**

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 12

- бажання бути незалежним в матеріальному відношенні від інших людей;
- бажання на свій розсуд розпоряджатися власним часом;
- потреба самотійно визначати рівень винагороди за свою працю;
- бажання самореалізації та отримання визнання з боку оточуючих;
- турбота про майбутнє своїх дітей.

Таким чином, в основі успіху підприємницької діяльності лежить орієнтація на ринковий попит та задоволення потреб споживачів з метою отримання прибутку.

Підприємництво як певний стиль і тип господарської поведінки має такі **характерні риси:**

- мобільність, гнучкість, динамічність;
- цілеспрямованість і настирливість у здійсненні бізнесу;
- ініціативність, творче ставлення до справи та підприємливість;
- пошук нетрадиційних рішень, нових дій у сфері бізнесу;
- готовність до ризику та вміння ним управляти;
- комунікативний характер діяльності;
- оперативність рішень та дій;
- орієнтація на потреби споживачів, їх поведінку на ринку;
- дотримання морально-етичних принципів та ділового етикету.

**Сутність підприємництва повніше розкривається через його функції:**

- ресурсна – мобілізація внутрішніх та зовнішніх ресурсів (фінансових, трудових, матеріальних, природних тощо) для ефективного функціонування;
- інноваційна (творча) – сприяння процесу генерування та комерціалізації нових ідей, здійснення дослідно-конструкторських розробок, створення нових товарів, надання нових робіт тощо;
- організаційна – пов'язана з матеріально-технічним забезпеченням виробництва, налагодженням технологічного процесу, організацією комерційної діяльності, сервісу, а також впровадженням нових форм та методів організації виробництва, нових форм заробітної плати та їх оптимальна інтеграція з традиційними формами;
- стимулююча – функція полягає у формуванні механізму, що мотивує і ефективно використовувати ресурси, і максимально задовольняти потреби споживачів;
- господарська – найбільш ефективне використання трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних та інформаційних ресурсів;
- управлінська – пов'язана з механізмом управління персоналом та підприємством в цілому;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 13

- соціальна – виготовлення товарів та послуг, які необхідні суспільству;  
- особистісна – самореалізація підприємця як особистості через досягнення власної мети, отримання задоволення від своєї роботи;

- захисна – передбачає систему захисту прав та інтересів підприємців, створення сприятливих умов функціонування бізнесу, усунення існуючих проблем на макрорівні. Це здійснюється на основі співробітництва підприємців та їх об'єднань з державними органами влади та управління, міжнародними організаціями, фондами, проектами для забезпечення сталого розвитку підприємництва;

- інші функції – ведення обліку, маркетингові дослідження, наукові дослідження тощо.

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

#### 4. Суб'єкти, об'єкти та види підприємницької діяльності

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

**Суб'єктами господарювання** визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством.

##### Суб'єктами господарювання є:

1) господарські організації – юридичні особи, створені відповідно до [Цивільного кодексу України](#), державні, комунальні та інші підприємства, створені відповідно до Господарського Кодексу, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку;

2) громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці.

*Юридична особа* – це носій майнових прав і обов'язків. Вона займається підприємницькою діяльністю; існує незалежно від осіб, які входять до її складу; несе самостійну майнову відповідальність за зобов'язанням, яке бере на себе.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 14

Майно юридичної особи відокремлюється від особистого майна її членів.

*Громадянин України* визнається суб'єктом господарювання у разі здійснення ним підприємницької діяльності за умови державної реєстрації його як підприємця без статусу юридичної особи.

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

*Фізичні особи* – це індивідуальні підприємці, правовий стан яких регулюється відповідними законами, за якими вони наділяються правоздатністю та дієздатністю: право здійснювати юридичні акти (укладання угод), брати на себе зобов'язання, нести майнову та іншу відповідальність. Індивідуальний підприємець може бути власником капіталу, вкладеного у конкретне майно; мати право володіння, розпорядження, користування, тобто виступати як одноосібний володар та управляючий майном, яке він вкладає в організацію господарського процесу, залучаючи для цього необхідні матеріально-технічні, фінансові, трудові, інтелектуальні та інші ресурси.

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

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

***Суб'єкт підприємницької діяльності має такі права:***

- ✓ без обмежень самотійно здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, яку не заборонено законом;
- ✓ укладати договори з іншими суб'єктами господарювання;
- ✓ відкривати банківський рахунок;
- ✓ створювати спілки, асоціації а інші громадські об'єднання;
- ✓ укладати з громадянами трудові договори (контракти, угоди) щодо

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 15

використання їх праці;

✓ користуватись послугами системи соціального забезпечення та соціального страхування;

✓ відкривати свої філії, представництва, проводити реорганізацію і ліквідацію підприємства за рішенням власника;

✓ одержувати інформацію про результати інспектування і перевірок його діяльності;

✓ оскаржувати у суді неправомірні дії громадян, юридичних осіб та органів державної влади.

При укладанні трудового договору (контракту, угоди) підприємець зобов'язаний забезпечити соціальні гарантії щодо найманих працівників:

- належні та безпечні умови праці;
- оплату праці не нижчу від визначеної законом та її своєчасне одержання працівниками;

- соціальне й медичне страхування та соціальне забезпечення відповідно до законодавства України та інші соціальні гарантії.

Усі суб'єкти підприємницької діяльності, відокремлені підрозділи юридичних осіб, виділені на окремий баланс, зобов'язані вести облік результатів своєї роботи, складати та подавати статистичну інформацію і фінансову звітність.

Підприємці зобов'язані не завдавати шкоди довкіллю, не порушувати права та законні інтереси громадян і їх об'єднань, інших суб'єктів господарювання, установ, організацій, права місцевого самоврядування і держави.

За завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законодавством відповідальність.

Фізична особа-підприємець несе відповідно до чинного законодавства України наступні *види відповідальності*:

- цивільно-правову (матеріальну). Всім своїм майном на яке може бути накладене стягнення в судовому порядку;

- адміністративну (штраф);

- кримінальну (штраф, обмеження свободи, позбавлення волі).

**Об'єкти підприємницької діяльності** – це все те, що виступає предметом купівлі-продажу на ринку. Підприємець самостійно визначає, які саме об'єкти йому потрібні для створення власної справи, забезпечення нормального функціонування підприємства з урахуванням виду господарської діяльності, цілей та стратегій, фінансових можливостей, характеру комерційних відносин з іншими суб'єктами ринку.

Підприємницька діяльність різноманітна, як і людські потреби. Всі численні

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 16

прояви підприємництва можна згрупувати таким чином: виробниче підприємництво, комерційне підприємництво, посередницьке підприємництво, фінансове підприємництво (в тому числі страхове підприємництво).

### **Види підприємницької діяльності:**

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

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

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

**Консультативне підприємництво** – консалтингові послуги в сфері загального управління, адміністрування, кадрового управління, фінансового управління, маркетингу, інформаційних технологій інші спеціалізовані консалтингові послуги.

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



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 17

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

## 5. Середовище функціонування бізнесу

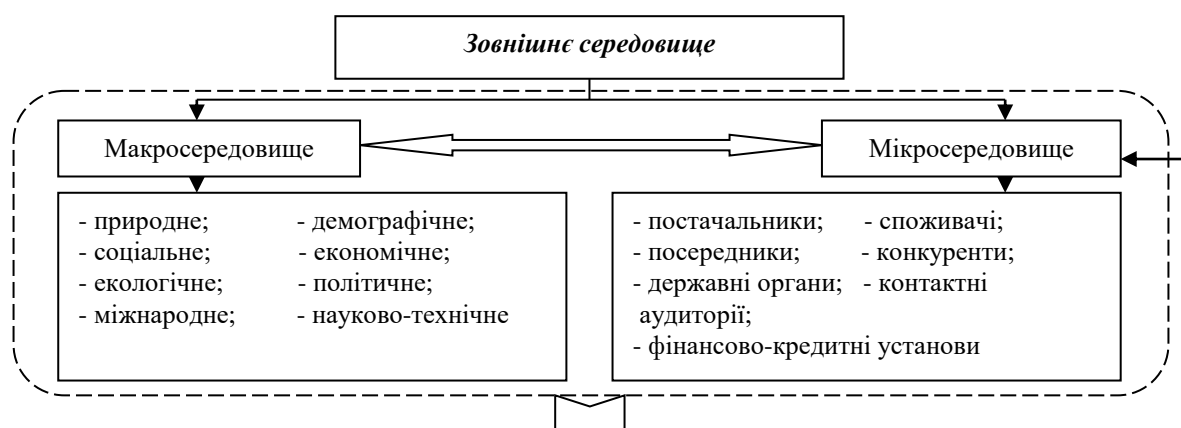
Жоден бізнес не може існувати ізолювано від середовища, яке його оточує та визначає умови функціонування. Саме середовище є джерелом ресурсів для провадження будь-якої діяльності, визначає особливості збуту продукції та інші чинники впливу. Саме тому розуміння факторів та характеристик того середовища, у якому функціонує бізнес, є важливим з точки зору побудови ділових комунікацій, як наслідок – забезпечення ефективності бізнес-діяльності.

**Зовнішнє середовище** по своїй суті є сукупністю чинників різного характеру та спрямування, що впливають на функціонування бізнесу та знаходяться поза зоною прямого впливу керівництва суб'єкта бізнесу. Іншими словами, це сукупність факторів впливу на діяльність, що знаходяться поза організацією та щодо яких не існують взагалі або існують обмежені можливості впливу.

Дослідження, аналіз та врахування впливу факторів зовнішнього середовища лежать в основі розробки будь-яких планів створення та розвитку бізнесу, визначають рівень привабливості тієї або іншої галузі.

Важливість дослідження та організації взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем важко переоцінити, оскільки середовище функціонування суб'єкта підприємництва є джерелом не тільки усіх видів його ресурсів, але й конструктивних і деструктивних впливів.

Взаємозв'язок між процесом формування цілей розвитку підприємства та факторами зовнішнього середовища найбільш вдало, на нашу думку, відобразив вітчизняний дослідник І. Р. Бузько (рис. 1.1).



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 18

### Рис. 1.1. Взаємозв'язок факторів зовнішнього середовища та процесу формування пріоритетів підприємства

На основі узагальнення поглядів вітчизняних і зарубіжних науковців виділимо основні, на нашу думку, характеристики зовнішнього середовища:

- 1) взаємозв'язок та взаємообумовленість факторів – характеризує силу, з якою зміна одного або декількох факторів середовища впливає на всі інші чинники;
- 2) складність – визначає кількість факторів і чинників, що характеризують середовище підприємства, а також ступінь варіативності кожного фактора;
- 3) рухливість середовища – це швидкість змін, що протікають у середовищі функціонування підприємства;
- 4) невизначеність зовнішнього середовища є похідною від тієї кількості інформації, яку має у своєму розпорядженні організація з приводу конкретного явища, а також рівня впевненості у достовірності цієї інформації;
- 5) передбачуваність – характеризує можливості спрогнозувати стан окремих складових зовнішнього середовища, а також їх сукупності в цілому;
- 6) керованість – відображає здатність до цілеспрямованого впливу на стан елементів середовища;
- 7) альтернативність варіантів розвитку середовища – визначає наявність певної кількості варіантів зміни факторів, що зумовлює здатність підприємства з деякою ймовірністю прогнозувати дію чинників у різних періодах.

З точки зору дослідження факторів зовнішнього середовища, важливою є його структуризація. Загальноприйнятим є поділ зовнішнього середовища на макросередовище та мікросередовище з огляду на можливості формування цілеспрямованого впливу на його чинники.

**Макросередовище** включає сукупність факторів, які впливають на функціонування бізнесу, водночас, знаходяться поза зоною управлінського впливу керівництва суб'єкта бізнесу.

Найбільш детально стан зовнішнього середовища можна проаналізувати, виділяючи наступні групи факторів:

1. *Економічні* – відображають механізм формування та розподілу ресурсів у

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 19

системі господарських зв'язків країни. До економічних відносяться такі чинники, як характер та особливості економічних процесів; система оподаткування та економічне законодавство; підтримка окремих галузей; динаміка ринку; інвестиційні та фондові процеси; характер конкурентних відносин; грошово-кредитна політика тощо.

2. *Політичні* – відображають загальний стан політичних процесів у країні. Основними політико-інституційними факторами є: стабільність уряду; ступінь державного втручання та регламентації економічних процесів; особливості адміністрування державного майна; рівень правової захищеності; провадження політики протекціонізму; міжнародна політика, імідж країни у світі; наявність корупції у державних структурах; показник економічної свободи країни тощо.

3. *Структурні* – відображають стан, характер і динаміку розвитку окремих галузей економіки.

4. *Науково-технічні* – характеризують стан розвитку науки та технології і відображають можливості підприємств щодо вдосконалення та модернізації. Ключовими чинниками даного компоненту є: «технологічні прориви»; характер «життєвого циклу» технологій; рівень науково-технічного розвитку країни в цілому та окремих галузей зокрема тощо.

5. *Природно-екологічні* – відображають стан навколишнього середовища та його вплив на діяльність підприємства. Основними природно-екологічними факторами вважаються: природно-кліматичні умови; наявність та розміщення природних ресурсів; стан екології; екологічне законодавство тощо.

6. *Фактори ресурсного забезпечення* – характеризують структурні співвідношення між національними та імпорними ресурсами, структуру експорту та імпорту ресурсів.

7. *Соціально-культурні* – відображають чисельність населення, його структуру, риси та характерні особливості (менталітет, звичаї, уподобання тощо). До цього ж компоненту зазвичай відносять діяльність профспілок.

8. *Фактори несподіванок стратегічного характеру*. Такі «несподіванки», тобто неочікувані зміни зовнішнього середовища, є особливістю, об'єктивно властивою середовищу певної країни, водночас, вони є функцією від наявності інформації.

9. *Міжнародні* – характеризують місце країни у міжнародних господарських зв'язках, поділі праці, спеціалізації тощо. Є похідною функцією від міжнародної політики уряду.

Іншою складовою зовнішнього середовища є *мікросередовище* – сукупність факторів, що знаходяться поза організацією, та щодо яких керівництво бізнесу має можливості обмеженого впливу шляхом встановлення ефективних

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 20

комунікацій. Найбільш поширеним на сьогодні підходом до визначення факторів мікросередовища є *запропонована М. Портером модель 5 сил*.

Згідно із зазначеною моделлю фактори мікросередовища доцільно поділити на 5 основних груп.

**1. Наявний рівень конкуренції в галузі** – визначає кількість існуючих конкурентів у певній галузі, характер та силу конкуренції, можливості окремих суб'єктів ринку впливати на поточну ринкову ситуацію. Інтенсивність наявної конкуренції формується, в основному, під впливом 4 ключових факторів: рівня попиту, структури галузі, рівня витрат на виробництво та бар'єрів виходу.

**2. Загроза появи нових конкурентів** – визначає можливості до входження на ринок інших суб'єктів бізнесу, які наразі не функціонують у визначеній галузі, проте можуть це зробити, чим підсилять рівень існуючої конкуренції у галузі. Загроза появи нових конкурентів, зазвичай, визначається вхідними бар'єрами визначеної галузі.

**3. Ринкова сила постачальників** – визначає можливості постачальників ресурсів впливати на умови функціонування бізнесу. Чим менше постачальників та чим більш унікальними є пропоновані ними ресурси, тим потенційно вищою є ринкова сила постачальників та тим сильніше вони визначають умови функціонування бізнесу.

**4. Ринкова сила покупців** – характеризує можливості споживачів щодо встановлення умов збуту продукції бізнесу. Аналогічно до попередньої групи чинників, чим меншою є кількість потенційних покупців, тим ширшими є їхні можливості до впливу на ціну продукції, порядок її постачання тощо.

**5. Наявність товарів-субститутів** (замінників) – характеризує наявність продукції інших галузей економіки, яка спрямована на задоволення тих самих потреб (наприклад, газовані напої та соки). Чим більшою є кількість товарів-замінників, тим інтенсивнішою є боротьба бізнесу за свого споживача.

Відмінною рисою факторів мікросередовища є наявність обмежених можливостей впливу керівництва суб'єкта бізнесу на зазначені чинники. Наприклад, не можна змусити споживача купувати конкретну продукцію, проте можна знайти інші ринки збуту, активізувати політику просування продукції та комунікаційну політику тощо. Аналогічно, можливим є пошук постачальників з більш вигідними пропозиціями, перехід в іншу ринкову нішу або взаємодія з конкурентами.

Порядок проведення аналізу мікросередовища за моделлю 5 сил М. Портера в цілому схожий до порядку проведення PEST-аналізу. Зокрема, передбачається

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 21

формування експертної групи, ідентифікація та поділ факторів мікросередовища за визначеними групами, оцінювання характеру та сили їхнього впливу. Відповідно, недоліками є також високий рівень суб'єктивізму оцінок та високі вимоги до рівня кваліфікації та поінформованості потенційних експертів.

Умови сьогодення характеризуються високим рівнем складності та динамізму, водночас, жоден бізнес не може функціонувати та розвиватися без врахування відповідних зовнішніх умов. Кінець ХХ – початок ХХІ ст. відзначаються вагомими змінами суспільно-економічних відносин, що, у свою чергу, накладає відбиток на умови функціонування бізнесу. Основними тенденціями, що визначають умови функціонування вітчизняного бізнесу на сьогодні, є наступні:

- ✓ глобалізація;
- ✓ загострення конкурентної боротьби;
- ✓ інформатизація економічних відносин;
- ✓ персоніфікація споживчих запитів та зростання ринкової сили споживачів;
- ✓ зростання темпів науково-технічного прогресу;
- ✓ прискорення темпів змін зовнішнього середовища;
- ✓ пандемія короно вірусу;
- ✓ зростання ролі людського чинника.

Розглянемо більш детально зазначені тенденції.

Однією з ключових тенденцій, що формує найбільш вагомий вплив на умови функціонування бізнесу, є **глобалізація**, яка проявляється у зростанні кількості та якості взаємозв'язків між економіками різних країн та посиленні світових інтеграційних процесів. Глобалізація, у свою чергу, також характеризується декількома основними проявами.

Одним з основних наслідків глобалізації є доступ до світових ринків та участь у світових економічних процесах. За даними Державної служби статистики України<sup>1</sup>, у січні-жовтні 2018 р. Україна здійснювала зовнішню торгівлю товарами з 164 країнами та залежними територіями світу. Такий доступ до зовнішніх ринків значно розширює можливості бізнесу з точки зору експорту товарів з одного боку та посилює конкурентні сили з точки зору імпорту закордонних товарів з іншого боку.

Наступним проявом глобалізації є вплив світових кризових процесів. Для прикладу досить згадати світову фінансову кризу 2007-2009 рр., яка розпочалася з банкрутства декількох вагомих фінансових установ США та в результаті вплинула майже на весь світ, враховуючи й Україну. Відтак, результатом

<sup>1</sup> Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 22

глобалізації та відкритості вітчизняної економіки є зростання її вразливості до зовнішніх негативних впливів.

Важливою для вітчизняного бізнесу є участь у міжнародних організаціях, що відкриває можливості до міжнародної підтримки, пільгового фінансування, доступу до ринків тощо. Станом на 01.01.2019 р. Україна є членом 80 міжнародних організацій<sup>2</sup> від загальносвітового рівня (наприклад, ООН, СОТ, МВФ тощо) до галузевих об'єднань (наприклад, Всесвітня організація охорони здоров'я, Всесвітній поштовий союз, Всесвітня метеорологічна організація тощо).

Результатом глобалізації є формування світового іміджу країни, що впливає, у свою чергу, на інвестиційну привабливість як країни в цілому, так і окремих бізнес-одиниць, доступ до пільгових кредитних ресурсів, можливості співробітництва. Наприклад, за Індексом економічної свободи Україна у 2018 р. посідає 147 місце зі 180 можливих<sup>3</sup>, за Глобальним Індексом конкурентоспроможності – 83 місце зі 140 можливих<sup>4</sup>, за Індексом легкості ведення бізнесу DoingBusiness – 76 місце зі 190 можливих<sup>5</sup>, за індексом сприйняття корупції – 120 місце зі 180 можливих<sup>6</sup>. Місце країни у зазначених та інших світових рейтингах формує значний вплив на її привабливість в очах потенційних іноземних інвесторів, визначає можливості до залучення додаткових фінансових ресурсів.

Наступною, не менш вагомою, тенденцією, що значно впливає на умови функціонування бізнесу, є **загострення конкурентної боротьби**. Вагомими причинами такої тенденції є відкритість економіки країни та процес глобалізації, що позначаються у зростанні кількості імпортованих товарів на вітчизняному ринку. Іншою причиною є зниження платоспроможного попиту населення, що, у свою чергу, стимулює змагання виробників за кожного споживача. Вплив зазначеної тенденції обумовлює необхідність пошуку дієвих засобів цінової та нецінової конкуренції для забезпечення виживання бізнесу.

**Інформатизація економічних відносин** характеризується двома проявами. По-перше, це зростання ролі соціальних мереж, що, у свою чергу, визначає необхідність модифікації засобів просування продукції та каналів комунікації зі споживачем. Іншим проявом є діджиталізація економічних відносин, тобто

<sup>2</sup>Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/international-organizations/io-register>.

<sup>3</sup>Index of economic freedom 2018 [Electronic resource] / The Heritage Foundation. – Access mode: <https://www.heritage.org/index/ranking>.

<sup>4</sup>The Global Competitiveness Report 2018 [Electronic resource] / World Economic Forum. – Access mode: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/competitiveness-rankings>.

<sup>5</sup>Doing Business [Electronic resource] / International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. – Access mode: <http://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf>.

<sup>6</sup>Індекс сприйняття корупції-2018 [Електронний ресурс] / Transparency International Ukraine. – Режим доступу: <http://cpi.ti-ukraine.org/#/>.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 23

розвиток цифрової економіки. Зокрема, це позначається у зростанні обсягів торгівлі з використанням мережі Інтернет, обсягів грошового обороту з використанням цифрових технологій, розвитку криптовалют тощо. Підтвердженням вагомості зазначеної тенденції є схвалення Кабінетом Міністрів України Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 рр. (розпорядження № 67-р від 17.01.2018 р.).

**Персоніфікація споживчих запитів** обумовлена розвитком технологій та удосконаленням виробництва. Якщо раніше в економіці домінував підхід, за яким необхідно було виробити максимальну кількість стандартизованої продукції з нижчими, ніж у конкурентів, витратами та цінами, то сьогодні споживач погоджується платити вищу ціну за індивідуальний підхід, ексклюзивність товару тощо. Відтак, виграє той виробник, який запропонує унікальний, відмінний від інших, адаптований до потреб споживача продукт. Іншою складовою даної тенденції є доступ споживачів за рахунок цифрових технологій та мережі Інтернет до значної кількості товарів по усьому світу, тобто нівелюється фактор географічної обмеженості ринку. Крім того, широкий доступ до інформації збільшив можливості споживачів до вибору, відтак, зросла їхня **ринкова сила**.

**Зростання темпів науково-технічного прогресу** особливо сильну роль відіграє у технологічних галузях. Швидкість розробки та впровадження нових технологій у масове виробництво значно зросли останнім часом, що визначає необхідність застосування інноваційного підходу в управлінні.

Важливою тенденцією, яка є похідною від усіх вище зазначених, є **прискорення темпів змін зовнішнього середовища**. Якщо 30-50 років тому бізнес функціонував у відносно прогнозованих та стабільних умовах, то на сьогодні фактори зовнішнього середовища характеризуються високим динамізмом внаслідок зростання їх кількості та складності. Відтак, без розуміння ролі зовнішнього середовища, відстежування зміни його факторів та адаптації до нових умов функціонування бізнесу є значно ускладненим.

**Зростання ролі людського чинника** обумовлено розвитком конкурентної боротьби. На сьогодні персонал підприємства з притаманними йому характеристиками, рівнем кваліфікації та професійної майстерності формує одну з найбільш вагомих конкурентних переваг бізнесу, яку складніше відтворити, ніж техніко-технологічні складові. Саме персонал виступає джерелом ідей для еволюційного розвитку, формування принципово нових технологій та підходів до організації бізнес-процесів.

### Список використаних джерел:

1. Орлова К.Є. Управління бізнесом : підручник [Електронне видання].

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 24

Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2019. 319 с. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7528/Управління%20бізнесом.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

2. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навч. посібник. Одеса : ФОП «Бондаренко М.О.». 2018. 305 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7148/1/Основи%20бізнесу.pdf>.

3. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. 2021. 108 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytstva.pdf>.

4. Ємець О.І. Основи підприємництва : навчальний посібник. Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2012. 147 с.

5. Господарський Кодекс України.



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 25

## ТЕМА 2. ПІДПРИЄМСТВО ЯК ОСНОВНА ЛАНКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Поняття і характерні риси підприємства, основні напрямки його діяльності.

2.2. Види та об'єднання підприємств, їх характеристика.

2.3. Поняття господарського товариства та їх види.

### 2.1. Поняття і характерні риси підприємства, основні напрямки його діяльності.

Економічну діяльність можуть здійснювати різноманітні суб'єкти – окремі особи, сім'ї, об'єднання людей, держава тощо, але головні виробничі функції в економіці пов'язані з підприємством.

В умовах ринкових відносин підприємництво являє собою організацією власного суб'єкта господарювання, центр економічної діяльності якого переміщується до основної ланки всієї економіки – підприємства. Саме на цьому рівні створюється потрібна суспільству продукція, виконуються роботи та надаються необхідні послуги, вирішуються питання економного витрачання ресурсів, застосування високопродуктивної техніки і технології. На підприємстві досягають мінімізації витрат виробництва та реалізації продукції. Розробляються бізнес-плани, застосовується маркетинг та здійснюється ефективне управління.

Усе це вимагає глибоких економічних знань. В умовах ринкової економіки виживатиме лише той, хто найбільш грамотно та компетентно визначить вимоги ринку, створить й організує виробництво продукції, на яку є попит і забезпечить високим доходом висококваліфікованих працівників.

Відповідно до Господарського кодексу України (ст. 62) **підприємство** – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної та іншої господарської діяльності.

Підприємства можуть створюватись як для здійснення підприємництва, так і для некомерційної господарської діяльності.

Підприємство є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків та може мати печатки (ст. 62 ГКУ).

Основними ознаками підприємства є:

- виробничо-технічна єдність, яка визначається спільністю призначення продукції (робіт, послуг) або спільного процесу її виробництва;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 26

- економічна єдність, що проявляється в єдності плану, обліку, спільності матеріальних, технічних і фінансових ресурсів, економічних результатів роботи та єдиної системи стимулювання;

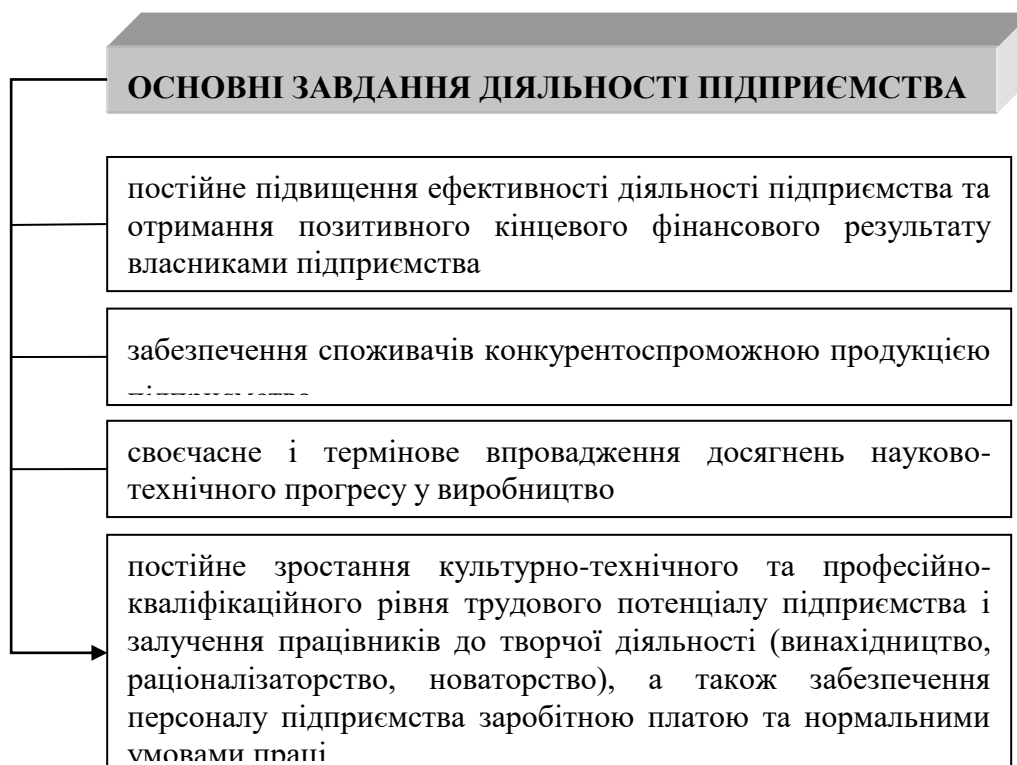
- організаційна єдність, яка передбачає наявність єдиного колективу, єдиного апарату управління і єдиної системи щодо управління виробництвом, загальної системи їх обслуговування, що визначає спільну відповідальність за здійснену діяльність.

Відповідно до ст. 64 ГКУ, підприємство має право створювати філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, погоджуючи питання про розміщення таких підрозділів підприємства з відповідними органами місцевого самоврядування в установленому законодавством порядку. Такі відокремлені підрозділи не мають статусу юридичної особи і діють на основі положення про них, затвердженого підприємством. Підприємства можуть відкривати рахунки в установах банків через свої відокремлені підрозділи відповідно до закону.

У практиці господарювання кожне підприємство представляє собою складну економічну систему, що здійснює багато видів діяльності. Як відомо, основною ціллю діяльності підприємства є забезпечення потреби суспільства щодо товарів, робіт і послуг відповідно асортименту та відповідної якості.

Досягнення основної цілі підприємства вимагає вирішення наступних завдань, які визначаються: інтересами власника; розмірами капіталу; ситуацією всередині підприємства (внутрішнє середовище); зовнішнім середовищем (рис. 2.1).

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 27

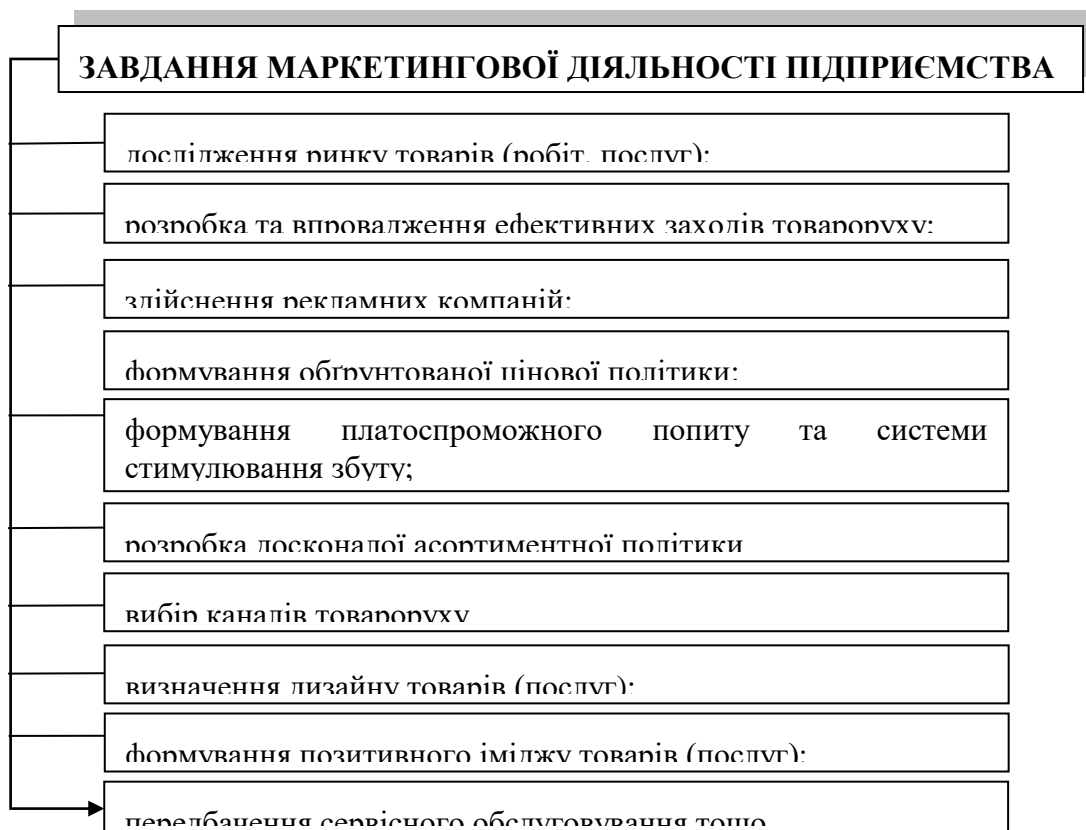


**Рис. 2.1. Основні завдання діяльності підприємства**

Для досягнення основних завдань підприємства здійснюють різні види діяльності:

- **маркетингова діяльність** – процес організації виробництва і збуту продукції, орієнтований на задоволення потреб окремих споживачів і отримання прибутку на основі дослідження і прогнозування ринку, вивчення внутрішнього та зовнішнього ринкового середовища, розробки стратегії і тактики поведінки на ринку за допомогою маркетингових послуг (рис. 2.2);

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 28

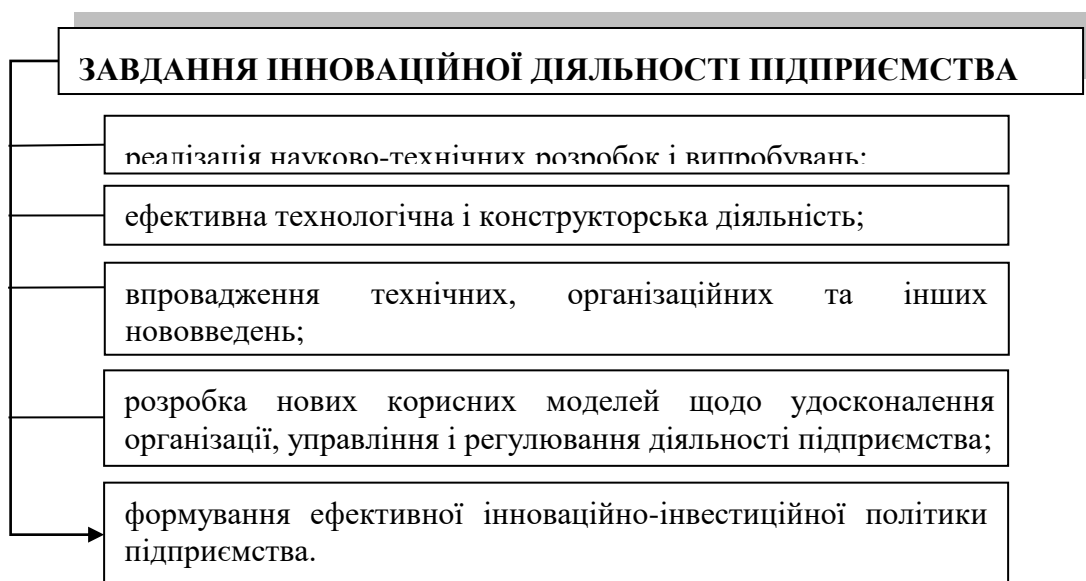


**Рис. 2.2. Завдання маркетингової діяльності підприємства**

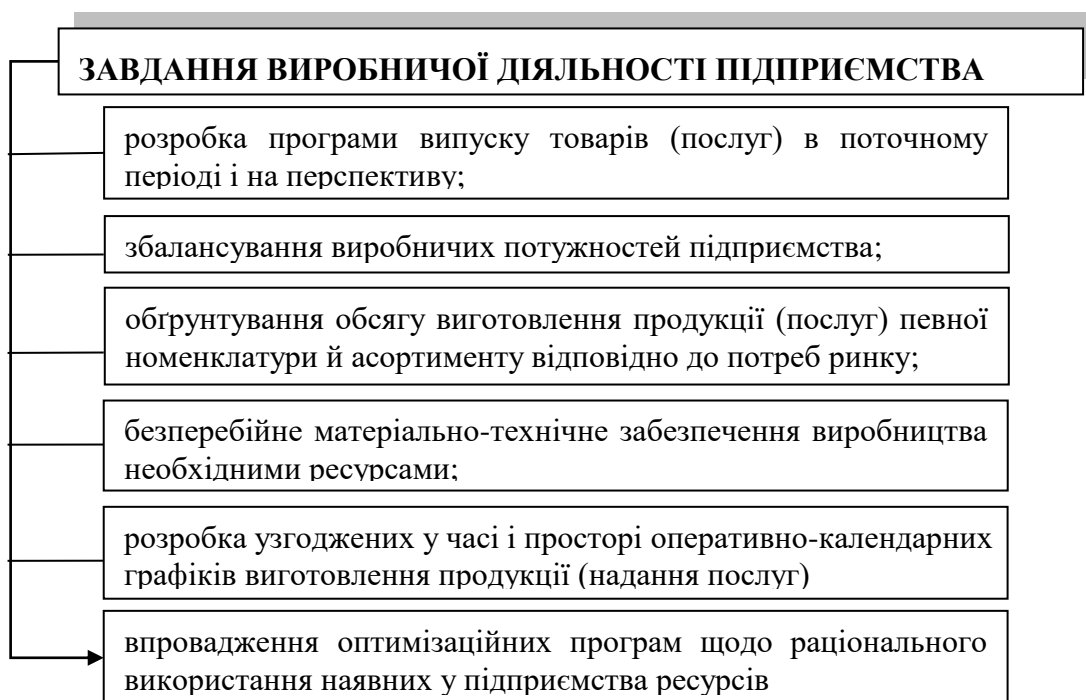
- **інноваційна діяльність** – процес, здійснюваний на основі реалізації інвестицій з метою виконання обґрунтованих науково-технічних програм з гарантованими строками окупності витрат і впровадження нових науково-технічних впроваджень у виробництво (рис. 2.3);

- **виробнича діяльність** – це сукупність дій працівників із застосуванням засобів праці, необхідних для перетворення ресурсів в готову продукцію, яка включає в себе виробництво та переробку різних видів сировини, будівництво та надання будь-яких видів послуг (рис. 2.4);

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідас ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 29



*Рис. 2.3. Завдання інноваційної діяльності підприємства*



*Рис. 2.4. Завдання виробничої діяльності підприємства*

- **комерційно-збутова діяльність** – це сукупність комерційних і торговельно-технічних заходів підприємства з доведенням виготовленої ним продукції до споживачів. Від даного виду діяльності залежить ефективність попередніх видів діяльності, від масштабів та якості якої залежить фінансова результативність виробництва.

Найважливішими в цій діяльності є:

- ✓ технологічні операції фізичного переміщення товарів від виробника до

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 30

споживачів;

✓ невід’ємним атрибутом прихильності споживачів до виготовленої підприємством продукції (виконаних робіт, наданих послуг) є забезпечення після реалізаційного сервісу за фактом реалізації продукції, що передбачає надання наступних послуг:

- забезпечення гарантійного технічного обслуговування реалізованого товару (наданої послуги) протягом визначеного умовами експлуатації терміну;
- експлуатаційне супроводження впродовж нормативного строку використання реалізованого товару (наданої послуги, виконаної роботи) (монтажні роботи, комп’ютерна та інформаційна підтримка, постачання запасних частин, ремонтне обслуговування, консультаційне забезпечення тощо).

Всі перераховані вище напрями діяльності підприємства є основою економічної діяльності підприємства, тому що мають забезпечити досягнення позитивного кінцевого фінансового результату, тобто отримання гарантованого прибутку за рахунок задоволення якомога більшої кількості споживачів.

До економічної діяльності підприємства також буде доцільним віднесення таких видів операцій, як: стратегічне, тактичне і операційне планування; складення бізнес-планів та формування бізнес-портфелів; здійснення належного обліку всіх виробничо-фінансових операцій; оформлення звітності за результатами господарювання у визначеному періоді; вибір методу та стратегії ціноутворення; вибір адекватної системи оплати праці і формування належної системи стимулювання працівників; достеменне ресурсне обґрунтування виробничої програми; забезпечення належної підготовки персоналу та створення відповідної техніко-технологічної бази; здійснення ефективної зовнішньоекономічної діяльності тощо.

Економічна діяльність підприємства нерозривно пов’язана із його соціальною діяльністю, яка передбачає створення безпечних умов праці, забезпечення соціальних гарантій в межах норм чинного законодавства, отримання соціальних виплат відповідними категоріями працівників, створення сприятливого клімату в колективі. До неї також відносяться будівництво житла, утримання дитячих садків, спортивних комплексів, будинків відпочинку, лікарень тощо.

## 2.2. Види та об’єднання підприємств, їх характеристика.

У сучасній економіці існує велика кількість різноманітних видів підприємств, які можливо класифікувати за різними ознаками, зокрема: формою власності, способом утворення, розміром тощо.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 31

В залежності від форм власності, відповідно до Господарського кодексу України (ст. 63) можливо існувати підприємства наступних видів:

- приватне підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);
- підприємство, що діє на основі колективної власності (підприємство колективної власності);
- комунальне підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;
- державне підприємство, що діє на основі державної власності;
- підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності).
- спільне комунальне підприємство, що діє на договірних засадах спільного фінансування (утримання) відповідними територіальними громадами - суб'єктами співробітництва.

Водночас, відповідно до чинного законодавства, можуть діяти також інші види підприємств, у відповідності до способу створення, а саме, якщо в статутному фонді підприємства не менш як десять відсотків становить іноземна інвестиція то воно визнається *підприємством з іноземними інвестиціями*.

Підприємство, в статутному фонді якого іноземна інвестиція становить сто відсотків, вважається *іноземним підприємством*.

Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного фонду в Україні діють підприємства *унітарні та корпоративні* (ст. 63 ГКУ).

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

Корпоративне – це підприємство що утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства.

Всі підприємства залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 32

діяльності за рік можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва (ст. 55 ГКУ) (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Класифікація суб'єктів господарювання за розміром

Вид суб'єкта підприємництва	Критерії, що мають виконуватися одночасно	
	Обсяг річного доходу, еквівалент у євро за середньорічним курсом НБУ	Середня кількість працівників за календарний рік
Суб'єкт мікропідприємництва	Не перевищує 2 млн євро	Не перевищує 10 осіб
Суб'єкт малого підприємництва	Не перевищує 10 млн євро	Не перевищує 50 осіб
Суб'єкт великого підприємництва (юридичні особи)	Перевищує 50 млн євро	Перевищує 250 осіб
Суб'єкт середнього підприємництва	Усі інші суб'єкти, що не належать до суб'єктів малого (які включають у себе і мікропідприємство) та великого підприємництва	

*Суб'єктами мікропідприємництва є:*

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

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

*Суб'єктами малого підприємництва є:*

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

- юридичні особи - суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 33

правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

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

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

Для того, щоб успішно працювати в умовах конкуренції суб'єкти господарювання на добровільних засадах мають право об'єднувати свою виробничу, наукову, комерційну та інші види діяльності, якщо це не суперечить нормативним актам України.

Відповідно до Господарського кодексу України (ст. 118) **об'єднання підприємств** – це господарська організація, утворена в складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань.

Об'єднання підприємств утворюються підприємствами на добровільних засадах або за рішенням органів, які відповідно до цього Кодексу та інших законів мають право утворювати об'єднання підприємств. В об'єднання підприємств можуть входити підприємства, утворені за законодавством інших держав, а підприємства України можуть входити в об'єднання підприємств, утворені на території інших держав.

Об'єднання підприємств утворюються на невизначений строк або як тимчасові об'єднання.

Об'єднання підприємств є юридичною особою.

**Види об'єднань підприємств (ст. 119 ГКУ):**

Залежно від порядку заснування об'єднання підприємств можуть утворюватися як господарські об'єднання або як державні чи комунальні господарські об'єднання.

Господарське об'єднання – об'єднання підприємств, утворене за ініціативою підприємств, незалежно від їх виду, які на добровільних засадах об'єднали свою господарську діяльність. Господарські об'єднання діють на основі установчого договору та/або статуту, який затверджується їх засновниками.

Державне (комунальне) господарське об'єднання – об'єднання підприємств,

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 34

утворене державними (комунальними) підприємствами за рішенням Кабінету Міністрів України або, у визначених законом випадках, рішенням міністерств (інших органів, до сфери управління яких входять підприємства, що утворюють об'єднання), або рішенням компетентних органів місцевого самоврядування.

Державне (комунальне) господарське об'єднання діє на основі рішення про його утворення та статуту, який затверджується органом, що прийняв рішення про утворення об'єднання.

**Господарські об'єднання утворюються як** асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, інші об'єднання підприємств, передбачені законом.

**Асоціація** – договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації.

У статуті асоціації повинно бути зазначено, що вона є господарською асоціацією. Асоціація не має права втручатися у господарську діяльність підприємств – учасників асоціації. За рішенням учасників асоціація може бути уповноважена представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями.

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

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

**Концерном** визнається статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій, на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання, з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності. Учасники концерну наділяють його частиною своїх повноважень, у тому числі правом представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями. Учасники концерну не можуть бути одночасно

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 35

учасниками іншого концерну.

Державні і комунальні господарські об'єднання утворюються переважно у формі корпорації або концерну, незалежно від найменування об'єднання (комбінат, трест тощо).

Відповідно до ст. 121 ГКУ, підприємства – учасники об'єднання підприємств зберігають статус юридичної особи незалежно від організаційно-правової форми об'єднання, і на них поширюються положення цього Кодексу та інших законів щодо регулювання діяльності підприємств.

Підприємство - учасник господарського об'єднання має право:

- добровільно вийти з об'єднання на умовах і в порядку, визначених установчим договором про його утворення чи статутом господарського об'єднання;
- бути членом інших об'єднань підприємств, якщо законом, засновницьким договором чи статутом господарського об'єднання не встановлено інше;
- одержувати від господарського об'єднання в установленому порядку інформацію, пов'язану з інтересами підприємства;
- одержувати частину прибутку від діяльності господарського об'єднання відповідно до його статуту. Підприємство може мати також інші права, передбачені засновницьким договором чи статутом господарського об'єднання відповідно до законодавства.

Підприємство, яке входить до складу державного або комунального господарського об'єднання, не має права без згоди об'єднання виходити з його складу, а також об'єднувати на добровільних засадах свою діяльність з іншими суб'єктами господарювання та приймати рішення про своє припинення.

Підприємство може бути учасником промислово-фінансової групи (або транснаціональної промислово-фінансової групи, якщо до складу групи входять українські та іноземні юридичні особи).

**Промислово-фінансова група** є об'єднанням, яке створюється за рішенням Кабінету Міністрів України на певний строк з метою реалізації державних програм розвитку пріоритетних галузей виробництва і структурної перебудови економіки України, включаючи програми згідно з міжнародними договорами України, а також з метою виробництва кінцевої продукції. До складу промислово-фінансової групи можуть входити промислові та інші підприємства, наукові і проектні установи, інші установи і організації усіх форм власності. У складі промислово-фінансової групи визначається головне підприємство, яке має виключне право діяти від імені промислово-фінансової групи як учасника господарських відносин. Таке об'єднання не є юридичною особою і не підлягає державній реєстрації як суб'єкт господарювання.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 36

**Асоційовані підприємства (господарські організації)** – це група суб'єктів господарювання – юридичних осіб, пов'язаних між собою відносинами економічної та/або організаційної залежності у формі участі в статутному капіталі та/або управлінні. Залежність між асоційованими підприємствами може бути простою і вирішальною (ст. 126 ГКУ).

Залежність між асоційованими підприємствами може бути простою і вирішальною. Проста залежність між асоційованими підприємствами виникає у разі, якщо одне з них має можливість блокувати прийняття рішень іншим (залежним) підприємством, які повинні прийматися відповідно до закону та/або установчих документів цього підприємства кваліфікованою більшістю голосів.

Вирішальна залежність між асоційованими підприємствами виникає у разі, якщо між підприємствами встановлюються відносини контролю-підпорядкування за рахунок переважної участі контролюючого підприємства в статутному фонді та/або загальних зборах чи інших органах управління іншого (дочірнього) підприємства, зокрема володіння контрольним пакетом акцій. Відносини вирішальної залежності можуть встановлюватися за умови отримання згоди відповідних органів Антимонопольного комітету України.

**Холдинговою компанією** є суб'єкт господарювання, що володіє контрольним пакетом акцій дочірнього підприємства. Між холдинговою компанією та її дочірніми підприємствами встановлюються відносини контролю-підпорядкування. Якщо з вини контролюючого підприємства дочірнім підприємством було укладено і здійснено не вигідні для нього угоди або операції, то контролююче підприємство повинно компенсувати завдані дочірньому підприємству збитки. Якщо дочірнє підприємство з вини контролюючого підприємства опиниться у стані неплатоспроможності і буде визнано банкрутом, то субсидіарну відповідальність перед кредиторами дочірнього підприємства нестиме контролююче підприємство.

Законом можуть визначатися й інші форми об'єднання інтересів підприємств, такі як союзи, спілки, асоціації підприємців тощо.

Підприємства-учасники об'єднання підприємств зберігають статус юридичної особи незалежно від організаційно-правової форми об'єднання (Господарський кодекс України).

Господарські об'єднання мають вищі органи управління (загальні збори учасників) та утворюють виконавчі органи, передбачені його статутом.

Вищий орган господарського об'єднання наділяється правами щодо:

- затвердження статуту господарського об'єднання та внесення змін до нього;
- вирішення питань про прийняття та виключення учасників з його складу;
- утворення виконавчого органу господарського об'єднання відповідно до

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 37

статуту;

- вирішення фінансових та інших питань відповідно до установчих документів.

Виконавчий орган господарського об'єднання (колегіальний чи одноособовий) вирішує питання поточної діяльності, які відповідно до статуту віднесені до його компетенції. Здійснення управління поточною діяльністю об'єднання підприємств може бути доручено адміністрації одного з підприємств (головного підприємства об'єднання) на умовах, передбачених його установчими документами.

Також, підприємства можуть об'єднуватися в інші об'єднання за галузевим, територіальним та іншими принципами.

### 2.3. Господарські товариства як суб'єкти підприємницької діяльності

Нормативно-правове забезпечення по даному питанню складається:

1. Цивільний Кодекс України;
2. Господарський Кодекс України;
3. Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю»;
4. Закон України «Про господарські товариства».

Відповідно до Цивільного Кодексу (Стаття 113. Поняття та види господарських товариств), **господарським товариством** є юридична особа, статутний (складений) капітал якої поділений на частки між учасниками.

Згідно з Ч. 2 ст. 1 ЗУ «Про господарські товариства», **господарським товариством** визнаються підприємства, установи, організації, створені на засадах угоди юридичними особами і громадянами шляхом об'єднання їх майна та підприємницької діяльності з метою одержання прибутку.

Відповідно до ГКУ (ст. 80. Види господарських товариств), **до господарських товариств належать:**

- акціонерні товариства,
- товариства з обмеженою відповідальністю,
- товариства з додатковою відповідальністю,
- повні товариства,
- командитні товариства.

Відповідно до ЦК (Стаття 114. Учасники господарського товариства), учасником господарського товариства може бути фізична або юридична особа. Господарське товариство, крім повного і командитного товариств, може бути

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 38

створене однією особою, яка стає його єдиним учасником.

Іноземні громадяни, особи без громадянства, іноземні юридичні особи, а також міжнародні організації можуть бути засновниками та учасниками господарських товариств нарівні з громадянами та юридичними особами України, крім випадків, встановлених законодавчими актами України (ЗУ «Про господарські товариства, ст. 3»).

**Акціонерним товариством** є господарське товариство, яке має статутний капітал, поділений на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості, і несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства, а акціонери несуть ризик збитків, пов'язаних із діяльністю товариства, в межах вартості належних їм акцій, крім випадків, визначених законом (ч. 2 ст. 80 ГКУ).

Акціонерні товариства за типом поділяються на публічні акціонерні товариства та приватні акціонерні товариства.

*Публічне акціонерне товариство* – це товариство, щодо акцій якого здійснено публічну пропозицію та/або акції якого допущені до торгів на фондовій біржі в частині включення до біржового реєстру.

Особливостями публічного акціонерного товариства є:

- акціонери можуть відчужувати належні їм акції без згоди інших акціонерів та товариства;
- товариство може здійснювати як публічне, так і приватне розміщення акцій;
- при публічному розміщенні акцій акціонери не мають переважного права на придбання акцій, що додатково розміщуються товариством;
- товариство зобов'язане пройти процедуру лістингу та залишатися у біржовому реєстрі принаймні на одній фондовій біржі, при цьому укладання договорів купівлі-продажу акцій товариства, яке пройшло процедуру лістингу на фондовій біржі, здійснюється лише на цій фондовій біржі;
- річна фінансова звітність товариства підлягає обов'язковій перевірці незалежним аудитором, а також оприлюдненню (разом із аудиторським висновком);
- обрання членів наглядової ради і ревізійної комісії публічного товариства здійснюється виключно шляхом кумулятивного голосування;
- окрім питань, для вирішення яких законом вимагається кваліфікована більшість (три четвертих голосів від загальної кількості акціонерів товариства, які мають право голосу), рішення загальних зборів товариства приймаються простою більшістю голосів присутніх на зборах акціонерів. Товариство і його акціонери не мають право на свій розсуд розширяти коло питань, які вирішуються кваліфікованою більшістю, а також збільшувати число голосів, якими

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 39

вирішуються інші питання.

*Приватне акціонерне товариство* – акціонерне товариство, яке має статутний (складений) капітал, поділений на визначену кількість акцій рівної номінальної вартості, і несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства.

Особливостями приватного акціонерного товариства є:

- максимальна кількість акціонерів становить 100 осіб;
- товариство може здійснювати тільки приватне розміщення акцій;
- статутом товариства може бути передбачено переважне право акціонерів на придбання акцій цього товариства, що пропонуються їх власником до продажу третій особі;

- акціонер товариства завжди має переважне право на придбання акцій додаткової емісії, в той же час акціонер публічного акціонерного товариства може бути позбавлений такого права умовами публічного розміщення акцій додаткової емісії;

- акції приватного акціонерного товариства не можуть купуватися та/або продаватися на фондовій біржі, за винятком продажу шляхом проведення на біржі аукціону;

- статутом товариства може встановлюватися коло питань, вирішення яких вимагає більшої кількості голосів акціонерів, ніж проста більшість або кваліфікована більшість;

- обрання членів наглядової ради приватного акціонерного товариства здійснюється або за принципом представництва у складі наглядової ради представників акціонерів або шляхом кумулятивного голосування;

- товариство не зобов'язане розкривати свою фінансову звітність на фондовому ринку, хоча зобов'язане оприлюднювати фінансову звітність у Державному реєстрі юридичних осіб, як і будь-яка інша юридична особа, зареєстрована в Україні.

Акція – це вид цінних паперів, що являє собою свідоцтво про власність на визначену частку статутного (складеного) капіталу акціонерного товариства і надає її власнику (акціонеру) певні права, зокрема: право на участь в управлінні товариством, право на частину прибутку товариства у випадку його розподілу (дивіденд), а у випадку ліквідації – на частину залишкової вартості підприємства.

*Товариством з обмеженою відповідальністю* є господарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном. Учасники товариства, які повністю сплатили свої вклади, несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах своїх вкладів (ч. 3 ст. 80 ГКУ).

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 40

**Товариством з додатковою відповідальністю** є господарське товариство, статутний капітал якого поділений на частки і яке несе відповідальність за своїми зобов'язаннями власним майном, а в разі його недостатності учасники цього товариства несуть додаткову солідарну відповідальність у визначеному установчими документами однаково кратному розмірі до вкладу кожного з учасників (ч. 4 ст. 80 ГКУ).

**Повним товариством** є господарське товариство, всі учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном (ч. 5 ст. 80 ГКУ).

**Командитним товариством** є господарське товариство, в якому один або декілька учасників здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть за його зобов'язаннями додаткову солідарну відповідальність усім своїм майном, на яке за законом може бути звернено стягнення (повні учасники), а інші учасники присутні в діяльності товариства лише своїми вкладками (вкладники) (ч. 6 ст. 80 ГКУ).

**Командитним товариством** є товариство, в якому разом з учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном (повними учасниками), є один чи кілька учасників (вкладників), які несуть ризик збитків, пов'язаних із діяльністю товариства, у межах сум зроблених ними вкладів та не беруть участі в діяльності товариства (ЦКУ ст. 133).

Відповідно до ст. 82 ГКУ та ст. 4 ЗУ «Про господарські товариства», *установчим документом* повного товариства і командитного товариства є засновницький договір. Установчим документом акціонерного товариства, товариства з обмеженою відповідальністю і товариства з додатковою відповідальністю є статут.

Установчі документи **повинні містити відомості про** вид товариства, предмет і цілі його діяльності, склад засновників та учасників, найменування, розмір та порядок утворення статутного (складеного) капіталу, порядок розподілу прибутків та збитків, склад та компетенцію органів товариства та порядок прийняття ними рішень, включаючи перелік питань, по яких необхідна кваліфікована більшість голосів, порядок підписання установчих документів, порядок внесення змін до установчих документів та порядок ліквідації і реорганізації товариства (ст. 4 ЗУ «Про господарські товариства»).

Статут акціонерного товариства, крім відомостей, вказаних у [статті 4](#) цього Закону, повинен містити відомості про види акцій, що випускаються, їх номінальну вартість, співвідношення акцій різних видів, кількість акцій, що



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 41

купуються засновниками, наслідки невиконання зобов'язань по викупу акцій, строк та порядок виплати частки прибутку (дивідендів) один раз на рік за підсумками календарного року (ст. 37 ЗУ «Про господарські товариства»).

Відсутність зазначених відомостей в установчих документах є підставою для відмови у державній реєстрації товариства.

До установчих документів можуть бути включені інші умови, що не суперечать законодавству України.

Господарське товариство може створюватися та діяти на підставі модельного статуту в порядку, визначеному законом.

### **ТЕМА 3. ЛОГІКА ПРОЦЕСУ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ.**

3.1. Основні етапи створення власної справи. Генерування бізнес-ідеї. Формування бізнес-моделі.

3.2. Спосіб входження в бізнес.

3.3. Початковий капітал та джерела його формування.

3.4. Найменування та торгівельна марка.

#### **3.1. Основні етапи створення власної справи.**

Малий і середній бізнес є основою стабільного економічного розвитку, який забезпечує значну частину зайнятості та благополуччя населення, формує середній клас і значною мірою бере участь у розвитку конкурентного середовища.

Великий бізнес як правило також виходить з малого. Багато відомих у світі підприємців, мільярдерів побудували свої бізнес-імперії практично з нуля – в основному за рахунок творчого підходу та підприємницького хисту.

Наведемо найбільш відомі факти з становлення бізнесу декількох мільярдерів, які входять до списку Forbes (формується кожний рік). Так, Інгвар Камрад, засновник відомої фірми ІКЕА, починав свій перший бізнес із замовлень поштою. Він виріс у сільській місцевості, але в нього був підприємницький хист – він купував оптом у Стокгольмі сірники і продавав їх сусідам. Потім зайнявся продажом риби, ялинкових прикрас. Заснував компанію за отриману від батька нагороду за добре навчання, яка в подальшому стала ІКЕА (це ініціали його імені, села та родинної ферми), основним товаром якої стали меблі від місцевих виробників.

Відкрити власну справу, організувати своє підприємство нелегко. Кожне таке рішення приймається виходячи із конкретної ситуації і тому воно унікальне, але все ж в усіх подібних рішеннях є дещо спільне – вони передбачають відмову від способу життя, що склався, на користь створення власної справи.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 42

Рішення зайнятися бізнесом включає в себе такі моменти:

- бажання створення власної справи, щоб стати господарем, небажання працювати на когось;
- відмова від попередньої кар'єри і готовність змінити свій спосіб життя;
- переконаність у тому, що власна справа - заняття престижне і достойне;
- можливість створення власної справи (наявність коштів, умов);
- упевненість у реальності створення такої справи за умови існування необхідних зовнішніх і внутрішніх передумова.

Створення власного підприємства і виконання підприємницьких функцій надзвичайно складна і ризикова справа, яка вимагає великої сили волі, затрат енергії, цілеспрямованості тощо. Процес створення власної справи складається з трьох стадій: підготовчої, реєстраційної та організаційної (рис. 3.1).

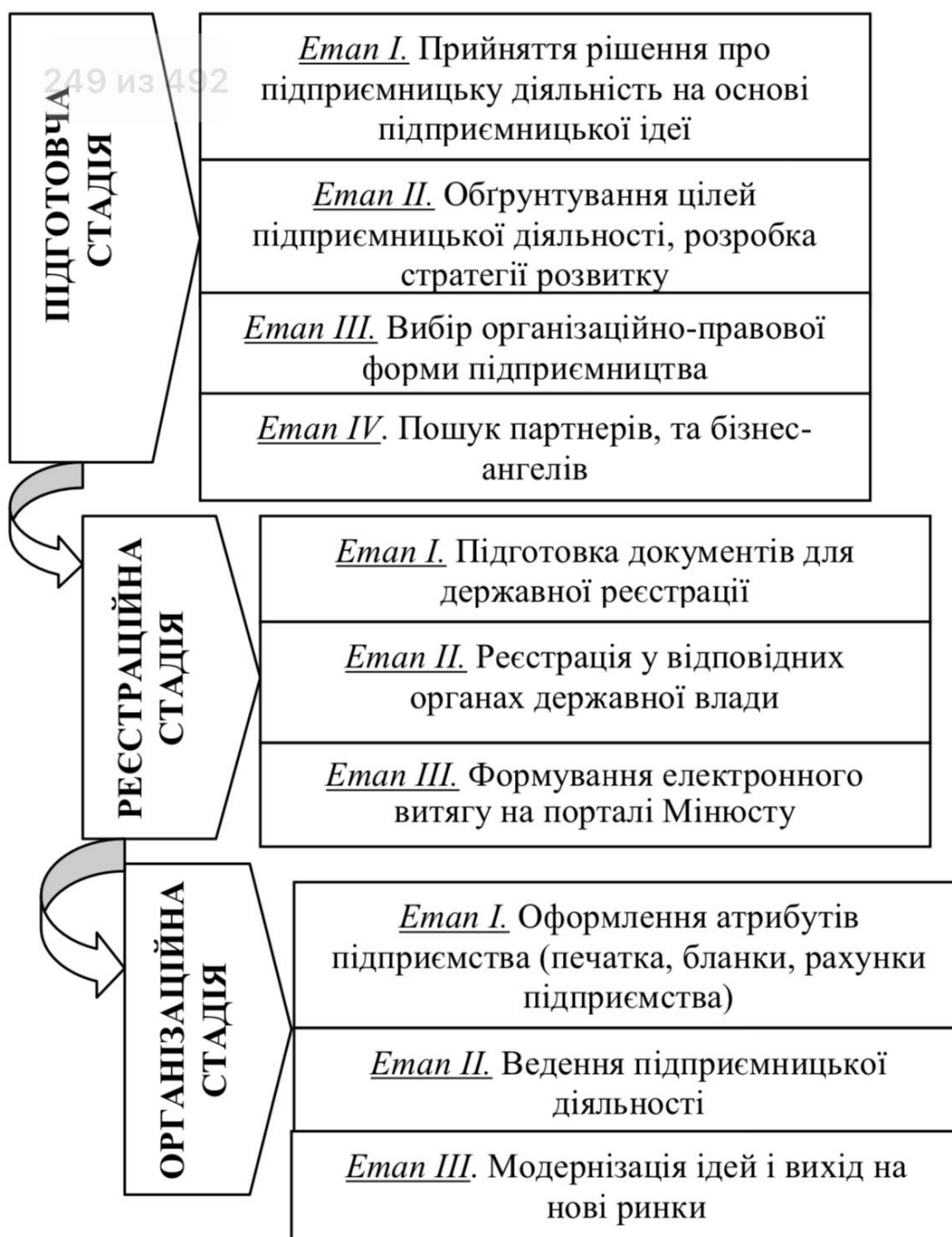
Означені етапи, у свою чергу, містять відповідні завдання, роботи та заходи, покликані забезпечити реалізацію місії створення та функціонування власної справи.

Рішення про підприємницьку діяльність формується на базі підприємницької ідеї та з урахуванням оцінки наявного потенціалу майбутнього підприємця.

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

Джерел нових ідей існує дуже багато: публікації, думки бізнесменів, працівників торгівлі, відгуки споживачів, продукція, що випускається конкурентами, науково-дослідницькі розробки. Носієм нових ідей виступає людина, тому якщо вона хоче відкрити власну справу, дуже важливо, щоб ідея відповідала її здібностям, особистим цілісним установам.

Ідея повинна базуватись на принципі: знайти потребу та задовольнити її. В період заснування, а також в процесі функціонування власної справи власником створюється та постійно поповнюється банк підприємницьких ідей, тобто перелік товарів та послуг, які може виготовляти (надавати) підприємство. Ця робота може мати як поточний, так і перспективний характер.



**Рис. 3.1. Процес створення власної справи**

Ідеї можуть бути різні: реальні та нереальні, дієві та неприбуткові і т.д. Тобто, ідеї різняться залежно від класифікаційних ознак (рис. 3.2).

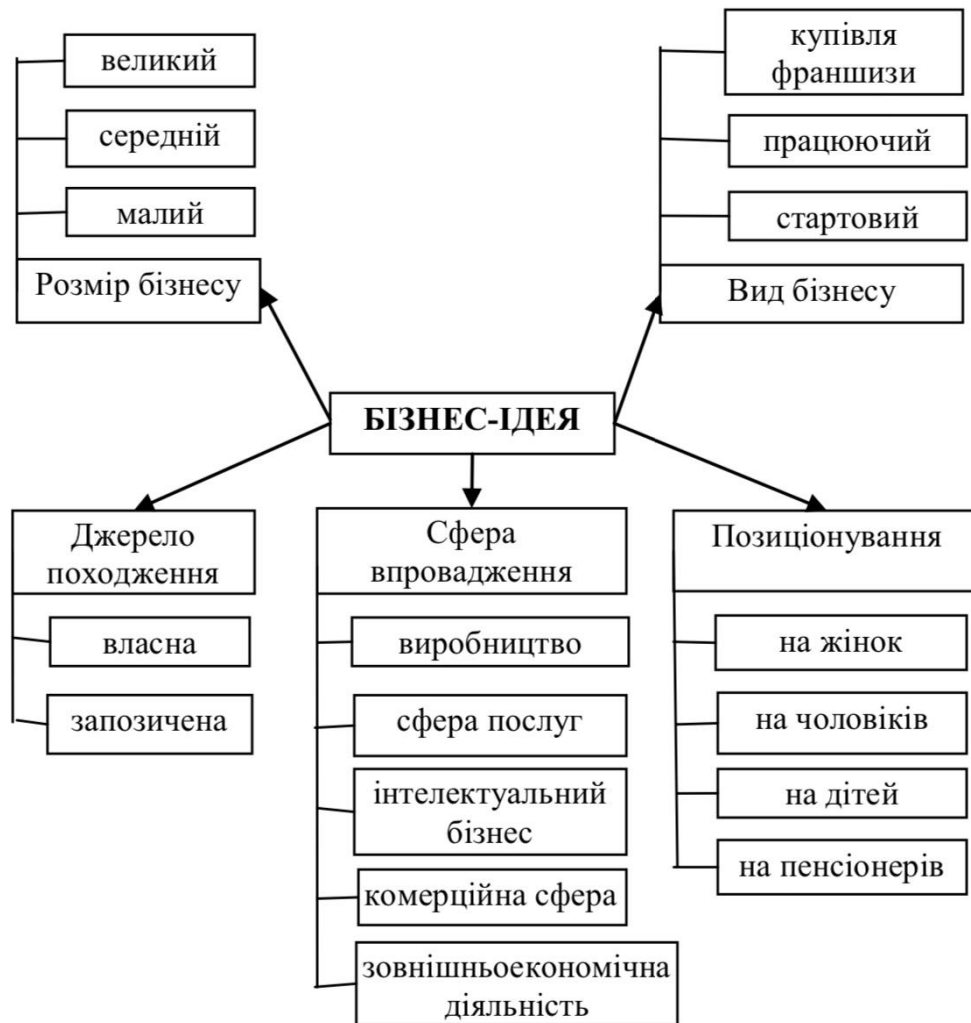


Рис. 3.2. Класифікація бізнес-ідей

При виборі ідеї потенційний підприємець може керуватись такими критеріями:

- знання даного виду діяльності та наявність відповідних здібностей підприємця;
- мінімальна потреба у початковому капіталі;
- мінімальний термін отримання результату;
- можливість державної підтримки;
- допустимий ризик та низький рівень конкуренції.

Коли знайдено ідею, починається обґрунтування цілей підприємницької діяльності та проектування підприємства, при цьому види діяльності повинні сприяти:

- високому рівню рентабельності;
- швидкості окупності проекту;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 45

- можливості продажу продукції у максимальному обсязі;
- найменшому ризику;
- мобільності;
- підтримці з боку авторитетних органів (податкових, фінансових);
- спроможностям та можливостям підприємця.

При виборі місця розташування бізнесу враховують такі фактори як особливості галузі, потенційний ринок, кількість та потужність конкурентів, близькість до джерел постачання та споживачів, транспортна доступність, доступність робочої сили.

Засновнику необхідно визначитись, якими видами підприємницької діяльності він буде займатись, ще до початку процесу реєстрації. В заяві на реєстрацію він повинен буде вказати коди видів діяльності відповідно до державного класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД). При цьому треба врахувати, що зайняття деякими видами діяльності потребує отримання ліцензії або патенту.

У правовому відношенні наявна в Україні правова база дозволяє підприємцю вибрати будь-яку організаційно-правову форму заснованого підприємства з різною формою власності. При цьому варто наголосити, що коли йдеться про створення нових підприємств, передусім мають на увазі малі форми підприємницької діяльності.

Важливо зазначити, що підприємницьку діяльність можна здійснювати й без набуття статусу юридичної особи (індивідуальна трудова діяльність). При виборі певної форми підприємницької діяльності треба враховувати переваги та недоліки кожної форми організації бізнесу та специфіку бізнес-ідеї.

Ідея та вид діяльності взаємопов'язані між собою. Не можна вибрати вид діяльності, не знаючи, чим хочеш зайнятись. У конкретній практиці ідея, як дещо чітко сформоване, виступає видом діяльності, тобто набуває власної форми реалізації.

Проте знайти ідею й визначити вид діяльності – це ще не все, необхідно ще підібрати форму організації підприємства, а для цього слід вирішити такі завдання:

- знайти свою «господарську нішу», тобто місце в навколишньому середовищі;
- встановити спрямованість або спеціалізацію підприємства;
- визначити мету своєї діяльності та накреслити способи її досягнення, тобто виробити стратегію й тактику бізнесу;
- вибрати технологію виробництва;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 46

- провести аналіз й дати оцінку майбутніх споживачів та конкурентів;
- проаналізувати ресурсну сировинну базу;
- вивчити пільги, привілеї, складності, обмеження, перешкоди;
- розробити цінову політику на свою послугу;
- налагодити рекламу.

Важливим етапом створення власного бізнесу є **формування бізнес-моделі**. Під бізнес-моделлю слід розуміти концептуальну організаційну та фінансову структуру бізнесу, тобто бізнес-модель поєднує у собі організаційний, фінансовий та процесний підходи до організації функціонування бізнесу.

Формування бізнес-моделі на підприємстві передбачає визначення наступних елементів:

- технологій та властивостей, що мають бути втілені у продукції / послугах;
- споживчих переваг від використання (споживання) продукції / послуг;
- цільових сегментів споживчих ринків;
- доступних каналів надходжень доходів;
- механізмів формування вартості.

Відтак, зазначені аспекти покладаються в основу формування бізнес-моделі на підприємстві та формують її структурні особливості в умовах функціонування конкретного суб'єкта господарювання.

На сьогодні існує значна кількість методик побудови бізнес-моделі, проте однією з найбільш поширених та, на нашу думку, найбільш простих у побудові та сприйнятті є методика Business Model Canvas, запропонована Олександром Остервальдером.

Відповідно до даної методики у бізнес-моделі слід визначити наступні компоненти: сегменти споживачів (customer segments), ціннісна пропозиція (value proposition), канали збуту (channels), відносини із споживачами (customer relationships), ключові ресурси (key resources), ключові види діяльності (key activities), ключові партнери (key partners), грошові потоки / доходи (revenue streams) та структура витрат (cost structure).

Інструментом візуалізації логіки побудови бізнес-моделі є так звана «канва» (шаблон) бізнес-моделі (рис. 3.3).

Ключові партнери / key partners	Ключові види діяльності / key activities	Ціннісна пропозиція / value	Відносини із споживачами / customer	Сегменти споживачів / customer
------------------------------------	---	--------------------------------	--	-----------------------------------

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 47

Хто є ключовими партнерами? Хто є ключовими постачальниками? Які ресурси надходять від партнерів? Які основні дії здійснюють партнери?	Яких дій потребують формування і підтримка: - ціннісної пропозиції (продукту)? - каналів поширення? - відносин із споживачами?	<b>proposition</b>  Яка цінність пропонується споживачам? Які потреби споживачів задовольняються? Які проблеми допомагає вирішувати продукт?	<b>relationships</b>  Встановлення яких відносин очікує споживач? Які відносини зі споживачами встановлені?	<b>segments</b>  Для кого створюється цінність (продукт)? Хто є найважливішими споживачами?
	<b>Ключові ресурси / key resources</b>  Яких ресурсів потребують формування і підтримка: - ціннісної пропозиції (продукту)? - каналів поширення? - відносин із споживачами?			
<b>Структура витрат / cost structure</b> Якими є найважливіші витрати в моделі? Які ключові ресурси найдорожчі? Яка ключова діяльність коштує найдорожче?		<b>Джерела доходів / revenue streams</b> За що споживачі готові платити? За що вони фактично платять? Який вклад кожного грошового потоку в загальний дохід?		

Рис. 3.3. «CANVA» (шаблон) бізнес-моделі

«CANVA» є простим та ефективним інструментом формування нової бізнес-моделі, який застосовується багатьма підприємствами для створення стійких конкурентних переваг.

Бізнес-модель Canvas – це чудовий інструмент, який дозволяє зробити опис бізнесу на одній сторінці та виявити слабкі місця або точки росту. Побудована модель надає можливість майбутньому бізнесмену зрозуміти, який продукт він буде пропонувати, хто є його основними споживачами, що потрібно для виробництва та інші важливі питання. Побудова бізнес-моделі передуює стадії формування бізнес-плану, адже визначає загальне уявлення про бізнес, на якому, у свою чергу, буде ґрунтуватися подальша розробка бізнес-плану.

Таким чином, проектуючи власне підприємство, маючи ідею та вид діяльності, визначивши форму організації, можна переходити до наступних етапів – написання бізнес-плану та пошуку джерел фінансування бізнес-ідеї.

### 3.2. Вибір способу започаткування бізнесу.

Сформована ідея може бути не тільки власною, але і запозиченою. Тому для реалізації ідеї в першому випадку створюється нове підприємство, а в іншому –

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 48

можна купити вже існуючий бізнес. І в обох випадках існує безліч підходів. Традиційно можна виділити наступні основні способи входження у бізнес.

- створення нового підприємства «з нуля»;
- придбання існуючого бізнесу;
- придбання франшизи.

Розглянемо особливості кожного з них.

**Створення нового підприємства «з нуля»** відповідно до індивідуальних схильностей, уподобань майбутнього підприємця та особливості ідеї бізнесу. Більшість засновників власних фірм вже мають досвід практичної роботи в малих фірмах і вважають, що запорукою їхнього успіху є: по-перше, вміння робити абсолютно звичайні речі, а, по-друге, вміло використовувати налагоджені професійні зв'язки. Переваги та недоліки створення нового підприємства «з нуля» наведено у таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

#### Порівняльний аналіз створення нового підприємства

Переваги створення нового підприємства	Недоліки створення нового підприємства
Можливість будувати бізнес відповідно до ідей і планів самого підприємця	Ємність ринку може бути недостатньою для продукції нової фірми
Відсутність ризику отримати фірму з поганою репутацією	Відносно високі витрати на придбання нового обладнання
Оригінальність ідеї бізнесу потребує створення нового підприємства	Відсутність «ім'я» у момент виходу на ринок (споживачі рідко коли вирішуються відразу купувати товари нової невідомої фірми)
Особливості розташування бізнесу	

При створенні власного бізнесу «з нуля» підприємці враховують наступне:

- вивчення і використання досвіду аналогічного бізнесу;
- наявність професіоналізму в обраній сфері діяльності;
- економічна обґрунтованість доцільності створення нового бізнесу.

#### **Придбання існуючого бізнесу.**

Другим поширеним способом відкриття бізнесу, який починає в Україні широко використовуватися в останні роки, є придбання існуючого бізнесу, тобто підприємець знаходить фірму з певними характеристиками і купує її. Таким чином, для реалізації власного бізнесу, зокрема і власної ідеї, необов'язково створювати підприємство «з нуля» – можна придбати вже існуючий на ринку реально діючий бізнес. Такий спосіб входження у бізнес може значно зменшити ризик підприємницького починання. У таблиці 3.5 подано переваги й недоліки такого способу входження в бізнес.



Таблиця 3.5

## Порівняльний аналіз придбання існуючого бізнесу

Можливі переваги придбання існуючого бізнесу	Можливі ризики, пов'язані з придбанням існуючого бізнесу
Дозволяє отримати негайне джерело прибутку	Покупець може придбати погано працюючу фірму
Існуючий бізнес має найбільш вигідне місце розташування	Можлива ситуація, при якій важко змінити налагоджений на фірмі бізнес
Існуючий бізнес має вже сформований колектив робітників, контингент постачальників, налагоджені ділові зв'язки	Місце розташування фірми може бути невідповідним у майбутньому, наприклад у зв'язку з необхідністю розширення бізнесу
Результативність та ефективність діяльності фірми	Придбаний бізнес може бути неприбутковим
Ціна, за якою купується фірма, може бути нижче від витрат на створення аналогічної	Покупець може заплатити за фірму занадто дорого
Полегшується процес фінансування фірми, тому що гарантією для кредиторів виступають уже існуючі активи	Можна успадкувати вороже ставлення до фірми

Купівля існуючого бізнесу передбачає ретельну об'єктивну і суб'єктивну оцінку: власних цілей підприємця і покупця; підприємства, яке купується, і умов його продажу; можливих наслідків придбання бізнесу.

Успіх будь-якого придбання підприємства залежить головним чином від самого підприємця – від того, як він продумав, як реалізував угоду, як реорганізував виробничий процес на фірмі. На першому етапі підприємець повинен скласти список підприємств, які продаються. За кожним з цих підприємств складається довідка, яка містить відомості про систему управління, продукти й послуги, фінансовий стан, організацію виробничого процесу, кадрову ситуацію. Підприємства, які пройшли перший етап відбору, у подальшому аналізуються більш детально.

Здійснюючи покупку існуючого бізнесу необхідно враховувати наступне:

- вивчити й проаналізувати переваги та недоліки придбання існуючого бізнесу;
- оцінити ринкові перспективи бізнесу, який планується придбати;
- оцінити нематеріальні активи;
- провести оцінку ринкову вартість обраного бізнесу;
- залучити спеціалістів (адвокатів, юристів, оцінщиків, аудиторів);
- знати як можна захиститися від безчесного продавця.

**Придбання франшизи.** Ще однією альтернативою входження в бізнес є придбання *франчайзи*, тобто ліцензії, яка дає індивідуальному підприємцеві (фірмі) право на продаж (виробництво, здійснення певної діяльності) товарів чи

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 50

послуг великої фірми, які вже добре відомі споживачам.

*Одержувачі франшизи* – унікальний гібрид боса й службовця. Підприємець володіє і управляє справою по франшизі, але при цьому він також повинен слідувати системі і вказівкам франчайзера з ведення та вдосконалення бізнесу. Однак франчайзинговий бізнес може бути особливо корисний починаючим підприємцям, оскільки вони отримують можливість різноманітної підтримки з боку франчайзера в практичному веденні бізнесу.

У широкому розумінні **франчайзинг** (franchising) – це метод ведення бізнесу, заснований на довгострокових відносинах між двома сторонами. В основі таких відносин лежить франчайза тобто ліцензія на право використання імені бізнесу широко відомої компанії. За користуванням цим правом покупець франчайзи (ліцензіат) виплачує відомій компанії, яка продає франчайзу (ліцензіару), початковий внесок, а в подальшому щомісячні платежі.

**Франшиза** – це повна бізнес-система, яку франчайзер продає франчайзі. Іншою назвою для подібної системи служить франчайзинговий пакет, що зазвичай містить посібники з ведення робіт й інші важливі матеріали, що належать франчайзеру.

У франчайзингу беруть участь дві групи бізнесменів. Перша група – це ті, хто надає це право (франшизу) – франчайзер (ліцензіар), а друга група – це франчайзі (ліцензіат), це ті, які купують право на ведення бізнесу (франшизу) під ім'ям або торговою маркою.

Існують різноманітні типи франчайзингу:

- **Товарний франчайзинг** (франчайза на продаж товару) – передбачає, що франчайзі (ліцензіат) отримує лише право на продаж товарів фірми-ліцензіара з її торговою маркою або товарним знаком. У цьому випадку франчайзі купує у франчайзера товари й після цього перепродає їх від імені франчайзера.

- **Виробничий франчайзинг** (франчайза на виробництво товарів) – у цьому випадку фірма, що володіє технологією виготовлення якогось продукту – франчайзер (ліцензіар), продає заводам – ліцензіатам сировину для виготовлення продукції. Дрібна фірма тут не просто виступає під торговою маркою франчайзера і реалізує його продукцію та послуги, але і включається у повний цикл господарської діяльності великої корпорації, виконуючи рівні з нею вимоги технологічного процесу, якості, навчання персоналу, виконання плану продажу, оперативної звітності.

- **Діловий франчайзинг чи франчайзинг бізнес-формату** (франчайзинг на вид діяльності) – полягає у залученні малого підприємства в повний виробничо-господарський цикл великої корпорації. Лесть не самий популярний вид франчайзингу, при якому провідна фірма продає ліцензію приватним фірмам чи

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 51

компаніям на право відкриття власної фірми з продажу продуктів і послуг під ім'ям франчайзера (наприклад, прокат і побутове обслуговування, ділові і професійні послуги бізнесу і населенню, магазини або мережі кафе, готелів).

Таким чином, діловий франчайзинг означає, що ліцензіат отримує право на створення власної фірми з використанням найменування фірми-ліцензіара і обов'язковим збереженням профілю її діяльності. Наразі виділяються ще два види франчайзингу: корпоративний та конверсійний.

**Корпоративний франчайзинг** – сучасна форма організації франчайзингового бізнесу, при якій ліцензіат оперує не окремим підприємством, а мережею франшизних підприємств з використанням найманих менеджерів. **Конверсійний франчайзинг** – спосіб розширення франшизної мережі, при якому діюче самостійне підприємство переходить на роботу за договором франчайзингу і приєднується до системи франшизних підприємств, що працюють під контролем одного ліцензіата.

*Переваги франчайзингу для франчайзі (ліцензіатів)* є великими, особливо це має велике значення для підприємців які тільки розпочинають свій бізнес і не мають жодного досвіду в ньому. Перелік основних з них наведено нижче.

1. Навчання менеджменту та консультаційна допомога. Франчайзер, як правило, проводить спеціалізовану підготовку ліцензіатів щодо ключових аспектів менеджменту: кадрова політика; управління запасами; контроль якості; реклама і збут товарів; аналіз фінансового стану та ін. Крім того, франчайзі може в будь-який момент отримати від ліцензіара кваліфіковану консультаційну допомогу з питань управління бізнесом.

2. Бізнес під відомим товарним знаком. Разом із франчайзой купується і репутація ліцензіара, його визнання споживачами.

3. Гарантія якості товарів і послуг. Рівень якості товарів (послуг) ліцензіата визначає репутацію фірми-ліцензіара. Тому збереження високої якості товарів (послуг) є найважливішим елементом франчайзингової системи.

4. Широкомасштабні рекламні кампанії. Кожному окремому ліцензіату не під силу організувати широку рекламну кампанію. Тому вона організовується і проводиться фірмою-ліцензіаром, але фінансується спільно всіма ліцензіатами.

5. Фінансова підтримка. Фінансова підтримка франчайзі виражається в наданні допомоги у наступному: у пошуку джерел початкового фінансування; у виборі приміщення для фірми-ліцензіата та проведенні переговорів за його оренду; в управлінні фінансовою діяльністю фірми-ліцензіата; у налагодженні контактів з фінансовими установами, постачальниками та іншими партнерами/

6. Франчайзинг зменшує ризик підприємницької діяльності. Тому ліцензіат з більшою ймовірністю, ніж самостійно підприємець-початківець, може

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 52

розраховувати на отримання кредиту в банку.

7. Територіальний протекціонізм. Фірма-ліцензіат разом із франчайзой отримує виняткові права на розповсюдження даних товарів (послуг) на заздалегідь певній, обмеженій території.

Наведемо основні *недоліки франчайзингу для франчайзі* (ліцензіатів).

1. Часткова втрата свободи. Потенційний франчайзі повинен ретельно дотримуватися правил та інструкції, встановлені ліцензіаром.

2. Франчайзингові платежі. За зменшення ризику діяльності необхідно платити. Усі переваги, які мають ліцензіати, повинні бути оплачені. Кількість і розміри таких платежів істотно впливають на рентабельність бізнесу ліцензіата.

3. Стандартизація діяльності. Ліцензіар потребує обов'язкового дотримання операційних стандартів діяльності на фірмі ліцензіата. Відповідність стандартам, зазвичай, забезпечується періодичними інспекціями ліцензіара.

4. Обмежені продуктові лінії. У більшості випадків договір франчайзингу передбачає, що ліцензіат повинен продавати (виробляти) тільки такі товари (послуги), які схвалені ліцензіаром.

### **3.3. Початковий капітал та джерела його формування.**

Засновуючи власну справу, підприємець постає перед проблемою пошуку початкового (стартового) капіталу.

Початковий капітал – це сума коштів, необхідних для започаткування справи.

Одній з найважливіших причин невдач в підприємстві є недостатність стартового капіталу. Отже, майбутньому підприємцю необхідно провести детальні розрахунки для того, щоб оцінити фінансові потреби в процесі заснування та функціонування бізнесу. Всі необхідні розрахунки проводяться під час бізнес-планування та відображаються в бізнес-плані. Величина мінімального капіталу, необхідного для започаткування справи, залежить від виду діяльності.

Взагалі до складу витрат на заснування справи входять:

- ✓ витрати на реєстрацію (можуть включати оплату послуг посередника);
- ✓ витрати на оформлення атрибутів фірми;
- ✓ оренда, купівля або будівництво приміщення, при необхідності - перепроєктування приміщення;
- ✓ плата за отримання ліцензії, патенту, інших дозвільних документів;
- ✓ купівля або оренда виробничого обладнання, інструменту, технології;
- ✓ купівля запасу сировини, матеріалів;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 53

- ✓ купівля інвентарю (меблі), офісного обладнання (комп'ютерна техніка, засоби комунікації), програмного забезпечення;
- ✓ витрати на персонал (пошук, найм, навчання);
- ✓ витрати на рекламу та маркетингові дослідження.

Потреба підприємця в певному обсязі капіталу залежить, насамперед, від стратегічних планів самого підприємця і від його підприємницької ідеї. Крім того, існують як капіталомісткі галузі, так і такі, що не потребують великих вкладень капіталу. Під час формування початкового капіталу доцільно враховувати можливі альтернативні варіанти перебігу подій (песимістичний, оптимістичний, найбільш реальний).

Джерела формування початкового капіталу залежать від обраної організаційно-правової форми господарювання, виду діяльності. Підприємець має проаналізувати всі можливі варіанти формування первісного капіталу:

➤ **Залучення власних коштів або майна.** За експертними оцінками, понад 20% малих підприємств функціонують безпосередньо у помешканні власника. Зокрема, використання власних коштів є найменш ризикованим з точки зору відповідальності перед сторонніми кредиторами та фінансових ризиків. Крім того, за використання власних коштів фактично відсутня плата, що здешевлює залучення фінансових ресурсів.

➤ **Отримання кредиту.** Для малих підприємств є можливість взяти участь в Державній програмі «Доступні кредити 5-7-9%», яка розпочалась у 2019 року та спрямована на розвиток малого підприємництва в Україні (більше інформації за посиланням: <https://5-7-9.gov.ua>). Взагалі, ця Державна програма та запроваджені заходи спрямовані на створення та збереження вже існуючих робочих місць, що вирішує нагальну соціально-економічну проблему в суспільстві й є важливим в умовах зниження виробництва.

*Основними критеріями участі у Державній програмі «Доступні кредити 5-7-9%» є:*

- заявник має бути зареєстрований як юридична особа приватного права або фізична особа-підприємець;
- середня кількість працівників на момент подачі заявки не може перевищувати 50 осіб;
- розмір державної підтримки за Програмою не дубе вище еквіваленту 200000 євро;
- кредит може бути спрямований на інвестиційні цілі та інші критерії.

Велику роль у кредитуванні українського бізнесу відіграють міжнародні

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 54

фінансові організації. Однак залучити фінансування від цих організацій досить складний і тривалий процес, в результаті якого можна отримати значні суми під відповідний проект за порівняно невисокі відсотки.

Список міжнародних організацій, що працюють в Україні в цьому напрямку, представлений нижче:

1) Європейська програма підтримки малого та середнього бізнесу COSME.

COSME – це програма підтримки, яка включає набір тематичних проектів і програм, що діють в період з 2014 по 2020 рік, із загальним бюджетом €2,3 млрд. Є 25 підпрограм, які класифікуються за трьома напрямками: нові виходи на зовнішні ринки, підвищення конкурентоспроможності та формування культури ведення бізнесу. У програмах COSME мають змогу брати участь представники малого та середнього бізнесу, громадські організації, агенції регіонального розвитку, бізнес-асоціації, державні органи та навчальні заклади.

2) Програми від Європейського банку реконструкції та розвитку: від залучення експертів-консультантів до надання грантів.

Європейський банк реконструкції та розвитку підтримує підприємців, в різних галузях промисловості, таких як: виробництво продуктів харчування та напоїв, оптова та роздрібна торгівля, будівництво і машинобудування. Гранти видають на діяльність, пов'язану з розвитком бізнесу, таких як: ІТ-консалтинг, маркетингові ініціативи, перехід на європейські стандарти звітності, вихід на зовнішні ринки. Головну увагу приділяють розвитку бізнесу в регіонах - 65 % проектів реалізуються за межами Києва. ЄБРР виділяє гранти підприємствам зі штатом меншим ніж 250 осіб, період діяльності яких не перевищує 2 років.

3) Німецько-український фонд надає програми мікрокредитування та кредитування пріоритетних галузей.

Мікрокредитування - це програма для фізичних осіб, мікропідприємств, малих і середніх підприємств. Фінансуються сфери виробництва, послуг, сільського господарства і торгівлі. Суми кредитів дорівнюють від €25 до €250 тис. терміном на 3-5 років.

Програма кредитування пріоритетних галузей – це фінансування та пільгові умови для сільського господарства, рибництва, харчової промисловості, розвитку малих готелів, зеленого туризму, ресторанного бізнесу, легкої промисловості, проектів з енергоефективності та енергозбереження, а також проектів по збільшенню продуктивності праці та створення робочих місць у слаборозвинених і депресивних регіонах. Згідно з цією програмою видаються кредити від €100 тис. до €300 тис.

4) USAID кредитує аграріїв України через кредитні спілки. Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) розробило проект кредитування

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 55

українських аграріїв, програма якої розрахована на період з 2016 по 2020 рік. Але USAID відповідає лише за фінансування проекту, а його реалізацією займається Всесвітня рада кредитних спілок (WOCCU). За даними статистики Нац. ком. фін. послуг, цього року кількість членів кредитних спілок в Україні скоротилася на 13% — до 674,1 тис. осіб. За кількістю учасників лідирують спілки Львівської області (110,7 тис. осіб), за розміром активів - союзи Києва та Київської області (576,7 млн. грн.).

Про офіційну статистику проектів, які реально втілюються в Україні в рамках дії цих організацій більше представлено на державному порталі: <https://proifi.gov.ua/?p=index>.

Стосовно українських банків, то українські банки пропонують підприємцям кредити під заставу або поручительство. Для отримання кредиту банк потрібно переконати в стабільності бізнесу, зазвичай для цього надають заставу. Найбільш популярними запитами серед підприємців є кредити на поповнення обігових коштів, на придбання обладнання, техніки та нерухомості. А найбільш перспективною галуззю для інвестування є аграрна галузь.

➤ **Інвестування.** Інвестиції є важливим джерелом фінансування бізнесу, особливо на початкових стадіях. Водночас, пошук інвестора може стати складним завданням. Слід визначити наступні можливі шляхи пошуку інвестора:

- представлення свого продукту **на спеціалізованих ярмарках і виставках;**
- **залучення коштів бізнес-ангелів** — фізичних осіб, які професійно або на аматорському рівні (мода, авантюризм, бажання набути досвіду, бути причетним до інноваційного процесу) вкладають кошти в бізнес-ідеї. Існує багато платформ, де можна знайти «свого» бізнес-ангела, а саме:
  - В Україні діє платформа <https://startup.ua>, де можна знайти свого приватного інвестора.
  - Група директорів компаній, які підтримують високотехнологічні компанії на ранніх стадіях: <https://www.bandangels.com>.
  - НРА (HydeParkAngels) – це чиказька група венчурного капіталу, яка орієнтована саме на ангельське інвестування: <https://hydeparkangels.com>.

Можна виділити 3 основні кроки по залученню бізнес-ангелу:

1. Визначаємось з унікальною ідеєю.
2. Пишемо бізнес-план.
3. Якнайкраще презентуємо наш проєкт перед потенційними інвесторами.

- **венчурне інвестування** – інвестування коштів великих компаній, банків, страхових, пенсійних та інших фондів у новостворені інноваційні фірми, що мають значний потенціал зростання і реалізують інноваційні проєкти з

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 56

високим рівнем ризику (наприклад, вітчизняний венчурний фонд WannaBiz);

➤ **Грантове фінансування.** Зазначене джерело передбачає залучення коштів на безповоротній основі за цільовими програмами розвитку. Особливості грантового фінансування полягають у наступному:

- наявність «вікон» – зазвичай, конкурси на надання фінансування мають чітку часову визначеність (дата початку конкурсу, дата закінчення прийому заявок, дата видачі фінансування);

- наявність конкурсу – фінансування, зазвичай, є обмеженим, у той час як кількість претендентів на нього може бути великою;

- необхідність відповідати визначеним вимогам – кожен конкурс має свої вимоги до потенційних реципієнтів фінансування;

- наявність чіткої системи звітування – кошти надаються на безповоротній основі, проте найчастіше донор вимагає звіту про цільове їх використання.

Участь у будь-якому конкурсі, навіть за наявності тільки бізнес-ідеї, є певним тестуванням на її життєздатність та можливістю одержання консультативної допомоги від бізнес-експертів і гіпотетичних інвесторів.

➤ **Краудфандинг** – це спосіб залучити кошти для росту і розвитку проекту, ініціативи, підприємства або програми за рахунок внесків від великої кількості сторонніх осіб, які можуть бути не пов'язані ані з самим проектом, ані з професійним бізнес-інвестуванням. Для засновника це безризикові кошти, оскільки залучаються вони на добровільній основі від небайдужих до можливого проекту людей.

У сучасному світі кошти збираються переважно на онлайн-платформах, а за внесок добровільці отримують винагороду – якісь пам'ятні речі, або сертифікат на майбутній продукт, якщо його вдасться виготовити.

Краудфандингові кошти крім фінансової допомоги означають моральну підтримку для підприємця. Гроші не потрібно повертати. Але необхідно ефективно використати, щоб не змарнувати довіру людей.

Більш детальна інформація про краудфандинг: <https://buduysvoe.com/publications/kraudfandyng-shcho-ce-take-i-yak-vin-prasyuyue-v-ukrayini>.

Підприємець може обрати кілька різних прийнятних джерел в залежності від власного фінансового стану, об'єкта вкладень та допустимого ризику. Одне з найпоширеніших джерел – отримання кредиту. Коли підприємець вперше звертається до кредитора із заявкою про надання кредиту, він повинний представити плановані фінансові показники і комплексний, обґрунтований



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 57

бізнес-план, що включає цілі здійснюваної підприємницької діяльності, опис ділового досвіду, досвіду і здібностей до управління, а також кваліфікації ключового персоналу. Перш ніж отримувати кредит, слід поставити собі три питання: Як я буду використовувати кредит? Якого об'єму позикових засобів дійсно потребую? Яким чином буду повертати кредит? Питання, що краще: придбати майно або узяти в лізинг, має бути дуже ретельно зважено. Лізинг не зв'язує наявні кошти, але його недоліком є те, що лізингоодержувач не може перепродати або удосконалити устаткування до тих пір, поки повністю не викупить його. Для прийняття рішення потрібне зіставлення альтернатив і аналіз витрат.

За допомогою різних джерел утворюється початковий капітал підприємства або так званий статутний капітал. Статутний (складений, зареєстрований) капітал створюється внесенням вкладів засновниками (учасниками). Вкладом до статутного (складеного) капіталу можуть бути гроші, цінні папери, інші речі або майнові чи інші відчужувані права, що мають грошову оцінку (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» тощо). Забороняється використовувати для формування статутного (складеного) капіталу господарського товариства бюджетні кошти, кошти, одержані в кредит та під заставу, векселі, майно державних (комунальних) підприємств, яке не підлягає приватизації. Грошова оцінка вкладу учасника господарського товариства здійснюється за згодою учасників товариства, може проводитись незалежна оцінка.

Строки, розмір, порядок внесення та оцінка вкладів кожного засновника (учасника) до статутного капіталу обумовлюються в установчих документах. Для акціонерного товариства законодавством визначений мінімальний обсяг статутного капіталу – сумаєквівалентна 1250 мінімальним заробітним платам (відповідно до ставки на момент його створення). Розміри статутних капіталів ТОВ, ТДВ та командитних підприємств не обмежуються. Статутний капітал може поповнюватися за рахунок прибутку від господарської діяльності підприємства, а в разі потреби також додаткових вкладів учасників або випуску нових (збільшення номінальної вартості) акцій. Можливе також зменшення статутного капіталу товариства при виплаті вартості частки майна учаснику, що виходить з товариства з обмеженою відповідальністю, чи при зменшенні вартості (або викупі та анулюванні частини) акцій акціонерного товариства.

Кошти статутного капіталу спрямовують на розвиток підприємства. Використовувати кошти статутного капіталу на заробітну плату, заохочення та

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 58

інші потреби забороняється. Статутний капітал є власністю засновників (учасників) в межах їх вкладів.

### 3.4. Найменування та торгівельна марка.

Найменування юридичної особи повинно містити інформацію про її організаційно-правову форму та назву.

Назва юридичної особи може складатися з власної назви юридичної особи, а також містити інформацію про мету діяльності, вид, спосіб утворення, залежність юридичної особи та інші відомості згідно з вимогами до найменування окремих організаційно-правових форм юридичних осіб, установленими Цивільним, Господарським кодексами України.

За відомим висловом з легендарного мультфільму «Пригоди капітана Врунгеля»: «Как вы яхту назовёте так она и поплывёт!», назва є неабияким атрибутом започаткування бізнесу.

Назва повинна:

- визначати товар чи послугу, які будуть вироблятися;
- звучати сучасно;
- створювати позитивний імідж;
- легко вимовлятися і запам'ятовуватися;
- не повторювати назву інших підприємств.

У найменуванні юридичних осіб забороняється використовувати:

- повне чи скорочене найменування державних органів або органів місцевого самоврядування, або похідні від цих найменувань, або історичні державні найменування;

- символіку комуністичного та/або націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів;

- терміни, аббревіатури, похідні терміни, заборона використання яких передбачена законом.

Відомості про комерційне найменування суб'єкта господарювання вносяться за його поданням до реєстрів.

Словесна назва як складова частина фірмового найменування має бути відмінною від інших, оригінальною і привабливою з погляду реклами. У зв'язку з цим, сформульовані правила розробки назви підприємства, торгової марки, а саме:

1. Новизна ідеї. Тільки нові оригінальні назви здатні ідентифікувати підприємство і пропоновані ним товари і ефективно виконувати свої функції. В даний час це завдання є дуже важким, оскільки існує велика кількість назв

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 59

підприємств і важко придумати що-небудь нове. Цю проблему вирішують штучно створені словесні назви, які відрізняються оригінальністю і своєрідністю. Якщо назва організації дуже сильно нагадує те, що вже існує, ім'я іншої компанії, власник цього бренду може пред'явити авторські права на це і суміжні з ним назви та вимагати не використовувати дану назву організації;

2. Незмінність (до назви звикають, вона міцно утримується у пам'яті). Це полегшує ділові контакти. Неможливо уявити, щоб всесвітньо відомі фірми «Дженерал моторз», «Пежо», «Рено», «Міцубісі», ІВМ раптом перейменували;

3. Асоціативність. Ця ознака має на увазі такий зв'язок між назвою фірми та її профілем, іншими характерними рисами, при яких фірмова назва викликає в свідомості уявлення про характер діяльності, продукцію, місцезнаходження підприємства. При цьому асоціативність не повинна зводитися до прямої описовості, до простої назви товару. Приклади назв, що відтворюють образ товару, послуги – Автоаз, Інкомбанк, «Солодке життя», «Урожай», «Копійка», «Ремодяг»; що відтворюють розташування магазину – «Перехрестя», «Біля вокзалу» і ін. Слід уникати надмірної жорсткості у визначенні характеру діяльності, тому що він може змінитися, зокрема внаслідок диверсифікації. Асоціативність назви повинна викликати у людини позитивні емоції, приємні уявлення, які будуть пов'язуватись з підприємством (його товаром), наприклад, «Екватор» (тепло), «Гавань» (відпочинок, затишок).

4. Лаконічність, зрозумілість. Назви фірм мають бути короткими. На думку деяких експертів, назви повинні складатися з 1-2 складів (Гном, Kodak). Лаконічне слово володіє значними перевагами з погляду сприйняття і запам'ятовування. Проте більшість назв торгових підприємств довгі і ваговиті, їх важко прочитати і запам'ятати. Наприклад, назва «Сьомий Континент».

5. Естетичність. Назва має бути благозвучною, не викликати негативних емоцій. Назва не повинна зачіпати національних, релігійних і інших відчуттів людей, нагадувати нецензурні, неприємні на слух слова чи поняття, які не сприяють авторитету фірми. Естетичністю характеризуються назви парфумерних магазинів «Віола», «Елегія», «Вальс». Необхідно, щоб шляхом заміни літер, їх перестановки або додавання не можна було трансформувати її у хибну назву, що призвело б до падіння престижу фірми.

6. Зручність у вимові. Ця ознака близько примикає до благозвучності. Відмінність між ними полягає в тому, що благозвучність має на увазі насамперед приємне звучання, тоді як зручність у вимові пов'язана з легкістю вимови. Для відповідності цій ознаці словесні знаки повинні мати чергування явних і приголосних букв. Обережність потрібна при використанні аббревіатури, не відповідають даній ознаці буквені поєднання, що не мають словесного характеру

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 60

(РТЗ, ГМЗ, УЗППВ і т. д.). Ознака зручності у вимові пов'язана також з ознакою лаконічності. Короткі слова, як правило, простіше для вимови, в них важче зробити помилки в наголосі. По можливості застосування іноземних слів тільки тоді, коли немає еквівалента у мові даної країни. Використання в назві підприємства іноземних слів є виправданим, якщо діяльність підприємства має відношення до закордонних товарів («Адидас», «Нокія»).

7. Прийнятність для іноземців. Поняття естетичності для назв підприємств, що працюють на зарубіжному ринку, ширше. Чим більш інтернаціональною буде назва, тим краще. Цей підхід актуальний у тому випадку, коли у плани власників входить глобальний розвиток компанії, вихід її на міжнародний ринок, навіть якщо це здається маловірогідним і дуже далекою подією в майбутньому.

Якщо назва фірми викликає у клієнтів асоціацію з діяльністю підприємства і одночасно формує позитивні емоції, то висока вірогідність довіри з боку клієнтів і залучення безлічі нових клієнтів. За даними соціологічних досліджень, якщо назва фірми викликає у покупців відторгнення, то 10 відсотків з них відмовляються від товарів або послуг фірми.

В Україні існують діють нормативні вимоги щодо найменування підприємств. Відповідно до наказу Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва «Про затвердження вимог щодо написання найменування юридичної особи або її відокремленого підрозділу» у найменуванні юридичної особи зазначаються її організаційно-правова форма (крім органів державної влади, органів місцевого самоврядування) та назва. Найменування юридичної особи викладається державною мовою; не може бути тотожним найменуванню іншої юридичної особи. У найменуванні юридичної особи приватного права забороняється використання найменувань органів державної влади, місцевого самоврядування та історичних державних найменувань. У назві юридичної особи не може бути використане слово «національний» у всіх відмінках, крім закладів (установ), які набувають статусу національного закладу (установи). Найменування відокремленого підрозділу повинно містити слова «відокремлений підрозділ» («філія», «представництво» тощо) та вказувати на належність до юридичної особи, яка створила зазначений відокремлений підрозділ.

Юридична особа, крім повного найменування (не більше ніж 182 символи), може мати скорочене найменування (не більше ніж 38 символів). Назва юридичної особи береться у лапки та зазначається безпосередньо після організаційно-правової форми суб'єкта господарювання.

Фірмове найменування продавець розміщує на вивісці. Вивіска повинна

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 61

розташовуватися на фасаді підприємства (де розташовані вітрина і вхід) між віконними отворами або вітринами першого поверху і віконними отворами другого поверху. Вивіски мають підсвічуватися вечірньої пори індивідуальними внутрішніми або зовнішніми джерелами світла. Вдало підібрана назва сприяє створенню оригінальної емблеми, товарного знаку підприємства, слогана. Фірмове найменування може бути логотипом підприємства.

Логотип – оригінальне зображення повного або скороченого найменування підприємства (організації) або товару. Логотип – найважливіший елемент іміджу компанії. Він служить, насамперед, для ідентифікації компанії на ринку. Логотипи з'явилися для того, щоб відрізнити продукцію різних фірм в рамках однієї галузі. У сприйнятті споживача наявність логотипу або торгового знаку є гарантією якості товару. Логотип є обличчям фірми, це те, що може виділити її серед конкурентів, викликати довіру, сформуванати позитивне враження, привернути нових відвідувачів.

В більшості випадків, логотип складається із наступних елементів:

- графічне зображення, найчастіше - це комплекс геометричних фігур;
- назва фірми або організації;
- короткий слоган – необов'язковий елемент логотипу.

Фірмове найменування і його колір можуть бути юридично захищені у вигляді товарного знаку. Після відповідної реєстрації товарний знак стає власністю підприємства і не може використовуватися іншими підприємствами.

Відповідно до Цивільного кодексу України та закону «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» торговельна марка або знак для товарів і послуг (англ. trademark) – позначення, за яким товари та послуги одних осіб відрізняються від товарів та послуг інших осіб. Такими позначеннями можуть бути слова, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів. Торговельну марку називають також товарним знаком, знаком для товарів і послуг, брендом, логотипом.

Використанням торговельної марки у сфері господарювання визнається застосування її на товарах та при наданні послуг, для яких вона зареєстрована, на упаковці товарів, у рекламі, друкованих виданнях, на вивісках, під час показу експонатів на виставках і ярмарках, що проводяться в Україні, у проспектах, рахунках, на бланках та в іншій документації.

## **ТЕМА 4. ПРАВОВІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.**

4.1. Правове забезпечення розвитку бізнесу на сучасному етапі.

4.2. Поняття державної реєстрації суб'єктів бізнесу та її ознаки.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 62

- 4.3. Порядок державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності.
- 4.3.1. Державна реєстрація фізичної особи-підприємця.
- 4.3.2. Державна реєстрація юридичної особи.
- 4.4. Обмеження підприємницької діяльності. Ліцензування та патентування.

#### **4.1. Правове забезпечення розвитку бізнесу на сучасному етапі**

Формування та розвиток національного бізнес середовища значною мірою залежить від створення відповідної правової бази, яка стимулює підприємницьку активність та добросовісну конкуренцію.

Зміст правового забезпечення діяльності бізнесу виявляється в чіткому, послідовному й однозначному здійсненні органами державної влади і місцевого самоврядування повноважень щодо упорядкування правовідносин, які виникають у сфері реалізації конституційного права на підприємництво та утворення дійової системи державних гарантій щодо підтримки і сприяння підприємницької діяльності.

Правове забезпечення створює те середовище, в якому діє підприємець, гарантуючи йому державний захист прав власності, рівність прав і свободу підприємницької діяльності, вільну і законну конкуренцію, державну підтримку.

На сьогодні правове регулювання підприємництва здійснюється численними нормативно-правовими актами як загального, так і спеціального характеру.

Під правовим забезпеченням ведення бізнесу (правовою базою) розуміється комплекс юридичних норм, закріплених у Конституції України, законодавчих, нормативно-правових актах і актах індивідуального характеру, які встановлюють правила поведінки суб'єктів підприємництва при здійсненні ними господарської діяльності, а також визначають міру відповідальності за порушення цих правил.

В Україні необхідність прийняття спеціального закону з питань розвитку підприємництва була зумовлена двома причинами: по-перше, необхідністю відмінити існуюче в законодавстві обмеження (до 1991 р. приватна підприємницька діяльність була заборонена, вона вважалася кримінальним злочином); по-друге, необхідністю сформування правового поля, яке стимулювало б розвиток підприємництва та його підтримку.

Тому 1991 р. Верховною Радою України було ухвалено Закон України «Про підприємництво». Цей Закон визначає основні правові, економічні та соціальні засади заняття підприємницькою діяльністю (підприємництва) громадянами та юридичними особами на території України, встановлює гарантії свободи підприємництва та його державної підтримки.

Підприємницьку діяльність регламентують також Закони України «Про господарські товариства», «Про фермерське господарство», «Про захист

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 63

економічної конкуренції», «Про ліцензування видів господарської діяльності», «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення умов ведення бізнесу (дерегуляція)», «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо використання печаток юридичними особами та фізичними особами-підприємцями», «Про ціни і ціноутворення», «Про акціонерні товариства», «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» та ін., Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, Податковий кодекс України.

Головним нормативним актом, який закріплює основні засади державного регулювання підприємницької діяльності є Господарський кодекс України, який набув чинності з 1 січня 2004 року, зокрема це: конституційні основи правопорядку у сфері господарювання, загальні принципи господарювання, основні напрями та форми участі держави і місцевого самоврядування у сфері господарювання тощо.

Господарський кодекс України є нормативною базою для здійснення підприємницької діяльності. Саме він регламентує ступінь свободи підприємницької діяльності, її основні принципи, організаційні форми підприємництва, права найму працівників і соціальні гарантії щодо використання їх праці, загальні гарантії для підприємців, державну підтримку підприємства, відповідальність суб'єктів підприємництва, діяльність іноземних підприємців в Україні, припинення підприємницької діяльності.

У ст. 42 Господарського кодексу підприємництво визначається як самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Законодавство визначає порядок створення, державної реєстрації, діяльності, реорганізації та ліквідації суб'єктів підприємництва окремих організаційних форм.

#### 4.2. Поняття державної реєстрації суб'єктів бізнесу та її ознаки.

Необхідною умовою для офіційного, легітимного здійснення підприємницької діяльності є державна реєстрація. Особа, яка займається підприємницькою діяльністю, втрачає це право з моменту припинення дії державної реєстрації, її анулювання тощо.

Відповідно до Закону «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань», **державна реєстрація** – офіційне

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 64

визнання шляхом засвідчення державою факту створення або припинення юридичної особи, громадського формування, що не має статусу юридичної особи, засвідчення факту наявності відповідного статусу громадського об'єднання, професійної спілки, її організації або об'єднання, політичної партії, організації роботодавців, об'єднань організацій роботодавців та їхньої символіки, засвідчення факту набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, зміни відомостей, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, про юридичну особу та фізичну особу-підприємця, а також проведення інших реєстраційних дій.

Тобто державна реєстрація передбачає внесення даних про суб'єкт бізнесу до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (надалі – ЄДР).

*До ознак державної реєстрації можна віднести:*

- Державною реєстрацією юридичної особи вважають засвідчення факту її створення. Відповідно до ст. 80 Цивільного Кодексу України, юридичною особою є організація, створена у встановленому законом порядку.

- Державна реєстрація засвідчує факт набуття фізичною особою статусу підприємця або позбавлення цього статусу.

Отже, змістом державної реєстрації щодо організацій є контроль за законністю їх створення, а стосовно фізичних осіб – фіксація початку підприємницької діяльності.

Результатом державної реєстрації є внесення відомостей про суб'єкт господарювання до Єдиного державного реєстру (ЄДР).

**ЄДР** – єдина державна інформаційна система, що забезпечує збирання, накопичення, обробку, захист, облік та надання інформації про юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадські формування, що не мають статусу юридичної особи.

Єдиний державний реєстр створюється з метою забезпечення державних органів та органів місцевого самоврядування, а також учасників цивільного обороту достовірною інформацією про юридичних осіб, громадські формування, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб-підприємців з Єдиного державного реєстру.

За державну реєстрацію та за надання відомостей з Єдиного державного реєстру справляється адміністративний збір. Його розміри закріплено в частині 5 ст. 36 Закону «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» та залежать від величини прожиткового мінімуму для працездатних осіб, встановленому законом на 1 січня календарного року.



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 65

Процедура державної реєстрації здійснюється державним реєстратором. Відповідно до чинного законодавства, **державну реєстрацію мають право здійснювати:**

- виконавчі органи сільських, селищних та міських рад, Київська та Севастопольська міські, районні, районні у містах Києві та Севастополі державні адміністрації;

- нотаріуси;

- акредитовані суб'єкти – у разі державної реєстрації юридичних осіб (крім відповідних виключень) та фізичних осіб-підприємців.

Наразі досить часто обов'язки державного реєстратора виконують центри надання адміністративних послуг (ЦНАПи).

Тобто, державний реєстратор – особа, яка перебуває у трудових відносинах з суб'єктом державної реєстрації, нотаріус.

**Державна реєстрація базується на ряді основних принципів:**

- обов'язковості державної реєстрації в Єдиному державному реєстрі;
- публічності державної реєстрації в Єдиному державному реєстрі та документів, що стали підставою для її проведення;
- врегулювання відносин, пов'язаних з державною реєстрацією, та особливостей державної реєстрації виключно цим Законом;
- державної реєстрації за заявницьким принципом;
- єдності методології державної реєстрації;
- об'єктивності, достовірності та повноти відомостей у Єдиному державному реєстрі;
- внесення відомостей до Єдиного державного реєстру виключно на підставі та відповідно до цього Закону;
- відкритості та доступності відомостей Єдиного державного реєстру.

Документи для реєстрації суб'єкта бізнесу можуть подаватися як у паперовій, так в у електронній формі. У паперовій формі документи для реєстрації можуть подаватися як особисто, так і поштовим відправленням. При поданні документів у електронній формі заявник може скористатися електронними сервісами Міністерства юстиції України.

Процедура державної реєстрації та необхідні для її проведення документи дещо відрізняються для реєстрації фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб.

#### **4.3. Порядок державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності.**

##### **4.3.1. Державна реєстрація фізичної особи-підприємця.**

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 66

**Для реєстрації фізичної особи-підприємця** необхідно здійснити наступні кроки:

1. Обрати види діяльності за КВЕД (Класифікатор видів економічної діяльності) та систему оподаткування. Зокрема, відповідно до чинного законодавства можливим є застосування загальної або спрощеної системи оподаткування.

Спрощена система оподаткування передбачає заміну сплати окремих податків, визначених ст. 297 Податкового кодексу України (наприклад, податок на прибуток, податок з доходів фізичних осіб, податок на майно тощо), на єдиний податок, ставка якого визначається відповідно до групи платника єдиного податку. Ст. 291 (розділ 14) Податкового Кодексу встановлює наступні **групи платників єдиного податку**<sup>7</sup>:

1) перша група – фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню й обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 300000 гривень;

2) друга група – фізичні особи-підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства, за умови, що протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:

- не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб;
- обсяг доходу не перевищує 1500000 гривень;

3) третя група – фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена та юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 5000000 гривень;

4) четверта група – сільськогосподарські товаровиробники:

а) юридичні особи незалежно від організаційно-правової форми, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 відсотків;

<sup>7</sup>Групи платників єдиного податку визначені законодавчо, а отже, можуть змінюватися при внесенні змін до відповідних нормативно-правових актів

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 67

б) фізичні особи - підприємці, які провадять діяльність виключно в межах фермерського господарства, зареєстрованого відповідно до Закону України «Про фермерське господарство», за умови виконання сукупності таких вимог:

- здійснюють виключно вирощування, відгодовування сільськогосподарської продукції, збирання, вилов, переробку такої власновирощеної або відгодованої продукції та її продаж;
- провадять господарську діяльність (крім постачання) за місцем податкової адреси;
- не використовують працю найманих осіб;
- членами фермерського господарства такої фізичної особи є лише члени її сім'ї;
- площа сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду у власності та/або користуванні членів фермерського господарства становить не менше 2 гектарів, але не більше 20 гектарів.

Враховуючи той факт, що четверта група передбачає наявність даних про діяльність суб'єкта бізнесу у попередніх звітних періодах, при реєстрації можливий вибір лише 1-3 груп платників єдиного податку.

Водночас, при обранні системи оподаткування варто пам'ятати, що існують обмеження з видів діяльності, які можуть здійснювати платники єдиного податку. Наприклад, суб'єкти бізнесу, що здійснюють виробництво та / або продаж алкогольних напоїв (крім пива, сидру, пері (без додавання спирту) та столових вин) не можуть бути платниками єдиного податку. Тож до вибору системи оподаткування слід підходити зважено та вивчивши відповідну законодавчу базу (в першу чергу, Податковий кодекс України).

**КВЕД** (посилання: [http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10\\_i.html](http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html)) систематизує види діяльності, що здійснюються суб'єктами господарювання в Україні.

Класифікатор видів економічної діяльності, або просто КВЕД, містить усі можливі напрямки роботи підприємств. Код КВЕД підбирається на самому початку діяльності: при первинній реєстрації підприємства. Він відображає основний вид діяльності компанії (наприклад, "діяльність їдалень та послуги з постачання готової їжі"). Причому, якщо компанія розвиває кілька напрямків, то код може відповідати тільки одному з них, основному. Формально кількість кодів не обмежена, але на практиці прийнято вказувати від 1 до 6 кодів (тобто, видів економічної діяльності) для підприємства.

Кожна нова юридична особа (в тому числі ФОП та відокремлені підрозділи юридичних осіб) – тобто так звана "Статистична одиниця" – при реєстрації отримує код за актуальним КВЕД. У заповненій картці, що подається державному

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 68

реєстратору, є спеціальний розділ про види економічної діяльності, із зазначенням коду КВЕД та назви майбутньої діяльності.

2. Подати державному реєстратору документи:

1) заява про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем;  
2) заява про обрання фізичною особою спрощеної системи оподаткування та/або реєстраційна заява про добровільну реєстрацію як платника податку на додану вартість – за бажанням заявника;

3) нотаріально засвідчена письмова згода батьків (усиновлювачів) або піклувальника чи органу опіки та піклування – для фізичної особи, яка досягла шістнадцяти років і має бажання займатися підприємницькою діяльністю, але не має повної цивільної дієздатності;

4) договір (декларація) про створення сімейного фермерського господарства – у разі державної реєстрації фізичної особи, яка самотійно або з членами сім'ї створює сімейне фермерське господарство відповідно до Закону України «Про фермерське господарство».

Додатково також можуть подаватися:

5) копія картки платника податків, засвідчена підписом власника (ідентифікаційного коду);

6) копія паспорта.

3. Протягом 24 годин (крім святкових та вихідних днів) отримати виписку з ЄДР у реєстратора або через електронний сервіс Міністерства юстиції.

***Виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань*** – документ в електронній або у випадках, передбачених Законом, у паперовій формі, який формується за результатами проведення реєстраційних дій і містить відомості про юридичну особу або її відокремлений підрозділ, фізичну особу-підприємця (у тому числі про взяття на облік в органах державної статистики та державної фіскальної служби, видачу ліцензії та документів дозвільного характеру) або громадське формування, що не має статусу юридичної особи, а також про проведену реєстраційну дію.

4. Придбати Книгу обліку доходів, пронумерувати її сторінки та підписати.

5. Протягом 10 днів з моменту отримання виписки подати до органів Державної фіскальної служби (ДФС) Книгу обліку доходів разом із заявою про її реєстрацію, а також із заявою про отримання витягу з реєстру платників податків.

6. Протягом 10 днів з моменту подання заяви отримати у ДФС зареєстровану Книгу та витяг з реєстру платників податків.

7. Відкрити рахунок у банку.

8. Одержати електронний цифровий підпис.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 69

9. За необхідності оформити печатку (це не є обов'язковою вимогою).

На цьому етапі фізична особа-підприємець є зареєстрованим суб'єктом бізнесу, що може провадити свою діяльність.

**Підстави для відмови у державній реєстрації фізичної особи - підприємця:**

- 1) документи подано особою, яка не має на це повноважень;
- 2) у Єдиному державному реєстрі містяться відомості про судові рішення щодо заборони у проведенні реєстраційної дії;
- 3) не усунуто підстави для зупинення розгляду документів протягом встановленого строку;
- 3-1) документи подані до неналежного суб'єкта державної реєстрації;
- 4) наявні обмеження на зайняття підприємницькою діяльністю, встановлені законом;
- 5) наявність в Єдиному державному реєстрі запису, що фізична особа вже зареєстрована як фізична особа-підприємець;
- 6) подані документи суперечать вимогам законів України.

#### 4.3.2. Державна реєстрація юридичної особи.

**Для реєстрації юридичної особи** необхідно здійснити наступні кроки:

1. Обрати види діяльності за КВЕД та систему оподаткування (загальну або спрощену, для юридичної особи при реєстрації можливим є обрання третьої групи платників єдиного податку).

2. Розробити та оформити установчі документи.

Відповідно до ст. 57 Господарського кодексу України **установчими документами** є рішення про утворення суб'єкта бізнесу або засновницький договір, а у випадках, передбачених законом, статут (положення) суб'єкта бізнесу.

В установчих документах повинні бути зазначені найменування суб'єкта бізнесу, мета і предмет діяльності, склад і компетенція його органів управління, порядок прийняття ними рішень, порядок формування майна, розподілу прибутків та збитків, умови його реорганізації та ліквідації, якщо інше не передбачено законом.

3. Подати державному реєстратору документи:

- 1) заява про державну реєстрацію створення юридичної особи;
- 2) заява про обрання юридичною особою спрощеної системи оподаткування та/або реєстраційна заява про добровільну реєстрацію як платника податку на додану вартість;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 70

3) примірник оригіналу (нотаріально засвідчену копію) рішення засновників (засновницького договору), а у випадках, передбачених законом, – рішення відповідного державного органу про створення юридичної особи;

4) установчий документ (статут) юридичної особи – у разі створення юридичної особи на підставі власного установчого документа подається два примірники;

5) документ, що підтверджує реєстрацію іноземної особи у країні її місцезнаходження (витяг із торговельного, банківського, судового реєстру тощо), – у разі створення юридичної особи, засновником (засновниками) якої є іноземна юридична особа.

В окремих випадках створення юридичної особи (наприклад, в результаті поділу, злиття, приєднання тощо) подаються також і інші документи, визначені Законом.

4. Протягом 24 годин (крім святкових та вихідних днів) отримати виписку з ЄДР у реєстратора або через електронний сервіс Міністерства юстиції.

5. За необхідності подати документи для реєстрації у органах ДФС та статистики (в Україні діє принцип «єдиного вікна», тому реєстратор зобов'язаний передавати дані про суб'єкта господарювання до ДФС та органів статистики одночасно із внесенням даних до ЄДР, проте краще пересвідчитися у тому, що реєстрація відбулася).

6. Відкрити рахунок у банку.

7. Одержати електронний цифровий підпис.

8. За необхідності оформити печатку.

Варто відзначити, що на сьогодні за сприяння Державної регуляторної служби України, програми EU4Business та BRDO (Офісу ефективного регулювання) створено державний інформаційний сервіс Start Business Challenge, що містить покрокові інструкції щодо реєстрації окремих видів бізнесу з переліком необхідних документів.

Для отримання довідки або витягу з Єдиного державного реєстру особа має право звернутися із запитом до державного реєстратора незалежно від місцезнаходження або місця проживання запитувача.

Довідка надається протягом п'яти робочих днів з дати надходження запиту. Запит подається особисто засновниками (учасниками) юридичної особи, фізичною особою або уповноваженим ними органом чи особою. Державному реєстратору пред'являються паспорт та документ, що засвідчує повноваження.

Всі ці документи оформлюються на бланках суворої звітності, які мають облікову серію та номер.

Немає нічого вічного у світі. Це стосується і підприємницької діяльності.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 71

Підприємницька діяльність припиняється:

- з власної ініціативи підприємця;
- у разі закінчення строку дії ліцензії;
- у разі припинення існування підприємця;
- на підставі рішення суду у випадках, передбачених Господарським Кодексом та іншими законами.

Скасування державної реєстрації здійснюється за заявою власника (власників) або уповноважених ним (ними) органів чи за особистою заявою підприємця-громадянина, а також на підставі рішення суду. При цьому подається також пакет документів.

Таблиця 4.1

Обов'язкові документи для припинення підприємницької діяльності

Юридичної особи	ДОКУМЕНТИ	Фізичної особи (фізичної особи-підприємця)
заява про державну реєстрацію припинення юридичної особи в результаті її ліквідації		заява про державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичної особи
примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) рішення учасників юридичної особи або відповідного органу про припинення юридичної особи		Або ксерокопія свідоцтва про смерть фізичної особи, судове рішення про визнання фізичної особи безвісно відсутньою
примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) документа, яким затверджено персональний склад комісії з припинення або ліквідатора, реєстраційні номери облікових карток платників податків, строк заявлення кредиторами своїх вимог		
довідка архівної установи про прийняття документів		

Скасування державної реєстрації позбавляє суб'єкта підприємницької діяльності статусу юридичної особи і є підставою для виключення його з Єдиного державного реєстру підприємств і організацій України.

#### 4.4. Обмеження підприємницької діяльності. Ліцензування та патентування.

Чинне законодавство має низку обмежень щодо здійснення підприємницької діяльності як за суб'єктами, так і за видами діяльності.

##### І. Обмеження права на підприємництво за суб'єктним складом Згідно зі ст. 42.

Конституції України підприємницька діяльність депутатів, посадових і службових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 72

обмежується законом.

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

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

## II. Обмеження права на підприємництво за видами діяльності й організаційно-правовими формами господарювання.

Здійснення певних видів підприємницької діяльності потребує отримання окремих дозволів:

- ліцензій, процедуру отримання яких передбачено Законом України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» та іншими нормативно-правовими актами. **Ліцензія** – запис у Єдиному державному реєстрі про рішення органу ліцензування щодо наявності у суб'єкта господарювання права на провадження визначеного ним виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню;

- патенту, процедура отримання якого передбачена ст. 267 ПК України. **Патент** – документ, що засвідчує авторство на винахід та виключне право на використання його протягом певного строку;

- інших документів дозвільного характеру згідно з положеннями Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності».

Згідно з чинним законодавством обмеження у здійсненні підприємницької діяльності стосуються її видів, пов'язаних з такими діями:

- виготовлення і розповсюдження наркотичних засобів, психотропних речовин (крім спеціально обумовлених);

- виготовлення і реалізація військової зброї та боєприпасів до неї, вибухових речовин;

- видобування бурштину;

- охорона окремих особливо важливих об'єктів державної власності (перелік яких дається Кабінетом Міністрів);

- розробка, випробування, виробництво та експлуатація ракетноносіїв.

Ці види діяльності можуть здійснюватися лише державними підприємствами та організаціями, а проведення ломбардних операцій -також за участю певних товариств.

Водночас уряд встановлює перелік видів діяльності, якими можна займатися



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 73

лише за ліцензіями.

Діяльність, пов'язана з виробництвом бензинів моторних сумішевих або з додаванням (змішуванням) біоетанолу та/або біокомпонентів на його основі до вуглеводневої основи (бензинів, фракцій, компонентів тощо), здійснюється підприємствами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України за поданням центрального органу виконавчої влади, що забезпечує реалізацію державної політики в паливно-енергетичному комплексі.

Діяльність, пов'язана з виробництвом біоетанолу, здійснюється суб'єктами господарювання за наявності відповідної ліцензії.

Згідно з чинним законодавством ліцензуванню підлягають ті види підприємницької діяльності, які безпосередньо впливають на здоров'я людини, навколишнє середовище і безпеку держави.

Ліцензування – засіб державного регулювання провадження видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, спрямований на забезпечення реалізації єдиної державної політики у сфері ліцензування, захист економічних і соціальних інтересів держави, суспільства та окремих споживачів.

Суб'єкт господарювання може здійснювати види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, після внесення відомостей до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань щодо рішення органу ліцензування про видачу йому ліцензії.

Господарська діяльність здійснюється на підставі ліцензії, виданої органом ліцензування, яким є:

- ✓ центральний орган виконавчої влади, державний колегіальний орган, - провадиться на всій території України;
- ✓ Рада міністрів Автономної Республіки Крим, - провадиться на території Автономної Республіки Крим;
- ✓ місцевий орган виконавчої влади, - провадиться на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

Ліцензуванню підлягають такі види господарської діяльності:

- 1) банківська діяльність;
- 2) надання фінансових послуг;
- 3) професійна діяльність на ринку цінних паперів;
- 4) діяльність у галузі телебачення і радіомовлення;
- 5) діяльність у сфері електроенергетики;
- 6) освітня діяльність;
- 7) виробництво і торгівля спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 74

- 8) діяльність у сфері телекомунікацій;
- 9) будівництво об'єктів, що за класом наслідків (відповідальності) належать до об'єктів з середніми та значними наслідками;
- 10) виробництво лікарських засобів, оптова та роздрібна торгівля лікарськими засобами, імпорт лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів);
- 11) виробництво та ремонт вогнепальної зброї невійськового призначення і боєприпасів до неї, холодної зброї, пневматичної зброї калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду, торгівля вогнепальною зброєю невійськового призначення та боєприпасами до неї, холодною зброєю, пневматичною зброєю калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду; виробництво спеціальних засобів, заряджених речовинами сльозоточивої та дратівної дії, індивідуального захисту, активної оборони та їх продаж;
- 12) виробництво вибухових матеріалів промислового призначення;
- 13) надання послуг і виконання робіт протипожежного призначення;
- 14) виробництво особливо небезпечних хімічних речовин;
- 15) медична практика;
- 16) діяльність банків пуповинної крові, інших тканин і клітин людини;
- 17) ветеринарна практика;
- 18) випуск та проведення лотерей;
- 19) туropolіторська діяльність;
- 20) посередництво у працевлаштуванні за кордоном;
- 21) промисловий вилов водних біоресурсів за межами юрисдикції України;
- 22) культивування рослин, включених до Переліку наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів;
- 23) діяльність, пов'язана з розробленням, виготовленням, постачанням спеціальних технічних засобів для зняття інформації з каналів зв'язку та інших технічних засобів негласного отримання інформації;
- 24) перевезення пасажирів, небезпечних вантажів та небезпечних відходів річковим, морським, автомобільним, залізничним та повітряним транспортом, міжнародні перевезення пасажирів та вантажів автомобільним транспортом;
- 25) зовнішньоекономічна діяльність;
- 26) транспортування нафти, нафтопродуктів магістральним трубопроводом;
- 27) діяльність на ринку природного газу;
- 28) централізоване водопостачання та водовідведення, крім централізованого водопостачання та водовідведення за нерегульованим тарифом;
- 29) виробництво теплової енергії, транспортування теплової енергії

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 75

магістральними і місцевими (розподільчими) тепловими мережами та постачання теплової енергії, крім виробництва, транспортування та постачання теплової енергії за нерегульованим тарифом;

- 30) охоронна діяльність;
- 31) перероблення та захоронення побутових відходів;
- 32) виробництво ветеринарних препаратів.

*Ліцензійними умовами встановлюються зміст та форма:*

- 1) заяви про одержання ліцензії;
- 2) документів, що додаються до заяви про одержання ліцензії;
- 3) опису документів, що подаються для одержання ліцензії;
- 4) документів щодо кожного місця провадження господарської діяльності.

Строк прийняття рішення про видачу ліцензії становить десять робочих днів з дня одержання органом ліцензування заяви про отримання ліцензії.

Набуття здобувачем ліцензії права на провадження виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, відбувається з моменту внесення рішення органу ліцензування про видачу ліцензії до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань.

Ліцензія видається на необмежений строк. За видачу ліцензії справляється разова плата в розмірі одного прожиткового мінімуму, виходячи з розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб, що діє на день прийняття органом ліцензування рішення про видачу ліцензії, якщо інший розмір плати не встановлений законом.

Підставою для прийняття рішення про анулювання ліцензії є:

- 1) заява ліцензіата про анулювання власної ліцензії;
- 2) набрання чинності рішенням органу ліцензування про анулювання ліцензії або скасування такого рішення спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування;
- 3) наявність у Єдиному державному реєстрі відомостей про державну реєстрацію припинення юридичної особи;
- 4) подання копії свідоцтва про смерть фізичної особи-підприємця (у разі відсутності правонаступника);
- 5) акт про невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов, встановлених для виду господарської діяльності;
- 6) акт про повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов;
- 7) акт про виявлення недостовірності даних у документах, поданих суб'єктом господарювання разом із заявою про отримання ліцензії;
- 8) акт про відмову ліцензіата у проведенні перевірки органом ліцензування;
- 9) акт про документальне підтвердження встановлення факту контролю

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	<i>Випуск 1</i>	<i>Зміни 0</i>	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 129 / 76</i>

(вирішального впливу) за діяльністю ліцензіата осіб інших держав, що здійснюють збройну агресію проти України.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 77

*"У житті неминучі дві речі – смерть і податки".  
Б. ФРАНКЛІН (1706-1790)*

## ТЕМА 5. ВИБІР СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ

### ЧАСТИНА 1

- 4.1. Види податків і обов'язкових зборів.
- 4.2. Особливості вибору системи оподаткування та реєстрації платником податків.
- 4.3. Спрощена система оподаткування суб'єктів господарювання.
  - 4.3.1. *Основні переваги та обмеження перебування на спрощеній системі оподаткування.*
  - 4.3.2. *Характеристика груп єдиного податку.*

### ЧАСТИНА 2

- 4.4. Єдиний соціальний внесок.
- 4.5. Податкове навантаження на спрощеній системі оподаткування.
- 4.6. Загальна система оподаткування.
  - 4.6.1. *Загальна система оподаткування для фізичних осіб – підприємців.*
  - 4.6.2. *Податкове навантаження фізичної особи-підприємця на загальній системі оподаткування.*

### ЧАСТИНА 1

#### **5.1. Види податків і обов'язкових зборів**

Прекрасна ідея, гарантований збут необмеженої кількості продукції, і добрий бізнес-план ще не є гарантією того, що бізнес буде процвітати. Важливим моментом ведення бізнесу є дисципліна виконання податкового законодавства і, по можливості, оптимізація податкової політики з боку суб'єкта господарювання.

Необхідно постійно стежити за змінами, що відбуваються, в податковому законодавстві, оскільки деякі з них, значно змінюють правила гри. Ігнорування моніторингу податкової політики держави може привести підприємця до фінансових втрат, через сплату неочікуваних штрафів, через невиконання яких-небудь нових вимог, або до упущень матеріальної вигоди, які можуть виникнути унаслідок запізнілих дій з оформлення пільг, можливої зміні системи оподаткування або який-небудь іншій причині.

Незважаючи на велику кількість існуючих податків і зборів, окремо взяте підприємство здійснює платежі в досить обмеженій кількості. Складність обліку і звітності багато в чому залежить від виду діяльності підприємства і його

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 78

багатопрофільності, а головне, яку форму оподаткування вибрав суб'єкт господарської діяльності.

І податки, і збори знаходяться у витратній частині фінансового плану, але, в той же час, вони відрізняються один від одного за змістом. Згідно Податкового кодексу України (ПКУ, ст. 6), **податок** – це обов'язковий, безумовний платіж до відповідного бюджету або на єдиний рахунок, що справляється з платників податку. Найвідоміші податки це: податок на прибуток, єдиний податок, податок на додану вартість, акцизний збір, податок на прибуток фізичних осіб, екологічний податок та інші.

**Збір (плата, внесок)** – обов'язковий платіж до відповідного бюджету або на єдиний рахунок, що справляється з платників зборів, з умовою отримання ними спеціальної вигоди, у тому числі внаслідок вчинення на користь таких осіб державними органами, органами місцевого самоврядування, іншими уповноваженими органами та особами юридично значимих дій.

Під час встановлення податку обов'язково визначаються такі елементи (ст. 7 ПКУ):

1. платники податку;
2. об'єкт оподаткування;
3. база оподаткування;
4. ставка податку;
5. порядок обчислення податку;
6. податковий період;
7. строк та порядок сплати податку;
8. строк та порядок подання звітності про обчислення і сплату податку.

По видах, як і податки, так і збори бувають загальнодержавними і місцевими. До загальнодержавних податків відносяться податки і збори, які встановлені ПКУ і є обов'язковими до сплати на усій території України. До місцевих податків відносяться податки і збори, які встановлені відповідно до переліку і у межах граничних розмірів ставок, визначених Кодексом, рішеннями сільських, селищних і міських рад в межах їх повноважень, і є обов'язковими до сплати на території відповідних громад. Перелік податків і зборів наведено у табл.:

Таблиця 5.1

Перелік податків та зборів

Загальнодержавні податки (ст. 9 ПКУ)	Місцеві податки (ст. 10 ПКУ)	Місцеві збори (ст. 10 ПКУ)
1. Податок на прибуток підприємств.	1. Податок на майно. 2. Єдиний податок.	1. Збір за місця для паркування транспортних

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 79

2. Податок на доходи фізичних осіб (ПДФО). 3. Податок на додану вартість (ПДВ). 4. Акцизний податок. 5. Екологічний податок. 6. Рентна плата. 7. Мито.		засобів. 2. Туристичний збір.
---	--	----------------------------------

Крім того, в Україні запроваджено (тимчасово) військовий збір. Системи оподаткування в Україні для господарюючих суб'єктів, як юридичних осіб, так і фізичних осіб – підприємців (ФОП) представлені двома формами: загальною і спрощеною.

Зарахування загальнодержавних податків та зборів до державного і місцевих бюджетів здійснюється відповідно до Бюджетного кодексу України.

## **5.2. Особливості вибору системи оподаткування та реєстрації платником податків.**

Невід'ємною складовою ведення будь-якої підприємницької діяльності є розрахунок податкових зобов'язань, їх декларування та сплата. Від правильності розрахунку податків, вчасності подання звітності та виконання податкового обов'язку залежить ефективність ведення бізнесу.

Реєстрація підприємницької діяльності передбачає вибір системи оподаткування та постановку на облік платником податків. В Україні підприємницьку діяльність можна вести як зі створенням юридичної особи в різних організаційно-правових формах, так і зареєструвавшись фізичною особою-підприємцем.

Майбутньому підприємцю важливо уважно прорахувати та визначитись, на якій системі оподаткування йому вигідніше перебувати з точки зору оптимізації податкового навантаження: на загальній чи спрощеній.

З погляду оптимізації податкового навантаження на платника податків вигіднішою є спрощена система оподаткування зі сплатою єдиного податку. Однак у разі ведення діяльності, з якою заборонено перебувати на єдиному податку (наприклад, торгівля підакцизними товарами), підприємці – фізичні особи обирають загальну систему оподаткування зі сплатою податку на доходи фізичних осіб. Крім цього, загальна система оподаткування вигідна тим підприємцям, які в процесі підприємницької діяльності мають значні витрати, адже на цій системі їх враховують при розрахунку бази оподаткування. Зазвичай це підприємці, які займаються виробничою діяльністю (придбають сировину для

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 80

виробництва) або торгівлею товарами, де на більшість витрат припадають собівартість продукції, витрати на транспортування, оплата праці тощо.

Спрощену систему оподаткування (єдиний податок) вигідніше обирати підприємцям, які мають незначні витрати, адже на цій системі база оподаткування визначається без урахування витрат. Найчастіше це сфера послуг із незначною часткою витрат або торгівля продукцією власного виробництва (без залучення сировини від контрагентів для виробництва).

### ***Реєстрація платником податків***

Для ведення підприємницької діяльності суб'єкту господарювання, який зареєструвався, потрібно стати на облік:

- в органах Державної податкової служби – як платник податків і зборів;
- у Пенсійному фонді України – як платник єдиного соціального внеску;
- в органах статистики.

Ці процедури нині не вимагають присутності самого підприємця і його зусиль. Державний реєстратор після внесення відомостей про реєстрацію фізичної особи-підприємця до Єдиного державного реєстру, тобто в день проведення реєстрації, самостійно передає інформацію про реєстрацію підприємницької діяльності до органів Державної податкової служби, Пенсійного фонду України та статистики.

Взяття підприємця на облік у податкових органах за основним місцем обліку проводиться в день отримання від державного реєстратора відомостей про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця та здійснюється датою внесення даних до Реєстру самозайнятих осіб. Цього ж дня податкові органи передають назад державному реєстратору інформацію про постановку підприємця на облік. Тобто підприємцю до органів Державної податкової служби йти не потрібно. Взяття на облік відбувається автоматично, а інформація про це вказується у виписці з Єдиного державного реєстру, яку підприємець отримує від державного реєстратора.

Якщо підприємець визначився про перебування на спрощеній системі оподаткування, то разом із реєстраційною заявою він може подати державному реєстратору й заяву щодо обрання цієї системи оподаткування. В такому випадку державний реєстратор передає до органів Державної податкової служби разом із відомостями про проведення державної реєстрації підприємницької діяльності копію заяви про обрання спрощеної системи оподаткування в електронній формі. Орган Державної податкової служби здійснює реєстрацію підприємця як платника єдиного податку протягом 2 робочих днів із дати отримання



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 81

електронної копії заяви.

За бажанням підприємець може стати платником податку на додану вартість. Для цього він подає заяву про добровільну реєстрацію як платника податку на додану вартість або разом із реєстраційною заявою державному реєстратору, або згодом особисто до органів Державної податкової служби за місцезнаходженням (місцем проживання).

Якщо підприємець не подав заяви державному реєстратору про обрання спрощеної системи оподаткування, він може подати її безпосередньо до податкового органу за місцем своєї реєстрації.

Фізичні особи-підприємці, які до закінчення місяця, у якому відбулася їхня державна реєстрація, подали заяву про обрання першої або другої групи єдиного податку, вважаються платниками єдиного податку з 1-го числа місяця, наступного за місяцем, у якому відбулася державна реєстрація.

Фізичні особи-підприємці, які планують працювати на третій групі єдиного податку, мають подати заяву протягом 10 днів із дня їх державної реєстрації. У такому випадку вони вважаються платниками єдиного податку з дня їх державної реєстрації.

Зареєстровані в установленому порядку фізичні особи-підприємці, які до закінчення місяця, у якому відбулася їх державна реєстрація, подали заяву про обрання спрощеної системи оподаткування та ставки єдиного податку, установлені для четвертої групи, вважаються платниками єдиного податку з дня державної реєстрації.

Якщо підприємець не встиг подати заяву в зазначені строки, він автоматично перебуває на загальній системі оподаткування фізичних осіб-підприємців, втрачає статус новоствореного підприємця й може стати платником єдиного податку в загальному порядку – шляхом подання заяви до контролюючого органу не пізніше ніж за 15 календарних днів до початку наступного календарного кварталу.

Незалежно від вибраної системи оподаткування, підприємці мають вести облік результатів своєї господарської діяльності. Основними регістрами обліку для фізичних осіб-підприємців до 2021 року були Книга обліку доходів або Книга обліку доходів і витрат. Підприємці були зобов'язані зареєструвати відповідну книгу в органах Державної податкової служби. З 2021 року підприємці звільнені від обов'язку заповнювати згадані книги, а облік можуть вести в довільній формі шляхом помісячного відображення отриманих доходів або доходів та витрат.

### ***Виконання податкового обов'язку***

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 82

Після реєстрації платником податків підприємцю необхідно виконувати податковий обов'язок. Найважливішими діями для платника податків є розрахунок суми податків до сплати, заповнення і подання податкової звітності та сплата податкових зобов'язань.

Механізм розрахунку податків і зборів наведено в нормативно-правовій базі з питань оподаткування. Найважливішими законодавчими актами у цій царині є Податковий кодекс, Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування», накази контролюючих органів у сфері оподаткування (Державної податкової служби, Державної митної служби України), накази Міністерства фінансів України тощо.

Відповідно до Податкового кодексу податкова декларація, розрахунок, звіт – документи, що подаються платником податків (у тому числі відокремленим підрозділом у випадках, визначених Податковим кодексом) контролюючому органу в строки, встановлені законом, на підставі яких здійснюється нарахування та/або сплата податкового зобов'язання або відображаються обсяги операції (операцій), доходів (прибутків), щодо яких податковим та митним законодавством передбачено звільнення платника податку від обов'язку нарахування і сплати податку і збору, чи документ, що свідчить про суми доходу, нарахованого (виплаченого) на користь платників податків – фізичних осіб, суми утриманого та/або сплаченого податку.

Нині в Україні податкову звітність поділяють на декларації, розрахунки та звіти. Податкова декларація, на відміну від розрахунку та звіту, характеризується багатоелементністю і відображає операції та інші події, групуючи їх у широкі категорії відповідно до економічних характеристик. Ці категорії називають елементами податкової звітності.

Форма податкової декларації та форми податкових декларацій з місцевих податків і зборів, що є обов'язковими для застосування платниками (податковими агентами), встановлюються центральним органом виконавчої влади. Державні органи, які встановлюють форми податкових декларацій, зобов'язані оприлюднити їх для використання платниками податків.

Податкова декларація має бути підписана:

- керівником платника податків або уповноваженою особою, а також особою, яка відповідає за ведення бухгалтерського обліку та подання податкової декларації до органу Державної податкової служби. У разі ведення бухгалтерського обліку та подання податкової декларації безпосередньо керівником платника податку така податкова декларація підписується таким

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 83

керівником та особою, яка відповідає за ведення бухгалтерського обліку;

- фізичною особою – платником податків або її законним представником;
- особою, відповідальною за ведення бухгалтерського обліку та подання податкової декларації згідно з договором про спільну діяльність або угоду про розподіл продукції.

Податкова декларація подається за звітний період в установлені строки контролюючому органу, в якому перебуває на обліку платник податків.

Платник податків зобов'язаний за кожний звітний період, в якому виникають об'єкти оподаткування, або в разі наявності показників, які підлягають декларуванню, подавати податкові декларації щодо кожного окремого податку, платником якого він є.

Податкова декларація подається до органу Державної податкової служби за вибором платника податків в один із таких способів:

- особисто платником податків або уповноваженою на це особою;
- поштою з повідомленням про вручення та з описом вкладення;
- засобами електронного зв'язку в електронній формі з дотриманням вимог законів України «Про електронні документи та електронний документообіг» та «Про електронні довірчі послуги».

Єдиною підставою для відмови в прийнятті податкової декларації засобами електронного зв'язку в електронній формі є недійсність кваліфікованого електронного підпису чи печатки такого платника податків, у тому числі у зв'язку із закінченням строку дії відповідного сертифіката відкритого ключа, за умови, що така податкова декларація відповідає всім вимогам електронного документа і надана у форматі, доступному для її технічної обробки.

Податкові декларації подають за базовий звітний (податковий) період, що дорівнює:

- календарному місяцю (у тому числі в разі сплати місячних авансових внесків) – протягом 20 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) місяця;
- календарному кварталу або півріччю (у тому числі в разі сплати квартальних або піврічних авансових внесків) – протягом 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) кварталу (півріччя);
- календарному року – протягом 60 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) року;
- календарному року для платників податку на доходи фізичних осіб – до 1

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 84

травня року, що настає за звітним;

- календарному року для платників податку на доходи фізичних осіб-підприємців – протягом 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) року.

Якщо останній день строку подання податкової декларації припадає на вихідний або святковий, то останнім днем строку вважають операційний (банківський) день, що настає за вихідним або святковим днем.

### **5.3. Спрощена система оподаткування суб'єктів господарювання.**

#### **5.3.1. Основні переваги та обмеження перебування на спрощеній системі оподаткування**

Усі види спрощеного оподаткування об'єднує спільне функціональне призначення: вони дають змогу запровадити прості й прозорі правила нарахування й сплати податків, а також істотно спростити облік та оформлення податкової звітності.

Основа спрощених методів оподаткування становить сплата певної суми, яка замінює надходження до бюджетів і державних цільових фондів низки основних податків і зборів.

Застосування спрощених моделей оподаткування на сучасному етапі розвитку української економіки належить до найефективніших засобів реалізації стимулювальної функції податків.

Спрощена система оподаткування, обліку і звітності введена в Україні з метою сприяння розвитку малого бізнесу. Існують переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування, які залежать від умов здійснення підприємницької діяльності, господарських операцій суб'єкта підприємницької діяльності, від величини його прибутку та ін.

#### ***Переваги спрощеної системи оподаткування***

1. Простота нарахування єдиного податку. Значне спрощення процедури обчислення об'єкта оподаткування для визначення сум єдиного податку. Спрощене ведення обліку та відносна простота заповнення звітності.

2. Звільнення від сплати деяких податків та обов'язкових платежів. Звільнення від сплати податків та зборів передбачених ст. 297 ПК України, що тягне за собою зменшення документів бухгалтерського обліку та документів, які потрібно подавати для звітності у відповідні органи.

3. Можливість бути платником ПДВ за власним бажанням.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 85

4. Зменшення ймовірності порушень податкового законодавства та застосування фінансових санкцій.

Платники єдиного податку звільняються від обов'язку нарахування, сплати та подання податкової звітності з таких податків і зборів:

- 1) податку на прибуток підприємств;
- 2) податку на доходи фізичних осіб у частині доходів (об'єкта оподаткування), отриманих у результаті господарської діяльності платника єдиного податку першої – четвертої груп (фізичної особи);
- 3) податку на додану вартість з операцій з постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України, крім податку на додану вартість, що сплачується фізичними та юридичними особами, які обрали ставку єдиного податку 3%, а також що сплачується платниками єдиного податку четвертої групи;
- 4) податку на майно, крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються платниками єдиного податку першої– третьої груп для провадження господарської діяльності та платниками єдиного податку четвертої групи для ведення сільськогосподарського товаровиробництва;
- 5) рентної плати за спеціальне використання води платниками єдиного податку четвертої групи.

#### ***Недоліки спрощеної системи оподаткування***

1. Обмеження по видах діяльності.
2. Обмеження по отриманому прибутку.
3. Обмеження, які стосуються кількості найманих працівників.
4. Негативні нюанси роботи фізичних осіб підприємців з юридичними особами що перебувають на загальній системі оподаткування.
5. Розмір податку для платників першої та другої групи не залежать від результатів діяльності. Суб'єкти господарювання, які перебувають у 1 та 2 групі платників єдиного податку сплачують податок не залежно від результатів господарської діяльності, тобто навіть якщо у них за податковий період дохід дорівнює нулю.
6. Платники єдиного податку повинні здійснювати розрахунки за відвантажені товари (виконані роботи, надані послуги) виключно в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій) (291.6 статті 291 ПКУ). З чого можна зробити висновок, що, юридичні особи – платники – єдиного податку не мають права здійснювати бартерні операції, операції переведення боргу, переуступки права вимоги боргу, вексельні операції, тобто погашати заборгованість за

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 86

відвантажені товари (виконані роботи, надані послуги) іншим способом ніж грошовим.

**Не можуть бути платниками єдиного податку першої – третьої груп:**

*1. Суб'єкти господарювання (юридичні особи та фізичні особи підприємці), які здійснюють:*

- діяльність з організації, проведення азартних ігор, лотерей(крім розповсюдження лотерей), парі (букмекерське парі, парі тоталізатора);
- обмін іноземної валюти;
- виробництво, експорт, імпорт, продаж підакцизних товарів(крім роздрібного продажу паливно-мастильних матеріалів в ємностях до 20 літрів та діяльності фізичних осіб, пов'язаної з роздрібним продажем пива, сидру, пері (без додавання спирту) та столових вин);
- видобуток, виробництво, реалізацію дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, у тому числі органогенного утворення (крім виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння);
- видобуток, реалізацію корисних копалин, крім реалізації корисних копалин місцевого значення;
- діяльність у сфері фінансового посередництва, крім діяльності у сфері страхування, яка здійснюється страховими агентами, визначеними Законом України «Про страхування», сюрвейєрами, аварійними комісарами та аджастерами, визначеними розділом III Податкового кодексу;
- діяльність з управління підприємствами;
- діяльність з надання послуг пошти (крім кур'єрської діяльності), діяльність з надання послуг фіксованого телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку (місцевого, міжміського, міжнародного), діяльність з надання послуг фіксованого телефонного зв'язку з використанням безпроводового доступу до телекомунікаційної мережі з правом технічного обслуговування і надання в користування каналів електрозв'язку (місцевого, міжміського, міжнародного), діяльність з надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку, діяльність з надання послуг з технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж, мереж ефірного теле- і радіомовлення, проводового

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 87

радіомовлення та телемереж;

- діяльність з продажу предметів мистецтва та антикваріату, з організації торгів (аукціонів) виробами мистецтва, предметами колекціонування або антикваріату;

- діяльність з організації, проведення гастрольних заходів.

2. Фізичні особи-підприємці, які проводять технічні випробування та дослідження (група 74.3 КВЕД ДК 009:2005), а також аудит.

3. Фізичні особи-підприємці, які надають в оренду земельні ділянки, загальна площа яких перевищує 0,2 гектара, житлові приміщення та/або їх частини, загальна площа яких перевищує 100 квадратних метрів, нежитлові приміщення (споруди, будівлі) та/або їх частини, загальна площа яких перевищує 300 квадратних метрів.

4. Страхові (перестрахові) брокери, банки, кредитні спілки, ломбарди, лізингові компанії, довірчі товариства, страхові компанії, установи накопичувального пенсійного забезпечення, інвестиційні фонди і компанії, інші фінансові установи, визначені законом; реєстратори цінних паперів.

5. Суб'єкти господарювання, у статутному капіталі яких сукупність часток, що належать юридичним особам, які не є платниками єдиного податку, дорівнює або перевищує 25%.

6. Представництва, філії, відділення та інші відокремлені підрозділи юридичної особи, яка не є платником єдиного податку.

7. Фізичні та юридичні особи – нерезиденти.

8. Платники податків, які на день подання заяви про реєстрацію платником єдиного податку мають податковий борг, крім безнадійного податкового боргу, що виник внаслідок дії обставин непереборної сили (форс-мажорних обставин).

Доцільність переходу на спрощену систему залежить від ступеня рентабельності бізнесу, якщо у підприємства є високі прибутки, відсоток витрат у доході є невеликим, краще вибрати спрощену систему, якщо ж рентабельність діяльності не велика – краще перебувати на загальній системі оподаткування. Звичайно можуть бути ситуації, коли грошова сума, яку потрібно сплатити, як податки за загальної та спрощеною системою оподаткування приблизно однакові, чи на загальній системі дещо менші, тут потрібно підприємцю вибрати що більше його турбує: більші суми податку, але спрощена звітність чи менші податки, але загальна звітність?

Вищезазначена інформація лише ілюструє деякі переваги та мінуси перебування на спрощеній системі оподаткування в цілому. Для визначення, яку

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 88

систему оподаткування доцільніше вибрати конкретному суб'єкту підприємницької діяльності потрібно володіти сукупністю всієї інформації про перелік господарських операцій, які здійснюються підприємством, кількість осіб, які знаходяться у трудових відносинах, обсягом доходу, рентабельністю платника податків та рядом іншої інформації на основі якої можна надати правову консультацію, щодо вибору системи оподаткування.

### 5.3.2. Характеристика груп єдиного податку

Суб'єкти господарювання, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, поділяються на такі групи платників єдиного податку:

**1. Перша група.** Фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють винятково роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 167 розмірів мінімальної заробітної плати.

**2. Друга група.** Фізичні особи-підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства за умови, що протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:

- а) не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними в трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб;
- б) обсяг доходу не перевищує 834 розміри мінімальної заробітної плати.

До цієї групи не можуть належати фізичні особи-підприємці, які надають посередницькі послуги з купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого майна (група 70.31КВЕД ДК 009:2005).

**3. Третя група.** Фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб або використовують, при цьому кількість осіб, які перебувають з ними в трудових відносинах, не обмежена, та юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 1167 розмірів мінімальної заробітної плати.

**4. Четверта група.** Сільськогосподарські товаровиробники:

- а) юридичні особи незалежно від організаційно-правової форми, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 89

(звітний) рік дорівнює або перевищує 75%;

б) фізичні особи-підприємці, які провадять діяльність винятково в межах фермерського господарства, зареєстрованого відповідно до Закону України «Про фермерське господарство», за умови виконання сукупності таких вимог:

- здійснюють винятково вирощування, відгодовування сільськогосподарської продукції, збирання, вилов, переробку такої власно вирощеної або відгодованої продукції та її продаж;
- провадять господарську діяльність (крім постачання) за місцем податкової адреси;
- не використовують працю найманих осіб;
- членами фермерського господарства такої фізичної особи є лише члени її сім'ї у визначенні ч. 2 ст. 3 Сімейного кодексу України;
- площа сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду у власності та/або користуванні членів фермерського господарства становить не менше 2 гектарів, але не більше 20.

Об'єктом оподаткування для платників єдиного податку четвертої групи є площа сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень) та/або земель водного фонду (внутрішніх водойм, озер, ставків, водосховищ), що перебуває у власності сільськогосподарського товаровиробника або надана йому в користування, у тому числі на умовах оренди.

Базою оподаткування для платників єдиного податку четвертої групи для сільськогосподарських товаровиробників є нормативна грошова оцінка 1 гектара сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень) з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного за станом на 1 січня базового податкового (звітного) року.

Базою оподаткування для платників єдиного податку четвертої групи для земель водного фонду (внутрішніх водойм, озер, ставків, водосховищ) є нормативна грошова оцінка ріллі в Автономній Республіці Крим або в області з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного за станом на 1 січня базового податкового (звітного) року.

Підставою для нарахування єдиного податку платникам четвертої групи є дані державного земельного кадастру та/або державного реєстру речових прав на нерухоме майно.

**Ставки єдиного податку для платників першої групи** встановлюються у відсотках (фіксовані ставки) до розміру прожиткового мінімуму, для другої групи – у відсотках до мінімальної заробітної плати, встановлених законом на 1 січня

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 90

податкового (звітного) року, та третьої групи – у відсотках до доходу (відсоткові ставки).

Фіксовані ставки єдиного податку встановлюються сільськими, селищними та міськими радами для фізичних осіб-підприємців, які здійснюють господарську діяльність, залежно від виду господарської діяльності з розрахунку на календарний місяць:

- для першої групи платників єдиного податку – у межах 10% розміру прожиткового мінімуму;
- для другої групи платників єдиного податку – у межах 20% розміру мінімальної заробітної плати.

Відсоткова ставка єдиного податку для третьої групи платників єдиного податку встановлюється в розмірі:

- 3% доходу – у разі сплати податку на додану вартість згідно з Податковим кодексом;
- 5% доходу – у разі зарахування податку на додану вартість до складу єдиного податку.

Ставка єдиного податку встановлюється для платників єдиного податку першої – третьої груп (фізичні особи-підприємці) у розмірі 15%:

- до суми перевищення обсягу доходу, визначеного для відповідної групи платників єдиного податку;
- до доходу, отриманого від провадження діяльності, не зазначеної у свідоцтві платника єдиного податку, віднесеного до першої або другої групи;
- до доходу, отриманого при застосуванні іншого способу розрахунків, ніж зазначений у главі 1 розділу XIV Податкового кодексу;
- до доходу, отриманого від здійснення видів діяльності, які не дають права застосовувати спрощену систему оподаткування.

*Ставки єдиного податку для платників третьої групи (юридичних осіб) встановлюються у подвійному розмірі ставок:*

- до суми перевищення обсягу доходу, визначеного для третьої групи платників єдиного податку;
- до доходу, отриманого при застосуванні іншого способу розрахунків, ніж зазначений у главі 1 розділу XIV Податкового кодексу;
- до доходу, отриманого від здійснення видів діяльності, які не дають права застосовувати спрощену систему оподаткування.

Для платників єдиного податку четвертої групи розмір ставок податку з 1 гектара сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду залежить від

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 91

категорії (типу) земель, їх розташування та становить (у відсотках до бази оподаткування):

1. Для ріллі, сіножатей і пасовищ (крім ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, а також ріллі, сіножатей і пасовищ, що перебувають у власності сільськогосподарських товаровиробників, які спеціалізуються на виробництві (виращуванні) та переробці продукції рослинництва на закритому ґрунті, або надані їм у користування, у тому числі на умовах оренди) – 0,95.

2. Для ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, – 0,57.

3. Для багаторічних насаджень (крім багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях) – 0,57.

4. Для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, – 0,19.

5. Для земель водного фонду – 2,43.

6. Для сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту, – 6,33.

Узагальнююча порівняльна характеристика спрощеної системи оподаткування у розрізі 1-4 груп наведена у таблиці 4.2.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 92

**Спрощена система оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності**

Група	1 група	2 група	3 група	4 група
Статус	ФОП	ФОП	ФОП + ЮО	сільсько-господарські підприємства
Ставка єдиного податку	до <b>10%</b> прожиткового мінімуму	до <b>20%</b> мінімальної заробітної плати	<b>3%</b> з доходу	Ставка податку залежить від категорії (типу) земель та їх розташування
Ставка ЄП для платників ПДВ	-	-	<b>5%</b> з доходу	
Обсяг доходу	Не біл. 167 мін з./пл.	Не біл. 834 мін з./пл.	Не біл. 1167 мін з./пл.	без обмежень
Наймані працівники	-	< <b>10</b> осіб	без обмежень	без обмежень
Податковий період	1 рік	1 рік	1 квартал	1 квартал
Види діяльності	«роздрібний продаж» та «побутові послуги населенню»	«послуги», «виробництво/ продаж товарів», ресторанне господарство	будь-які види діяльності, дозволені на спрощеній системі	сільсько-господарська діяльність за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75%
Ведення обліку	доходів	доходів	доходів та витрат	-

## ЧАСТИНА 2

### 5.4. Єдиний соціальний внесок

Суб'єкти господарювання зобов'язані сплачувати єдиний внесок на соціальне страхування на загальних підставах відповідно до Закону України від 08.07.2010 р. № 2464-VI «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» (далі Закон про ЄСВ).

Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – це консолідований страховий внесок на пенсійне страхування, страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та витратами, зумовленими похованням, медичне страхування, страхування від нещасного випадку на виробництві та

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 93

професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності, страхування на випадок безробіття, який в обов'язковому порядку сплачується страхувальниками з метою забезпечення реалізації прав застрахованих осіб на отримання страхових виплат (послуг) за соціальним страхуванням. Порядок нарахування і сплати єдиного внеску залежить від того, хто саме являється платником юридична особа або ж фізична особа – підприємець. Але при цьому якщо фізична особа – підприємець є працедавцем, то для нього діють ті ж правила нарахування ЄСВ, що і для юридичної особи.

*Єдиний соціальний внесок (ЄСВ)* – обов'язкові відрахування на загальнодержавне соціальне страхування. ЄСВ сплачується підприємцем за себе та за кожного найманого робітника. Він є внеском у загальнодержавну систему соціального страхування з метою захисту у випадках, передбачених законодавством, прав застрахованих осіб на отримання страхових виплат. Єдиний соціальний внесок сплачується на рахунки органів доходів і зборів за місцем обліку.

*Незалежно від обраного способу оподаткування* юридичні і фізичні особи – працедавці, що використовують працю найнятих робітників на умовах трудового договору (контракту) або на інших умовах, передбачених законодавством, вважаються страхувальниками в системі загальнообов'язкового державного соціального страхування.

При виплаті заробітної плати найманим робітникам відповідно до ст. 7 Закону про ЄСВ базою нарахування єдиного внеску є фонд оплати праці, адже внесок нараховується на суму нарахованої заробітної плати по видах виплат, включаючи основну і додаткову заробітну плату, інші заохочувальні і компенсаційні виплати, у тому числі в натуральній формі, які визначаються відповідно до Закону «Про оплату праці».

Незалежно від того, має фізичну особу – підприємець найнятих робітників або ні, він повинен в обов'язковому порядку сплачувати єдиний внесок за себе і членів своєї сім'ї, що беруть участь в здійсненні ними підприємницькій діяльності, найманих працівників.

Слід зазначити, що звільняються від сплати єдиного внеску за себе платники єдиного податку, якщо вони є пенсіонерами за віком або інвалідами і отримують відповідно до закону пенсію або соціальну допомогу. Такі особи можуть бути платниками єдиного внеску виключно за умови їх добровільної участі в системі загальнообов'язкового державного соціального страхування (частина четверта ст. 4 Закону про ЄСВ).



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 94

Розмір єдиного внеску складає 22% від бази нарахування. Так, розмір ЄСВ:

- для фізичних осіб-підприємців платників єдиного податку 1-3 груп встановлений на рівні 22% від мінімальної зарплати.

- для ФОП на загальній системі: 22% від чистого прибутку (доходи – витрати, але не менше 22% від мінімальної зарплати);

- для найманих працівників – 22% від окладу.

Для визначення розміру єдиного соціального внеску встановлено максимальне і мінімальне обмеження, що враховуються при визначенні підсумкових зобов'язань платника. Мінімальний розмір страхового внеску має бути не меншим за розмір мінімальної заробітної плати за відповідний місяць, у якому платник отримав чистий дохід, помноженої на ставку. Максимальну величину доходу, з якого нараховується єдиний соціальний внесок, визначають, виходячи з 15-кратного розміру мінімальної заробітної плати. Такі обмеження слід застосовувати фізичній особі самостійно при проведенні остаточного розрахунку з органами Державної податкової служби України.

Базовим звітним періодом для сплати єдиного соціального внеску фізичними особами – суб'єктами підприємницької діяльності є календарний рік. Однак підприємці на загальній системі оподаткування сплачують єдиний соціальний внесок за себе авансовими внесками поквартально. Такі платежі потрібно здійснювати до 20-го числа місяця, що настає за кварталом, за який сплачується єдиний внесок.

#### 4.6. Загальна система оподаткування.

##### 5.6.1. Загальна система оподаткування для фізичних осіб – підприємців

Загальна система оподаткування фізичних осіб передбачає насамперед сплату податку на доходи фізичних осіб (ПДФО) і єдиного соціального внеску (ЄСВ).

Оподаткування за загальною системою фізичних осіб, зайнятих підприємницькою діяльністю, здійснюється, виходячи з чистого доходу фізичної особи за ставкою 18% (ПДФО).

Чистим оподатковуваним доходом вважають сукупний чистий дохід, тобто різницю між загальним оподатковуваним доходом (виручкою в грошовій та натуральній формі) і документально підтвердженими витратами, пов'язаними з господарською діяльністю фізичної особи-підприємця.

Прибуток, отриманий громадянином від операцій з купівлі-продажу корпоративних прав та цінних паперів, обчислений за результатами звітного

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 95

року, зараховується до складу його чистого річного оподаткованого доходу.

Фізична особа-підприємець, зареєстрована як платник податку на додану вартість, не зараховує до витрат і доходу суми податку на додану вартість, що входять до ціни придбаних або проданих товарів (робіт, послуг).

Не зараховуються до доходу фізичної особи-підприємця суми акцизного податку з реалізованих суб'єктами господарювання в роздрібній торгівлі підакцизних товарів.

Розрахунок чистого оподаткованого доходу платника податків здійснюється за формулою:

$$\text{ЧОД}_{\text{ПП}} = \text{ЗОД}_{\text{ПП}} - \text{В}_{\text{ПП}},$$

де ЧОД<sub>ПП</sub> – чистий оподатковуваний дохід платника податку;

ЗОД<sub>ПП</sub> – загальний оподатковуваний дохід платника податку;

В<sub>ПП</sub> – витрати платника податку.

Загальний оподатковуваний дохід виникає в тому податковому періоді, в якому було здійснено оплату товарів, а не тоді, коли було здійснено відвантаження.

До доходу фізичної особи – суб'єкта господарювання зараховують виручку від реалізації товарів у грошовій (готівковій чи безготівковій) та натуральній формах за звітний період. Дохід платника податків збільшується на дату надходження виручки, а факт відвантаження товарів, підписання акта виконаних робіт (наданих послуг) або інше на розмір доходу не впливають.

Фізичні особи-підприємці подають до контролюючого органу податкову декларацію за місцем своєї податкової адреси за результатами календарного року в строки, встановлені Податковим кодексом для річного звітного податкового періоду, в якій також зазначають авансові платежі з податку на доходи.

Авансові платежі з податку на доходи фізичних осіб платник податку розраховує самостійно згідно з фактичними даними обліку доходів і витрат кожного календарного кварталу та сплачує до бюджету до 20-го числа місяця, наступного за кожним календарним кварталом (до 20 квітня, 20 липня і 20 жовтня). Авансовий платіж за IV календарний квартал не розраховується та не сплачується.

Якщо результатом розрахунку авансового платежу за відповідний календарний квартал є від'ємне значення, то авансовий платіж за такий період не сплачується. Остаточний розрахунок податку на доходи фізичних осіб за звітний податковий рік платник здійснює самостійно згідно з даними, зазначеними в річній податковій декларації, з урахуванням сплаченого ним протягом року

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 96

податку на доходи фізичних осіб.

Суб'єкт господарювання – фізична особа, яка перебуває на загальній системі, звітує за формою податкової декларації про майновий стан і доходи, затвердженою наказом Міністерства фінансів України від 02.10.2015 р.

При поданні Податкової декларації про майновий стан і доходи фізичної особи здійснюється перерахунок суми податку на доходи фізичних осіб – суб'єктів господарювання. Таку суму податкового зобов'язання визначають за формулою:

$$\text{ПДФО}_{\text{ПП}} = (\text{ЧОД}_{\text{ПП}} \times \text{СП}) - \text{АП}_{\text{ПП}},$$

де  $\text{ПДФО}_{\text{ПП}}$  – сума податкового зобов'язання, що підлягатиме сплаті(поверненню);

$\text{ЧОД}_{\text{ПП}}$  – чистий оподатковуваний дохід фізичної особи, отриманий за підсумками року;

СП – ставка податку;

$\text{АП}_{\text{ПП}}$  – сума сплачених фізичною особою протягом року авансових платежів за встановленими термінами.

У разі отримання фізичною особою – суб'єктом господарювання від'ємного значення суми чистого доходу в середині року, таку суму слід врахувати в наступних звітних кварталах поточного року. Відповідно, від'ємне значення сукупного чистого доходу одного року не може впливати на показник чистого доходу іншого року.

### ***5.6.2. Податкове навантаження фізичної особи-підприємця на загальній системі оподаткування***

Розрахунок податкового навантаження на загальній системі оподаткування фізичних осіб у 2021 році наведено в таблиці 4.4.

Отже, основне податкове навантаження на загальній системі оподаткування **для фізичних осіб** складають:

- податок на доходи фізичних осіб у розмірі 18% від чистого оподаткованого доходу;
- військовий збір у розмірі 1,5% від чистого оподаткованого доходу;
- єдиний соціальний внесок у розмірі 22% від чистого оподаткованого доходу.

Тобто податкове навантаження на дохід підприємця на цій системі становить 41,5%. Причина в тому, що об'єктом оподаткування єдиним соціальним внеском є не мінімальна заробітна плата, як на спрощеній системі



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 97

оподаткування, а чистий оподатковуваний дохід.

Таблиця 5.4

### Розрахунок податкового навантаження на загальній системі оподаткування фізичних осіб у 2020–2021 рр.

Військовий збір (ВЗ)	1,5% чистого прибутку (доходи – витрати)	
Податок на доходи фізичних осіб (ПДФО)	18% чистого прибутку (доходи – витрати)	
Єдиний соціальний внесок «за себе» для пенсійного стажу	22% чистого прибутку (доходи – витрати), але не менше 22% мін. з/п	1100,00 грн (з 01.09.2020) 1320,00 грн (з 01.01.2021)
<b>Разом за фізичну особу-підприємця</b>	<b>За місяць</b>	<b>1100,00 грн + ПДФО + ВЗ (з 01.09.2020) 1320,00 грн + ПДФО + ВЗ (з 01.01.2021)</b>
<b>За 1 найманого працівника</b>		
	Оклад	<b>5000,00 грн (з 01.09.2020) 6000,00 грн (з 01.01.2021)</b>
<i>Утримання із з/п працівника</i>		
	ВЗ 1,5% окладу	75,00 грн (з 01.09.2020) 90,00 грн (з 01.01.2021)
	ПДФО 18% окладу	900,00 грн (з 01.09.2020) 1080,00 грн (з 01.01.2021)
	Разом податки з 1 працівника	<b>975,00 грн (з 01.09.2020) 1170,00 грн (з 01.01.2021)</b>
	До видачі на руки	<b>4025,00 грн (з 01.09.2020) 4830,00 грн (з 01.01.2021)</b>
<i>Нарахування на з/п працівника</i>		
	Єдиний соціальний внесок 22% на оклад	1100,00 грн (з 01.09.2020) 1320,00 грн (з 01.01.2021)
	<b>Разом податки, утримані із з/п і нараховані на з/п 1 працівника</b>	<b>2075,00 грн (з 01.09.2020) 2490,00 грн (з 01.01.2021)</b>

Водночас за наявності найманих робітників підприємець є податковим агентом щодо утримання з їх заробітної плати податку на доходи фізичних осіб (ПДФО) та військового збору. Також на заробітну плату кожного найманого працівника нараховується єдиний соціальний внесок у розмірі 22%. Мінімальним розміром бази оподаткування для нього є мінімальна заробітна плата. Такий платіж за найманих працівників також лягає податковим навантаженням на підприємця.

Зважаючи на велике податкове навантаження, ця система не популярна серед підприємців. Зазвичай її використовують ті, хто не може перебувати на спрощеній системі через законодавчі обмеження. Наприклад, підприємці, які торгують підакцизними товарами (алкогольними напоями та тютюновими виробами), тому в продуктових магазинах, які продають алкоголь і тютюн, часто є де кілька діючих підприємців, один із яких обов'язково перебуває на загальній системі оподаткування із зареєстрованим касовим апаратом та веде облік винятково підакцизної продукції для оптимізації оподаткування.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 98

## ТЕМА 6. ОСНОВИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

- 6.1. Основні положення бізнес-планування.
- 6.2. Бізнес-модель Канвас.
- 6.3. Структура бізнес-плану.
- 6.4. Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану.

### 1. Основні положення бізнес-планування.

Процес планування є невід’ємним природнім елементом управління створенням, функціонуванням та розвитком кожного економічного агента, адже дозволяє не лише передбачити найбільш важливі економічні характеристики та параметри господарювання, але й узгодити місію та цілі, стратегію і тактику розвитку підприємства, його ресурсний потенціал та можливості її реалізації.

Загальновідомо, що планування є процесом формування цілей, визначення пріоритетів, засобів, методів та шляхів їх досягнення. Його роль полягає у зменшенні рівня невизначеності підприємницької діяльності та забезпечення життєздатності підприємства.

Важливо зауважити, що бізнес-план на відміну від інших планових документів підприємства стосується:

- 1) планування започаткування та реалізації окремого бізнес-проекту підприємства;
- 2) планування окремих напрямів, видів економічної діяльності чи створення окремого стратегічного підрозділу підприємства;
- 3) обґрунтування перспективних напрямів розвитку господарсько-фінансової діяльності суб’єкта господарювання.

Поняття бізнес-плану є еквівалентом англійського «Business plan», що означає – план справи, бізнесу, комерційної діяльності, торгівлі.

Бізнес – складний процес, який передбачає прийняття комплексу відповідальних рішень, і успішність його здійснення багато в чому залежить від володіння спеціальними знаннями: управлінськими, юридичними, фінансовими та ін.

Бізнес-план є традиційним для ринкової економіки документом, без якого у сфері бізнесу не здійснюються жодні серйозні дії. У певному значенні він є формалізацією системного підходу до процесу планування, формою обґрунтування економічної доцільності обраних фірмою напрямів діяльності і використання тих або інших джерел фінансування цієї діяльності, оцінки

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 99

очікуваних фінансових результатів (продажів, прибутку, віддачі від вкладеного капіталу).

І сьогодні у вітчизняній практиці існує величезне різноманіття визначень терміна «бізнес-план», частково запозичених із іноземного досвіду. Але необхідно усвідомлювати, що простого перекладу змістовної його частини для нас може бути недостатньо, рівно, як і те, що багато чого із західних методик може просто не працювати в українських умовах, якщо в них не враховуватиметься специфіка нашої економіки. Наведемо декілька визначень бізнес-плану, запозичених з різних джерел:

«Бізнес-планом є документ внутрішньофірмового планування, який формулює всі основні аспекти планування виробничої і комерційної діяльності підприємства, аналізує проблеми, з якими воно може зіткнутися, а також визначає способи вирішення фінансово-господарських завдань».

«Бізнес-план - об'єктивна оцінка власної підприємницької діяльності підприємства, фірми і в той же час-необхідний інструмент проектно-інвестиційних рішень відповідно до потреб ринку і ситуації, яка склалася».

«У ринковій економіці бізнес-план є робочим інструментом і для новостворюваних і для фірм, які вже працюють, і використовується у всіх сферах підприємництва».

«Бізнес-план — це програма дій підприємця, обґрунтована цільовим аналізом кон'юнктури ринку, інвестицій, товарів, послуг, власних завдань і ресурсів».

С.Ф. Покропивний пише, що «**бізнес-план** — це письмовий документ, в якому викладено сутність підприємницької ідеї, шляхи й засоби її реалізації, охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ним».

Отже, бізнес-план розглядається в кількох аспектах:

- як самодостатній інструмент внутрішньофірмового планування і аналог стратегічного плану;
- як інструмент ділового планування, насамперед, планування відносин з контактними аудиторіями організації, від яких залежить обсяг її фінансових ресурсів (кредиторами, інвесторами);
- як плановий документ, що розробляється на рівні структурного підрозділу підприємства.

Водночас, недостатнім є трактування процесу бізнес-планування лише як процесу послідовного написання необхідних розділів бізнес-плану як документу, адже бізнес-планування є систематизованим розрахунком показників господарсько-фінансової діяльності на оперативний (поточний) плановий період

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 100

та обранням оптимальних відповідей до критеріїв оптимальності (максимізація доходу та прибутку, ефективність використання ресурсного потенціалу, мінімізація витрат).

**Бізнес-план** є документом, який містить систему ув'язаних в часі та просторі та узгоджених з метою і ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання прибутку, внаслідок реалізації підприємницького проекту. Це результат планування, зафіксований у стислій та зрозумілій формі документа. Він виступає інструментом досягнення мети, що включає всі основні напрями діяльності підприємства.

**Мета розробки бізнес-плану** полягає у формуванні концепції розвитку підприємства (чи реалізації ним підприємницького проекту), яка забезпечує аналіз, оцінку, позиціонування, контроль та регулювання діяльності в умовах невизначеності і динамічності зовнішнього та внутрішнього середовища.

В умовах посилення конкуренції зростає й потреба у фахівцях, які володіють методикою розробки бізнес-плану створення і розвитку підприємства, обґрунтування перспективних управлінських рішень, спрямованих на удосконалення господарсько-фінансового механізму підприємства чи започаткування нових напрямів діяльності.

Розробка бізнес-плану є трудомістким процесом, вимагає значних коштів і часу. Тому бізнес-планування починається, як мінімум, за півроку до початку реалізації підприємницького проекту. До бізнес-планування залучають менеджерів, фінансистів, економістів, маркетингологів, юристів. Це можуть бути як працівники підприємства, які мають значний професійний досвід, так і зовнішні консультанти, експерти.

Причому залучення сторонніх фахівців дозволяє:

- реальніше оцінити підприємницьку ідею;
- підвищити рівень довіри до бізнес-плану з боку інвесторів, банку чи партнерів по бізнесу.

Але в розробці бізнес-плану обов'язково мають приймати участь керівник підприємства та автор підприємницького ідеї.

Бізнес-план є одночасно керівництвом до дії та до виконання. Він використовується для перевірки ідей, цілей, для підвищення ефективності управління підприємством та прогнозування результатів діяльності. По мірі реалізації бізнес-проекту цей документ може уточнятися шляхом коригування відповідних показників.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 101

## 2. Структура бізнес-плану.

**Структура бізнес-плану** – це сукупність розділів, що розглядаються у відповідному документі. На сьогодні не існує єдиного шаблону структури бізнес-плану, адже кожен суб'єкт господарювання може мати свої вимоги до змісту та наповнення бізнес-плану. Зокрема, якщо бізнес-план подається на залучення кредиту, банк, в першу чергу, буде зацікавлений у фінансовому та маркетинговому аналізі бізнес-проекту. Натомість для інвестора, крім фінансового та маркетингового плану, цікавими будуть також і виробничий та організаційний плани.

Сьогодні існує безліч методик розроблення бізнес-плану. Загалом сукупність представлених методик створення бізнес-плану за специфікою і масштабами проекту можна розподілити на три групи:

- а) міжнародні методики, котрі відповідають міжнародним стандартам і вимогам міжнародних організацій;
- б) державні методики регіональних та місцевих органів державної влади й самоврядування;
- в) корпоративні методики, що побудовані на вимогах банків для фінансування інвестицій.

На сьогодні виділяють такі найбільш поширені методичні **підходи до структуризації бізнес-плану**:

– методика Організації Об'єднаних Націй із промислового розвитку (UNIDO).

Даний підхід має на меті: проаналізувати ринки на основі польових й кабінетних досліджень, експертних інтерв'ю, зібрати необхідну техніко-економічну інформацію для обґрунтування усіх етапів бізнес-плану, провести техніко-економічні розрахунки відповідно до міжнародних стандартів UNIDO; спрогнозувати і змоделювати механізм фінансування бізнес-проекту; оптимізувати параметри проекту для збільшення інвестиційної привабливості. Згідно із цією методикою, детально характеризується продукт/ послуга, вивчається цільова аудиторія, проводиться оцінка конкурентів і виробляється маркетингова стратегія, описуються організаційний і виробничий плани, розробляється фінансовий план, спрямований на втілення конкретної бізнес-ідеї.

– методика Європейського банку реконструкції та розвитку (EBRD).

Запропонована для захисту інтересів кредиторів. У цій методиці основний акцент робиться на детальному аналізі самого бізнесу, вивчаються постачальники й характеризується діюча система збуту, зазначаються обсяги реалізації, розглядаються поточні фінансові результати, досліджується кредитна історія суб'єкта господарювання. Однак бізнес-ідея проекту розкривається досить розмито. Завдяки цій методиці розроблення бізнес-плану фінансові структури й інвестори повною мірою зможуть

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 102

оцінити всі ризики надання кредиту даному суб'єкту господарювання.

– методика фірми Coldman, Sachs&Co (один з лідерів світового інвестиційного бізнесу).

Найбільшу увагу приділяє таким ключовим розділам: фінансовому плану, плану маркетингу й плану виробництва. Ці розділи бізнес-плану органічно пов'язані між собою організаційним планом із конкретним прорахунком ризиків.

– методика за стандартами консалтингово-аудиторської фірми Ernst&Young.

Запропонована інтернаціональною консультативно-аудиторською фірмою, яка основну увагу під час складання бізнес-плану приділяє опису продукту/послуги, деталізує виробничий план і план маркетингу, безпосередньо концентрується на капіталізації й фінансовому плані.

– методика TACIS, запропонована в рамках відповідного проекту Європейського Союзу.

Запропонована ЄС для нових перехідних економік, в основі якої лежать вимоги UNIDO. Technical Assistance for the Commonwealth of Independent States – це технічна допомога на основі спеціальних стандартів, розроблених для ведення й організації бізнесу.

– методика за стандартами консалтингово-аудиторської фірми KPMG.

Запропонована Швейцарською асоціацією міжнародної системи компаній, які надають консультативні й аудиторські послуги.

– методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств (затверджені Наказом Міністерства економіки № 290 від 06.09.2006 р.).

Серед запропонованих державних методик розроблення бізнес-плану для уніфікації процесу і процедури його створення виокремлюють «Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств» (МЕРТ) та «Методичні рекомендації з розроблення бізнес-планів інвестиційних проектів», вимоги до бізнес-плану і рекомендації щодо його складання, запропоновані Українським фондом підтримки підприємництва й стандартами інвестиційно-проектної компанії BFM Group.

Необхідно зазначити, що вітчизняні методика та методологія формування бізнес-плану багато в чому спираються на зарубіжний досвід, зокрема «Методика розроблення бізнес-плану підприємства» та «Методика розроблення бізнес-плану інвестиційного проекту» повністю ґрунтуються на методиці складання бізнес-плану ЮНІДО, на цій же методиці базується й європейська методика ЄБРР. Тобто можна відзначити, що у цілому методологія бізнес-планування в ЄС та в Україні багато в чому схожа.

Надалі більш детально розглянемо методику структуризації бізнес-плану, запропоновану Організацією Об'єднаних Націй із промислового розвитку (UNIDO), яка є найбільш поширеною у використанні. Відповідно до даної

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 103

методики виділяють **наступні розділи:**

1. Резюме.
2. Опис підприємства та галузі.
3. Опис проекту та продукції.
4. Маркетинговий план.
5. Виробничий план.
6. Організаційний план.
7. Фінансовий план.
8. Оцінювання та страхування ризиків.
9. Додатки.

Надамо короткий опис ключових розділів бізнес-плану.

**1. Резюме.** Незважаючи на те, що цей розділ структурно є першим, складається він в останню чергу, коли розроблено весь бізнес-план. Резюме за своєю суттю являє собою стислий опис бізнес-проекту та виконує ознайомчі функції. Зокрема, інвестор або кредитор, перш ніж вивчати весь бізнес-план (який може бути доволі об'ємним за змістом), аналізують резюме для того, щоб виявити, чи цікава їм така бізнес-пропозиція в цілому. Якщо ж резюме викликає зацікавленість, інвестор або кредитор аналізують весь бізнес-план.

Отже, резюме має бути стислим (зазвичай одна, максимум дві сторінки) та містити наступну інформацію:

- інформація про суб'єкт бізнесу (існуючий або планований), його назву, організаційно-правову форму господарювання, місце розташування, форму власності та ключових засновників;
- інформація про проект – назва проекту, основна мета проекту, короткий опис продукції / послуг, що є об'єктом бізнес планування, термін реалізації проекту;
- опис ринку, на який орієнтовано реалізацію проекту – географічне розташування ринку (наприклад, ринок України, ринок Східної Європи, ринок Житомирської області тощо), цільовий сегмент споживачів (наприклад, молоді сім'ї з дітьми з середнім рівнем доходу);
- прогнозований обсяг продажу у натуральних та вартісних одиницях (за весь період реалізації проекту та річний);
- команда проекту – керівник проекту та ключові з точки зору реалізації проекту його учасники;
- прогнозні фінансові показники: загальна сума інвестицій, джерела фінансування, термін окупності проекту, економічний результат (чиста приведена

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 104

вартість) та рентабельність проекту.

Всі подальші розділи бізнес-плану розкривають детально інформацію, наведену в резюме та обґрунтовують розрахунками зазначені показники.

## **2. Опис підприємства та галузі.**

Даний розділ має на меті висвітлення інформації про суб'єкт господарювання, який є реципієнтом (отримувачем) фінансування. Структурно складається з двох частин: опису власне суб'єкта бізнесу та галузі, у якій він функціонує (буде функціонувати).

У загальній характеристиці суб'єкта бізнесу доцільно відобразити інформацію:

- назва суб'єкта бізнесу, організаційно-правова форма господарювання, форма власності;
- територіальне розміщення (фактичне або планове) суб'єкта бізнесу;
- основні види діяльності, що складають основу бізнес-ідеї. Відповідні види діяльності доцільно систематизувати за допомогою класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД-2010);
- характеристика наявних ресурсів, які будуть залучені до реалізації бізнес-проекту (наприклад, земельна ділянка, обладнання, приміщення, патенти та дозволи, ключовий персонал тощо);
- якщо бізнес-план подається для розширення існуючого бізнесу, наводиться короткий аналіз ключових показників діяльності суб'єкта бізнесу за останні 3-5 років (наприклад, показники прибутковості, ліквідності, фінансової стійкості, обсягів діяльності тощо).

Опис галузі наводиться з двох позицій: з точки зору факторів зовнішнього середовища функціонування бізнесу та з точки зору опису конкуренції на цільовому ринку.

Для оцінки факторів зовнішнього середовища, що визначають умови функціонування суб'єкта бізнесу, доцільно скористатися методикою **PEST-аналізу**, яка передбачає ідентифікацію рушійних сил макросередовища, поділ їх за визначеними групами та оцінювання характеру впливу. Результатом проведеного аналізу є згруповані у чотири основні групи фактори зовнішнього середовища (політичні, економічні, соціальні, технологічні), що формують найбільш вагомий вплив на бізнес-проект. Дослідження факторів зовнішнього середовища є необхідним з точки зору визначення умов, у яких функціонуватиме та розвиватиметься бізнес.

Для опису конкуренції на цільовому ринку доцільно визначити основних конкурентів та проаналізувати їх з точки зору слабких та сильних сторін. Інформацію можна узагальнити у формі табл. 6.1.



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 105

Таблиця 6.1

## Інформація про основних конкурентів

Назва	Адреса	Основні види продукції / послуг	Примітки (слабкі, сильні сторони)
1. ...			
2. ...			
3. ...			

Важливим критерієм оцінювання конкурентів є також визначення їхньої ринкової частки, проте часто така інформація не є доступною, тому можливим є опис конкурентів з точки зору продукції / послуг, а також конкурентних переваг. Оцінка сильних та слабких сторін конкурентів є важливою для формування подальшої стратегії розвитку бізнесу, визначення способів та методів боротьби з конкурентами за відповідну ринкову частку.

В якості узагальнення даного розділу доцільно сформулювати ключові фактори успіху бізнес-проекту, тобто ті його сильні сторони, які нададуть можливість успішно конкурувати, завоювати цільову частку ринку та забезпечити відповідні обсяги реалізації.

### 3. Опис проекту та продукції.

В даному розділі доцільно навести загальну характеристику проекту, а саме:

- назву та основну мету проекту;
- ключові завдання проекту;
- термін реалізації проекту.

Ключові завдання проекту можна представити у формі дерева цілей у графічній або текстовій інтерпретації.

Дерево цілей – це інструмент управління бізнесом, що передбачає декомпозицію цілей та завдань, спрямованих на досягнення певної мети, в ієрархічному порядку.

Опис продукції проекту передбачає:

- наведення основної продукції / послуг, що формують об'єкт господарської діяльності;
- визначення основних характеристик, притаманних даному виду продукції / послуг;
- відображення асортименту продукції / послуг, які планується виробляти / надавати;
- оцінку унікальності продукту та його привабливості для потенційних

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 106

споживачів;

- переваги / недоліки продукту порівняно із основними конкурентами;
- опис життєвого циклу продукту, у випадку, якщо життєвий цикл має сильний вплив на особливості виробництва та реалізації (наприклад, техніка, котра швидко застаріває внаслідок досягнень науково-технічного прогресу).

#### 4. Маркетинговий план.

Маркетинговий план має на меті охарактеризувати особливості збуту та просування продукції. У маркетинговому плані доцільно в першу чергу визначити цільовий сегмент ринку з огляду на особливості продукції / послуг проекту. Для визначення цільового сегменту можна скористатися табличною формою (табл. 6.2).

Таблиця 6.2

Сегментація ринку для бізнесу

Групи критеріїв сегментації	Критерії сегментації	Параметри критеріїв
1. Демографічні	1.1. Вік	до 18 р., 19-35 р., старші за 35 р., тощо
	1.2. Національність	українці, поляки, тощо
2. Соціально-економічні	2.1. Доходи	з високим, середнім або низьким рівнем доходів
3. Географічне положення	3.1. Країна	Україна, Польща, США тощо
	3.2. Регіон	Житомирська область, Рівненська область, Східна Європа тощо
4. Характеристики поведінки споживачів	4.1. Потреба	Для особистого споживання, для робочих потреб, для бізнесу тощо
	4.2. Мотиви купівлі	Для задоволення базових потреб, для задоволення статус-них потреб тощо
5. ....	5.1. ....	....

Варто відзначити, що бізнес може бути орієнтований на декілька сегментів. У такому випадку слід визначити основні цільові сегменти та коротко охарактеризувати відмінності між ними.

Наступний важливий аспект, що має бути відображений у маркетинговому плані, – прогнозний обсяг продажів з відповідним рівнем деталізації. Найчастіше для першого року реалізації бізнес-проекту прогнозні обсяги реалізації відображають із розбивкою по місяцях, для наступних періодів – в розрізі років реалізації проекту.

Крім цільового сегменту та прогнозних обсягів реалізації у маркетинговому плані також необхідно відобразити наступні моменти:

- ✓ цінова політика – методи ціноутворення, що плануються до використання (у випадку, якщо бізнес планується здійснювати на різних сегментах, між якими існують суттєві відмінності, цінова політика та інші аспекти маркетингової

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 107

політики визначаються окремо для кожного сегменту); система знижок та програми лояльності; особливості надання товарного кредиту тощо;

✓ методи реалізації продукції (збутова політика) – яким чином планується здійснювати збут продукції / надання послуг (через власну торговельну мережу, авторизованих партнерів, посередників тощо);

✓ методи просування продукції та стимулювання продажів (комунікаційна політика) – яким чином планується привернути увагу потенційних споживачів до продукту; рекламна політика (джерела та засоби реклами, інформаційний зміст реклами); участь у акціях тощо;

✓ післяпродажне обслуговування – наявність сервісу, служб підтримки, гарантійного обслуговування тощо.

### **5. Виробничий план.**

У даному розділі бізнес-плану визначаються:

- планові обсяги виробництва на підставі складеного прогнозу обсягів реалізації;

- опис технологічного процесу виготовлення продукції / надання послуг в розрізі основних його етапів;

- визначена на підставі планових обсягів виробництва та технологічного процесу потреба у виробничих ресурсах (обладнанні, сировині та матеріалах, виробничому персоналі тощо).

Крім того, у даному розділі може бути наведений перелік основних постачальників, з якими планується укласти договори на купівлю обладнання, постачання матеріальних ресурсів тощо.

**6. Організаційний план** присвячено визначенню організаційної структури управління суб'єктом бізнесу (сукупності підрозділів та взаємозв'язків між ними). Відповідно до сформованої структури, планових обсягів виробництва та інших потреб у персоналі встановлюється планова чисельність працівників в цілому (з урахуванням спеціалістів, управлінців тощо).

Також у даному розділі можуть бути наведені ключові кваліфікаційні вимоги до критичних з точки зору реалізації проекту працівників (наприклад, директора, технолога, головного інженера тощо). Якщо персонал вже частково або повністю сформовано, наводяться фактичні кваліфікаційні характеристики критичних працівників.

В організаційному плані також обґрунтовується обрана організаційно-правова форма господарювання, визначається форма власності. Якщо бізнес-план подається на розгляд інвестору, то у даному розділі доцільно навести права (у т.ч. майнові), обов'язки та повноваження потенційного інвестора.

**7. Фінансовий план** є одним з найбільш важливих розділів бізнес-плану, оскільки саме в даному розділі наводяться розрахунки, що підтверджують

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 108

ефективність бізнес-проекту. Зазвичай, у фінансовому плані знаходить своє відображення наступна інформація:

- загальний обсяг інвестицій, необхідних для реалізації бізнес-проекту, джерела формування коштів із визначеними частками у випадку співфінансування;
- планові доходи (визначені на основі прогнозних обсягів реалізації) та витрати (в т.ч. з розбивкою на капітальні (власне інвестиції) та поточні витрати, необхідні для функціонування бізнесу) по періодах реалізації проекту;
- обґрунтування безбиткового обсягу виробництва / реалізації та порівняння його із плановими показниками доходності;
- розрахунок показників оцінки ефективності бізнес-проекту (в т.ч. період окупності, рентабельність інвестицій тощо).

Підсумком фінансового плану є висновок щодо ефективності бізнес-проекту, періоду його окупності та основних результатів для ініціаторів проекту, інвесторів та / або кредиторів.

## 8. Оцінювання та страхування ризиків.

Будь-яка бізнес-діяльність нерозривно пов'язана із ризиком. Відтак, перш ніж розпочинати діяльність, варто ідентифікувати та оцінити існуючі ризики. Даний розділ є також важливим для інвестора, оскільки детальний опис потенційних ризиків свідчить про обізнаність ініціатора проекту зі сферою його реалізації, а отже, свідчить на користь його спроможності до втілення бізнес-ідеї у життя. При оцінюванні ризиків доцільно використати попередньо зібрану інформацію щодо стану та тенденцій зміни факторів зовнішнього середовища, діяльності конкурентів, можливостей реалізації форс-мажорних обставин.

Найкращим є варіант з кількісною оцінкою ризиків, проте процедура кількісної оцінки є досить складною та потребує значного інформаційного забезпечення. Таким чином, при розробці бізнес-плану достатньо буде у даному розділі висвітлити описову характеристику потенційних ризиків та розробити заходи щодо запобігання ризикам або щодо подолання можливих негативних наслідків їх реалізації.

Результати проведеного аналізу потенційних ризиків можливо висвітлити у табличній формі (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

### Приклад висвітлення інформації про ризики бізнес-проекту

Види ризиків	Заходи зменшення впливу ризиків
--------------	---------------------------------

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 109

1. Ризик псування майна внаслідок крадіжки, пожежі тощо	1.1. Укладання страхового полісу з відшкодуванням вартості майна 1.2. Формування служби охорони на підприємстві 1.3. Дотримання правил пожежної безпеки та забезпечення наявності засобів пожежогасіння
2. ....	2.1. ....

Найбільш вагомі ризики доцільно також описати більш детально.

**9. Додатки.** Даний розділ є необов'язковим, оскільки містить додаткову інформацію. Зазвичай у додатки включають усю важливу інформацію, яка не увійшла до основної частини бізнес-плану, проте свідчить на користь проекту або доповнює основний зміст. Наприклад, у додатках можливо розмістити звітність підприємства за попередні періоди (якщо бізнес-план подається на розширення існуючого бізнесу), резюме критичних учасників проекту, копії авторських свідоцтв, патентів, відгуків кредиторів, договорів з потенційними постачальниками та / або споживачами тощо.

Важливим компонентом бізнес-плану також є **меморандум про конфіденційність**, який, зазвичай, розміщується на або одразу після титульної сторінки. Меморандум про конфіденційність містить вимогу про нерозголошення інформації, наведеної у бізнес-плані, та є своєрідним засобом захисту бізнесмена від крадіжки його ідей.

Головними принципами, яких слід дотримуватися при розробці бізнес-плану є:

- *адекватність* – бізнес-план та положення усіх його розділів повинні відповідати існуючим ринковим умовам, на якому функціонує суб'єкт бізнесу, його розмірам, можливостям, ресурсному забезпеченню;

- *цільовий характер* – розрахунки, проведені при бізнес-плануванні, мають відповідати основній цілі, поставленій при розробці цього планового документа (максимізація прибутку чи доходу, мінімізація витрат, ін.);

- *постійність* – ефективне управління функціонуванням та розвитком суб'єкта бізнесу передбачає не лише розробку бізнес-плану перед його реєстрацією та створенням, це повинен бути безперервний процес планування бізнесу, реалізації підприємницького проекту та його коригування під час реалізації проекту;

- *системність* – сукупність показників та розрахунків, проведених при розробці бізнес-плану, мають бути ув'язаними в єдину систему показників, узгоджених між собою спільними цілями та ресурсами;

- *науковість* – усі розрахунки, проведені при розробці бізнес-плану, мають ґрунтуватись виключно на наукових підходах та методиках;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 110

- *швидкого реагування* – передбачає можливість оперативного внесення відповідних коригувань в плани виробничо-господарської та інвестиційної діяльності підприємства, обумовлених змінами в мікро- та макросередовищі. У ринковій економіці важливо також оперативно і адекватно реагувати на сучасні досягнення науково-технічного прогресу. Це дозволить підприємству зберегти високий рівень конкурентоспроможності продукції і підприємства;

- *кількісної оцінки цілей розвитку підприємства* – необхідність представлення в цифровому вираженні запланованих до досягнення цілей функціонування виробництва і збуту готової продукції (послуг);

- *оптимізації* – у ході розрахунку показників слід забезпечити обрання допустимого, проте найкращого варіанту реалізації підприємницького проекту та розвитку суб'єкта бізнесу.

За рахунок чітко визначених кінцевих цілей розробленого бізнес-плану вся справа бізнесу набуває цілеспрямованості, що дозволяє спрямувати енергію та дії підприємств в оптимальне русло. Підготувавши бізнес-план суб'єкт господарювання отримує інструмент контролю управління, який забезпечує поступове його просування до поставленої мети.

### **3. Вимоги до стилю написання та оформлення бізнес-плану**

Оформлення та стиль не менш важливі для успіху бізнес-плану, ніж його зміст. Недбало оформлений, неграмотно складений, надмірно розгорнутий чи, навпаки, невиправдано стислий бізнес-план не знайде розуміння і підтримки в потенційних інвесторів ділового проекту.

Бізнес-план повинен виглядати професійно. Це рекламний документ, що характеризує як підприємця, так і його бізнес. Зокрема, про вашу компетентність будуть судити не лише за змістом, але й за зовнішнім виглядом бізнес-плану.

Загалом вимоги до написання бізнес-плану доцільно розглядати у двох напрямках: вимоги до оформлення його як документу та вимоги до його структури і змісту основних розділів.

Як і будь-який інший документ бізнес-план повинен відповідати визначеним вимогам та правилам оформлення. До них можна віднести:

- незначний обсяг документа, його простота та лаконічність, але водночас адекватне розкриття суті підприємницького проекту і його цілей. Як показує практика, для підприємницьких проектів, що вимагають незначних фінансових вкладень, обсяг документа обмежується 20-25 сторінками;

- функціональність документа, тобто в нього повинна бути включена лише та інформація, яка цікавить чи може зацікавити його читача;

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 111

- легкість у сприйнятті, тобто документ повинен бути складений так, щоб в ньому легко можна було відшукати необхідну інформацію;
- структурованість документа. Бізнес-план повинен бути розділений на розділи, параграфи та мати сторінку зі змістом;
- забезпеченість збереженості конфіденційної інформації про підприємницький проект;
- реалістичність припущень та передбачень, а також (що ще краще) науковість представлених результатів. Усі припущення повинні бути конкретно визначеними та підкріплені відповідною маркетинговою інформацією, іншими даними, а результати розрахунків (представлені у вигляді таблиць, рисунків, схем, формул ін.) основних показників бізнес-плану, розрахованих на основі наукових методик та підходів; обґрунтовані та підкріплені посиланнями на джерела інформації (наприклад, проведені дослідження ринку, опитування, галузеві статистичні дані, економічні і демографічні дослідження) припущення та прогнози;
- точність фінансових розрахунків;
- рівність деталізації розрахунків у часі – розрахунок усіх планових показників цього документа повинен бути здійснений на однаковий плановий період часу (доцільно здійснювати планування показників на 3 або 5 років із деталізацією розрахунків у першому році помісячно, а у наступних роках - поквартально);
- легкість пошуку необхідної інформації, що передбачає відповідність наведених показників бізнес-плану розділам, яким ці показники відповідають, а також дотримання при розробці бізнес-плану та викладенні його матеріалу вимог щодо логіки розробки цього документа;
- наочність, тобто у бізнес-плані доцільно основні результати наводити у вигляді ілюстративного матеріалу, не переобтяжувати документ другорядною та довідковою інформацією, технічними особливостями (яку варто винести у додатки);
- формування іміджу успішного суб'єкта підприємницької діяльності. Цей документ повинен бути привабливим, але простим та через викладення тексту свідчити про успішність функціонування суб'єкта бізнесу та привабливість пропонованого бізнес-проекту;
- об'єктивність оцінки ускладнень, в яких може опинитись реалізація бізнес-проекту;
- відповідність стилю написання бізнес-плану стандартам та очікуванням щодо цього осіб, на яких він розрахований;
- надання проекту влучної короткої назви, що є не обов'язковим, проте

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 112

бажаним, оскільки вона в подальшому може бути відображеною на зовнішній рекламі суб'єкта підприємницької діяльності, упаковці продукції, інших рекламних матеріалах. Влучна назва повинна відповідати сфері бізнесу, вказувати на місце розташування та характеристику цільової аудиторії продукції (послуг), викликати позитивні емоції та в подальшому перерости у торгову марку чи інший об'єкт інтелектуальної власності;

- якщо бізнес-план складається для досягнення цілей розвитку і диверсифікації в нові сфери бізнесу для вже існуючого підприємства, він повинен дати відповідь, чи не постраждають поточні, основні операції від запланованих змін;

- за необхідності додаткова інформація може бути винесена в «Додатки».

Існують також і певні правила технічного оформлення бізнес-плану. Такі правила передбачають:

- ✓ наявність титульного аркуша;
- ✓ наявність змісту;
- ✓ розміщення резюме на початку бізнес-плану;
- ✓ розміщення в кінці бізнес-плану додатків;

наявність приміток та посилань на джерела використаної інформації.

Бізнес-план починається з титульного аркуша, який повинен бути лаконічним та привабливим, не містити зайвих подробиць.

Наступним аркушем бізнес-плану є зміст. У ньому зазначають сторінки, на яких починаються основні структурні компоненти цього документа та який дозволяє швидко відшукати необхідну інформацію. Варто пам'ятати, що зміст бізнес-плану можна структурувати за розділами, параграфами і т.д.

Далі слід розмістити резюме. Це 0,5-2 сторінки тексту, які містять основні положення бізнес-проекту, розрахованого у бізнес-плані.

Вимоги щодо розробки кожного з основних розділів бізнес-плану будуть висвітлені у наступних темах, проте слід зазначити, що структурні компоненти цього документа повинні бути більш-менш рівнозначними за обсягом та стилем написання і повністю розкривати ті питання, які повинні бути висвітлені у відповідному розділі бізнес-плану.

У додатки доцільно перенести інформацію, яка перешкоджає легко сприймати основний матеріал та складні спеціалізовані технічні чи технологічні схеми, компоненти, які стосуються реалізації бізнес-проекту.

Також у додатках можна розмістити довідки про суб'єкт підприємницької діяльності, організаційну структуру чи схему управління або технології бізнесу; фінансову та іншу документацію (наприклад, за попередні роки функціонування суб'єкта підприємницької діяльності); джерела вихідної інформації,



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 113

бібліографію; технічні дані про продукцію; копії патентів; схеми виробничих потоків; анкетні дані основного управлінського персоналу, ін.

## **ТЕМА 7. МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ**

- 7.1. Основні поняття в сфері маркетингу.
- 7.2. Дослідження та сегментація ринку.
- 7.3. Реклама та її роль просуванні бізнесу.

### **7.1. Основні поняття в сфері маркетингу.**

В основі будь-якої бізнес-ідеї знаходиться споживач та його потреби, тож управління бізнесом (особливо у контексті загострення конкуренції) повинне базуватися на споживчоорієнтованому підході. Засобом реалізації такого підходу виступає маркетинг, який надає можливість забезпечити комунікацію між суб'єктом бізнесу та його потенційними та існуючими споживачами.

Маркетинг є глобальною функцією в системі підприємництва, завдяки якій підприємство визначає напрямок свого розвитку та стратегії конкурентної боротьби за найбільш привабливих покупців, а також формує позитивний імідж підприємства. Значення маркетингу зростає з кожним роком. Відповідно щорічно зростають і витрати на маркетинг. В цілому якщо розглядати витрати на маркетинг за його головними напрямками (збут товарів, просування та сервіс), то вони можуть досягати половини всіх витрати підприємства. Особливо великі витрати на маркетинг в період виходу підприємства на ринок.

Термін «маркетинг» (marketing) походить від англ. слова «market» (ринок) і означає «процес просування на ринок», «діяльність у сфері ринку». Вперше його застосували американські фермери в середині XIX ст., які, шукаючи ринок збуту продукції, ввели поняття «Market Getting», що означало оволодіння ринком. Пізніше це словосполучення дало єдине слово – «маркетинг».

Наприкінці XIX – початку XX ст. його почали вживати в економічній літературі, а в університетах було запроваджено наукову дисципліну з такою назвою.

Таким чином, становлення маркетингу як науки датується початком XX ст., водночас, системний підхід до організації маркетингової діяльності пов'язують з ім'ям Філіпа Котлера, який заклав основи сучасного маркетингу. Сучасний же розвиток маркетингового управління визначається особливостями зовнішнього середовища функціонування бізнесу, а саме зростанням ринкової сили споживачів, диверсифікацією споживчих запитів, інформатизацією відносин,

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 114

глобалізацією та зростанням рівня конкуренції тощо.

**Маркетинг** за своєю сутністю представляє собою специфічний вид управлінської діяльності, спрямований на досягнення стратегічних та тактичних цілей шляхом встановлення дієвих комунікацій з стейкхолдерами (в першу чергу споживачами) та ефективного позиціонування підприємства. Формування системи комунікацій в рамках маркетингової діяльності повинне охоплювати ключові категорії усіх зацікавлених осіб: постачальників, конкурентів, державні інституції тощо, проте первинним об'єктом маркетингового впливу виступає споживач та мотиви його поведінки на ринку.

Одними з первинних завдань маркетингу виступають ідентифікація, формування та задоволення потреб споживачів задля реалізації поставлених цілей діяльності бізнес-одиниці. Відтак, маркетинг за своєю суттю є діалектичним поєднанням науки та мистецтва. З одного боку, визначення мотивів споживачів, дослідження тенденцій розвитку ринкової ситуації, аналіз кон'юнктури ринку здійснюються за допомогою сукупності наукових методів, з іншого – виявлення прихованих мотивів споживачів та ефективного управління ними несуть у собі творчий та мистецький характер.

Маркетинговий підхід в управлінні бізнесом дозволяє ідентифікувати потреби споживача, визначити способи задоволення цих потреб та скоординувати роботу підприємства таким чином, щоб якомога більш повно задовольняти визначені потреби, формуючи відтак результати діяльності суб'єкта господарювання. Маркетингова діяльність суб'єкта бізнесу в основному, але не виключно, спрямована на забезпечення взаємодії із споживачами продукції, робіт та послуг. На сьогодні значного поширення **набуває концепція холістичного маркетингу**, що передбачає формування 5 основних напрямів:

1. Маркетинг відносин. Ключовою метою зазначеного напрямку маркетингової діяльності є встановлення та розвиток глибоких, взаємовигідних, тривалих відносин з окремими особами та організаціями, що тією чи іншою мірою впливають на успіх суб'єкта бізнесу у досягненні стратегічних і тактичних цілей розвитку. Основними учасниками таких взаємовідносин є споживачі, найманий персонал, маркетингові партнери (постачальники, канали розподілу, дистриб'ютори, дилери тощо), фінансові партнери (власники, інвестори, аналітики тощо).

2. Інтегрований маркетинг – управління комунікаціями, каналами розподілу продукції, позиціонування продукції та послуг на основі принципу синергії. Тобто при впровадженні будь-яких маркетингових дій, заходів застосовується комплексний підхід, що надає змогу ув'язати усі заходи в єдину цілісну стратегію та досягти додаткового ефекту за рахунок взаємодії між окремими компонентами.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 115

3. Внутрішній маркетинг полягає у прийнятті на роботу, навчанні та мотивації співробітників, які здатні та заохочені до ефективної взаємодії зі споживачами. Основною метою даного напряму маркетингу є формування певної корпоративної культури серед персоналу на засадах визначених принципів в маркетингу. Концепція внутрішнього маркетингу базується на припущенні, що ефективне позиціонування підприємства є функцією не лише відділу маркетингу, але й спрямованих та скоординованих зусиль усього персоналу підприємства.

4. Маркетинг діяльності (ефективності діяльності) базується на визначенні та розумінні наслідків маркетингової діяльності суб'єкта бізнесу. Передбачає оцінювання та аналіз ключових показників ефективності, зокрема таких як: обсяги реалізації, частка ринку, показники втрати клієнтів, ступінь задоволення потреб споживачів, показники якості тощо.

5. Соціально відповідальний маркетинг – реалізація цілей компанії з визначенням подальших їх наслідків для навколишнього середовища, врахуванням правового, етичного середовища, комунікацій із суспільством.

Отже, маркетинговий підхід в управлінні бізнесом у сучасних умовах має на меті ефективне позиціонування суб'єкта бізнесу у відносинах із зацікавленими (пов'язаними) особами (стейкхолдерами), тобто споживачами, контрагентами, персоналом, власниками тощо. Відповідно до цього, маркетингова діяльність у сучасних умовах спрямована на вирішення наступних завдань:

- забезпечення зв'язку зі споживачами – визначення цільового споживача, його потреб, ідентифікація основних засобів і продуктів для задоволення відповідних потреб;

- позиціонування суб'єкта бізнесу у відносинах із стейкхолдерами (з точки зору виробника якісної продукції перед споживачами, надійного партнера перед постачальниками, соціально відповідального бізнесу перед суспільством тощо);

- формування внутрішньої корпоративної культури, що підпорядковуватиметься загальним принципам маркетингової стратегії суб'єкта бізнесу та координуватиме зусилля всіх працівників у процесі задоволення потреб споживачів;

- прогнозування тенденцій розвитку ринку – ефективно функціонуюча система маркетингу суб'єкта бізнесу повинна не лише відстежувати існуючий стан ринку, але й прогнозувати тенденції його зміни та розвитку для забезпечення конкурентоспроможного функціонування в умовах високої динамічності середовища;

- забезпечення стабільного й успішного довгострокового існування суб'єкта бізнесу на основі реалізації його стратегічних та тактичних цілей і завдань.

На сьогодні існує значна кількість видів маркетингу, проте вважаємо, що

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 116

найбільш вагомим з точки зору управління бізнесу є поділ за пріоритетними споживчими сегментами. Суб'єкт бізнесу може пріоритетно працювати з юридичними особами або з кінцевими споживачами (фізичними особами). У першому випадку мова йде про B2B сегмент (business to business) та відповідний йому вид маркетингу (іноді B2B маркетинг ще називають промисловим маркетингом). Якщо ж бізнес орієнтований в першу чергу на фізичних осіб, тоді він функціонує у B2C сегменті (business to customer), відповідно, у такому випадку застосовується B2C або споживчий маркетинг.

Управління маркетинговою діяльністю суб'єкта бізнесу здійснюється на засадах цільового підходу, що, у свою чергу, передбачає встановлення відповідних стратегічних та тактичних цілей у маркетинговій сфері.

Цілі маркетингу формуються відповідно до вимог SMART, зазвичай, включають наступні:

- досягнення / утримання цільової ринкової частки;
- забезпечення позиціонування суб'єкта бізнесу;
- вихід на нові ринки / сегменти ринку;
- забезпечення прибутковості;
- підвищення рівня лояльності споживачів;
- оптимізація витрат на просування продукції;
- формування ефективної системи комунікацій зі споживачами та іншими контрагентами.

Практична реалізація цілей маркетингу забезпечується на основі використання маркетингового інструментарію. **Маркетинговий інструментарій** представляє собою сукупність методів, технік та інструментів, що можуть бути використані для ідентифікації, встановлення та досягнення цілей бізнес-суб'єкту у сфері маркетингу. Причому інструментарій маркетингу може бути представлений як загальними (наприклад, SWOT-аналіз, бенчмаркінг тощо), так і специфічними інструментами та техніками (наприклад, сегментація, брендинг, аудит контактів тощо).

У сучасній теорії та практиці існує значна кількість маркетингових інструментів. Більшість науковців визначають маркетинговий інструментарій крізь призму так званого маркетинг-міксу (або «4Р», комплексу маркетингу), який за свою суттю представляє набір інструментів, що використовуються для досягнення маркетингових цілей. Найбільш поширена у теорії та практиці концепція маркетинг-міксу була запропонована Джеромом МакКарті (Е. Jerome McCarthy) та включає наступні складові: продукт, ціна, місце та просування.

Відтак, основні маркетингові інструменти визначаються у розрізі товарної, цінової, комунікаційної політик та політики просування продукції суб'єкта

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 117

бізнесу.

**Продукт (або товар, product)** є базовим компонентом комплексу маркетингу та відображає наступні об'єкти маркетингового управління: власне продукт та його властивості, асортимент, якість, пакування, післяпродажне обслуговування, сервіс тощо.

**Ціна (price)** включає наступні об'єкти управління: власне процес ціноутворення, наявність дисконтів (знижок), умови розрахунку, платіжну дисципліну, наявність відтермінування платежу тощо.

**Місце (place)** як компонент маркетинг-міксу визначає особливості процесу реалізації продукції (надання послуг). Зокрема, у даному випадку об'єктами управління виступають: канали розподілу, посередники, особливості доставки та транспортування, логістика, торговельний персонал тощо.

**Промування (promotion)** визначає особливості комунікаційної політики та включає управління наступними об'єктами: реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, участь у виставках, ярмарках, прямі продажі тощо.

Водночас, високий рівень динамізму зовнішнього середовища, трансформація економічних відносин та умов функціонування суб'єктів бізнесу об'єктивно призвели до еволюції концепції «4Р» та появи нових підходів до складу інструментів маркетинг-міксу.

Зокрема, гуру маркетингу Ф. Котлер та К. Келлер вважають, що за сьогоденних умов до складу 4Р слід віднести:

- людей – компонент відображає внутрішній маркетинг, тобто орієнтацію усіх співробітників організації на якомога більш ефективну взаємодію зі споживачами, формування привабливого іміджу підприємства;
- процеси – відображають рівень творчості, організованості та структурованості управління маркетингом на підприємстві;
- програми – характеризують усю діяльність бізнес-одиниці, спрямовану на індивідуального споживача;
- ефективність діяльності – розглядається в рамках концепції холістичного маркетингу, тобто передбачає врахування як фінансових, так і нефінансових наслідків (в т.ч. екологічних, етичних, соціальних, демографічних тощо).

Інструментарій маркетингу не обмежується використанням маркетинг-міксу. Складність та комплексність завдань маркетингового управління бізнесом визначають широкий спектр інструментів, що можуть використовуватися у процесі реалізації маркетингових цілей та завдань.

Розглянемо більш детально окремі інструменти маркетингу:

**Аналіз ринку (маркетинговий аналіз)** – передбачає дослідження ринкової кон'юнктури, стану галузі, споживачів на ринку, основних факторів, що

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 118

впливають на ринкову ситуацію.

**Аналіз споживачів** – передбачає визначення основних споживчих запитів, рівня задоволеності споживачів, їхніх скарг.

**Маркетингове дослідження** – є одним з ключових інструментів маркетингу. Передбачає збирання та обробку нерегулярної та специфічної інформації для вирішення конкретних маркетингових задач. Виділяють 5 основних напрямів маркетингового дослідження: дослідження ринку, продажів, продуктів, рекламування, корпоративного зростання та розвитку.

**Концепція ключових факторів** успіху передбачає ідентифікацію та якомога більш ефективного використання конкурентних переваг підприємства в умовах конкретного ринку та часу.

**Сегментація ринку** є базовим інструментом для розробки маркетингової стратегії підприємства та передбачає поділ споживачів на групи за певними критеріями, в якості яких можуть виступати демографічні характеристики, рівень доходів споживачів тощо. На основі проведеної сегментації визначаються пріоритетні напрями маркетингової діяльності суб'єкта бізнесу, формуються ключові його стратегічні напрями дії. Більш детально особливості використання сегментації як інструмента управління бізнесом розглянуто у наступному підрозділі.

**Аудит контактів** передбачає дослідження каналів комунікації зі споживачем, крім власне реклами. Тобто здійснюється аналіз усіх можливих шляхів інформування споживача про продукт та бізнес в цілому (наприклад, листування, оприлюднення звітів, особиста комунікація зі співробітниками фірми тощо) з метою активізації найбільш дієвих каналів комунікації.

**Позиціонування та диференціювання** доцільно розглядати у поєднанні, адже обидва інструмента доповнюють один одного. Так, позиціонування має на меті створення бажаного іміджу підприємства для залучення споживачів, у той час як диференціювання передбачає забезпечення ідентифікації конкретного бізнесу та вирізнення його з-поміж конкурентів.

**Брендинг** є елементом позиціонування та диференціювання і передбачає формування назви, позначення дизайну або їх комбінації для чіткої ідентифікації продуктів однієї фірми від інших.

На сьогодні брендинг є одним з ключових інструментів маркетингу, що забезпечує диференціювання бізнесу на ринку та формування довгострокових його конкурентних переваг.

**ІТ-маркетинг** є узагальнюючою назвою для сукупності нових способів формування комунікаційної політики бізнесу в умовах діджиталізації економіки. Стрімкий розвиток інформаційних технологій в цілому та соціальних мереж

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 119

зокрема обумовили появу таких нових інструментів маркетингу, як вірусний маркетинг, блогінг, флешмоби, провокаційний маркетинг.

Маркетингове управління бізнесом передбачає використання широкого спектру інструментів відповідно до цілей маркетингу та поточної ринкової ситуації суб'єкта бізнесу.

## 7.2. Сегментація ринку

Одним з ключових інструментів маркетингу є сегментація ринку, що надає змогу виявити цільових споживачів та більш детально вивчити їхні потреби та вподобання.

**Сегментація ринку** – це процес його поділу на певні частини відповідно до обраних критеріїв. Результатом сегментації є виділення окремих частин ринку (груп споживачів), які мають подібні риси, характеристики та запити.

Роль сегментації як інструмента управління визначається необхідністю орієнтації бізнес-діяльності на споживача, а також диверсифікацією (різноманіттям) споживчих потреб, пріоритетів та вподобань.

Сегмент ринку – це група споживачів, що мають схожі вподобання та пріоритети споживчої поведінки, і щодо яких можливим є застосування однакових або подібних маркетингових інструментів.

Існують наступні **вимоги до виділення сегментів ринку**:

- можливість кількісної оцінки сегмента з точки зору визначення місткості ринку;
- суттєвість сегментів – означає, що розмір та особливості сегменту повинні становити інтерес для бізнес-суб'єкта з точки зору обсягів продажу та можливостей роботи на певному сегменті;
- доцільність виділення сегментів – передбачає, що виділення сегментів повинне бути виправданим з точки зору подальших управлінських рішень, а також загального критерію ефективності;
- доступність сегментів з точки зору встановлення маркетингових комунікацій.

Процес сегментації ринку здійснюється у наступній послідовності:

**Етап 1.** Вибір ринку та ретроспективний аналіз попиту.

**Етап 2.** Ідентифікація основних факторів, що визначають зміну попиту.

**Етап 3.** Визначення найбільш вагомих параметрів сегментації.

**Етап 4.** Власне сегментація.

Таким чином, процес сегментації базується на дослідженні ринку, а також визначенні найбільш вагомих параметрів сегментації з огляду на особливості

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 120

ринку та специфіку продукції (послуг), що формують основну діяльність суб'єкта бізнесу.

Параметри або критерії сегментації істотно залежать від ринку та виду продукції (послуг), тому можуть і будуть варіювати в різних умовах. В цілому, є 4 основні критерії сегментації ринку:

- сегментація за потребою;
- сегментація за технологією;
- сегментація за типом споживача;
- сегментація за географічним районом

При сегментації за потребою поділ ринку на окремі сегменти (групи споживачів) здійснюється на підставі тієї потреби, яку прагне задовольнити споживач. Так, один і той самий продукт може бути спрямований на задоволення різних потреб. Наприклад, готове тісто споживач може купувати для особистого споживання (кулінарія), для перепродажу (торгівля), для бізнес-цілей (сфера громадського харчування).

Сегментація за технологією базується на тому, що одна і та сама потреба може бути задоволена у різний спосіб. Наприклад, потреба дістатися на роботу може бути задоволена шляхом пересування на власному автомобілі, на громадському транспорті, на велосипеді, на таксі тощо.

Сегментація за типом споживача передбачає врахування економічних, демографічних та психологічних критеріїв.

Економічний критерій – розмір доходів споживачів – є одним з найбільш вагомих при сегментації майже для будь-якого продукту, оскільки визначає планову цінову та товарну політику суб'єкта бізнесу. До демографічних критеріїв можуть відноситися: вік споживачів, національність, професія, стать, життєвий цикл сім'ї тощо.

До психологічних критеріїв сегментації відносяться мотиви купівлі (наприклад, купівля для задоволення потреби, купівля за статусними мотивами тощо).

Сегментація за географічним районом використовується у тому випадку, коли є істотні відмінності між споживачами різних районів або у випадку необхідності значної модифікації політики розподілу продукції.

Важливим компонентом сегментації є оцінка виділених сегментів з позиції обґрунтування цільових сегментів для суб'єкта бізнесу. Оцінка здійснюється як у зовнішньому, так і у внутрішньому аспекті.

***Зовнішній аспект оцінки ринкових сегментів передбачає:***

1. Оцінку потенціалу певного ринкового сегменту. При цьому аналізуються наступні параметри ринкового сегменту:



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 121

- місткість ринку (тобто загальний обсяг продажів на визначеному ринковому сегменті);
- динаміка місткості ринку;
- показники прибутковості інших суб'єктів бізнесу, що працюють на даному сегменті;
- цінова еластичність попиту (тобто на скільки відсотків змінюється попит при зміні ціни на 1 %).

2. Оцінку ринкового середовища. Даний напрям дослідження передбачає вивчення наступних індикаторів:

- тип та рівень конкуренції на даному ринковому сегменті;
- домінуючі методи конкуренції;
- наявність бар'єрів входу та виходу.

3. Оцінку державного регулювання ринкового сегменту та соціальних факторів.

*Внутрішній аспект оцінки передбачає дослідження власних конкурентних можливостей бізнесу та базується на визначенні:*

- фінансових можливостей суб'єкта бізнесу;
- рівня конкурентних переваг суб'єкта бізнесу.

Проведені сегментація та оцінка виступають основою для визначення цільових ринкових сегментів, які, у свою чергу, обумовлюють особливості маркетингової стратегії суб'єкта бізнесу.

Зазвичай, орієнтація на певний ринковий сегмент визначає специфіку маркетингового інструментарію (в першу чергу, маркетинг-міксу), що буде застосовуватися на даному сегменті.

Залежно від того, на скільки сегментів орієнтується суб'єкт бізнесу, виділяють наступні маркетингові підходи:

- мас-маркетинг – орієнтація на широкий споживчий ринок із використанням одного базового комплексу маркетингу;
- концентрований маркетинг – орієнтація на один сегменті з використанням інструментів, розроблених саме для цієї групи споживачів;
- диференційований маркетинг – орієнтація на кілька сегментів із використанням спеціально опрацьованого комплексу маркетингу для кожної групи споживачів.

Управління маркетинговою діяльністю бізнесу є вкрай важливим напрямом управління бізнесом в цілому, оскільки забезпечує визначення потреб споживача, які, у свою чергу, формують основу будь-якої бізнес-ідеї.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 122

### 7.3. Реклама та її роль просуванні бізнесу.

Реклама є одним із найважливіших інструментів маркетингу, адже забезпечує безпосередню комунікацію зі споживачем, сприяє поінформованості споживача про суб'єкт бізнесу, формуванню іміджу та позиціонуванню суб'єкта бізнесу на ринку.

Поняття «реклама» характеризується подвійним змістом: з одного боку – це діяльність, спрямована на просування продукції або послуг фізичної чи юридичної особи, з іншого – це власне інформаційне повідомлення про продукцію або послуги фізичної чи юридичної особи.

Особливості рекламної діяльності в Україні регламентуються Законом України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. Згідно із Законом, **реклама** – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Законом також визначено принципи та загальні вимоги до реклами, поняття недобросовісної та соціальної реклами, особливості здійснення окремих видів реклами, особливості рекламування деяких видів товару тощо.

Реклама відіграє надзвичайно важливу роль в управлінні бізнесом, що обумовлено її **завданнями**:

- інформування споживача про продукцію та / або послуги, пропоновані суб'єктом бізнесу;
- забезпечення позиціонування та диференціювання суб'єкта бізнесу в очах споживача;
- управління потребами споживачів (так зване «нав'язування» потреби споживачам);
- створення додаткових конкурентних переваг за рахунок підвищення поінформованості споживача;
- управління попитом за рахунок інтенсивності та виду реклами.

Таким чином, реклама здійснює комунікативні функції, сприяючи формуванню позитивного іміджу суб'єкта бізнесу в очах споживачів.

Існує розгалужена класифікація видових проявів реклами, що обумовлено високим ступенем їх поширення у сучасному житті суспільства. Так, залежно від мети виділяють комерційну рекламу, яка спрямована на забезпечення зростання прибутку, та соціальну рекламу. Відповідно до Закону України «Про рекламу», **соціальна реклама** – це інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 123

загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку.

Окремо слід виділити політичну рекламу, яка спрямована на створення позитивного іміджу політичних діячів. Водночас, у бізнесі використовується здебільшого саме комерційна реклама.

Залежно від цільової направленості виділяють наступні види реклами:

– **інформативна** – спрямована на формування іміджу суб'єкта бізнесу, а також інформування споживача про продукцію та / або послуги, пропоновані суб'єктом бізнесу на ринку;

– **переконуюча** – має на меті сформуванню впевненість споживача щодо придбання продукції або послуги, переконати його у необхідності такої покупки;

– **нагадуючи** – застосовується для товарів та суб'єктів бізнесу, яку вже завоювали свою ринкову частку, та спрямована на підтвердження іміджу суб'єкта бізнесу та підтримання поінформованості споживача (яскравим прикладом є реклама Pepsi, Adidas або інших відомих брендів);

– **підтримуюча** – передбачає остаточне переконання споживача щодо правильності його купівлі (в тому числі, після того, як споживач придбав продукцію або послугу).

Залежно від охопленої території виділяють наступні види реклами:

– **локальна** – характеризується незначною територією охоплення (від власне місця продажу до окремого населеного пункту);

– **регіональна** – охоплює декілька регіонів країни або певну її частину;

– **національна** – здійснюється в масштабах усієї країни;

– **міжнародна** – орієнтована на декілька країн.

Зміст реклами, особливості її подання та джерела розміщення істотно залежать від цільової аудиторії, бюджету реклами та її цільової спрямованості. В цілому, **до реклами висуваються наступні вимоги:**

– законність, тобто відповідність вимогам Закону України «Про рекламу»;

– лаконічність;

– яскравість та чіткість;

– спрямованість на цільових споживачів;

– високий рівень запам'ятовування споживачами;

– відповідність джерел розміщення інформації цільовому сегменту споживачів.

Існує значна кількість джерел реклами. **До основних джерел реклами відносяться наступні:**

1. Друковані джерела: газети, журнали, каталоги, буклети, проспекти, каталоги, листівки тощо.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 124

2. Телебачення.
3. Радіо.
4. Рекламні сувеніри, листи, дзвінки.
5. Зовнішня реклама: банери, сітілайти, білборди тощо.
6. Виставки, ярмарки, масові заходи.
7. Реклама з використанням Інтернет: SMM (social media marketing, маркетинг у соціальних мережах), банери, розсилки електронною поштою, блогінг, контекстна реклама тощо.

Кожне з джерел розміщення реклами має свої особливості використання, переваги та недоліки. Використання джерел реклами обумовлюється її цільовою аудиторією. Якщо для інформування молоді доцільно використовувати рекламу у соціальних мережах (наприклад, Instagram, Twitter, Facebook), то для охоплення старшої за віком категорії споживачів, зокрема пенсіонерів, доцільно використовувати телерекламу або рекламу у друкованих засобах масової інформації.

Рекламна діяльність може здійснюватися як безпосередньо суб'єктом бізнесу (відділ збуту або маркетинговий відділ), так і забезпечуватися посередниками, тобто рекламними агенціями.

На сьогодні рекламний бізнес займає вагомий сегмент послугової діяльності, причому рекламні агенції пропонують широкий спектр послуг від друку рекламних матеріалів до організації повномасштабної рекламної кампанії.

**Управління рекламною діяльністю** бізнесу передбачає:

1. Визначення виду реклами та пріоритетних джерел її розміщення з урахуванням цілей рекламної діяльності, цільового сегменту та стану попиту.
2. Вивчення особливостей цільового сегменту споживачів.
3. Формування рекламного бюджету.
4. Визначення основного змісту реклами (яка саме інформація та у якому вигляді має бути донесена до споживача).
5. Визначення відповідальних осіб та виконавців рекламної кампанії (власні працівники чи рекламна агенція).
6. Розробка та реалізація рекламної кампанії.
7. Оцінка ефективності реклами.

Останній етап – оцінка ефективності реклами – є важливим компонентом управлінського процесу, оскільки формує інформаційно-аналітичне забезпечення подальших рішень щодо організації рекламної діяльності. Ефективність реклами оцінюється за показниками зростання обсягів продажів, збільшення ринкової

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	<i>Випуск 1</i>	<i>Зміни 0</i>	<i>Екземпляр № 1</i>	<i>Арк 129 / 125</i>

частки, рівнем впізнаваності продукції / послуг суб'єкта бізнесу серед споживачів, збільшенням кількості споживачів, рівнем лояльності споживачів до певної торгової марки тощо.

**Список використаних джерел:**

2. Орлова К.Є. Управління бізнесом : підручник [Електронне видання]. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2019. 319 с. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7528/Управління%20бізнесом.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

3. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>.

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 126

## Список літератури:

### *Основна література*

1. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с. URL: [http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Ekonomiky/Docs/2020\\_Viznes-planuvannja\\_pidprijemnickoji\\_dijalnosti.pdf](http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/kafedry/Ekonomiky/Docs/2020_Viznes-planuvannja_pidprijemnickoji_dijalnosti.pdf).
2. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навч. посібник. Одеса : ФОП «Бондаренко М.О.». 2018. 305 с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7148/1/Основи%20бізнесу.pdf>.
3. Ємець О.І. Основи підприємництва : навчальний посібник. Івано-Франківськ: Лілея-НВ, 2012. 147 с.
4. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. 2021. 108 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytstva.pdf>.
5. Мельник Т.Ю. Державна підтримка та стимулювання розвитку бізнесу в Україні під час дії воєнного стану. Економіка, управління та адміністрування. 2022. № 2 (100). С. 3-11. URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/view/261787>.
6. Мельник Т.Ю. Український бізнес в умовах війни: сучасний стан, проблеми та шляхи їх вирішення. Journal of Innovations and Sustainability. 2023. Том. 7, № 3. <https://doi.org/10.51599/is.2023.07.03.07>.
7. Орлова К.Є. Управління бізнесом : підручник. Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2019. 319 с. URL: <http://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7528/Управління%20бізнесом.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
8. Основи підприємництва: Підручник / [ Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.]; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 492 с.

### *Допоміжна література*

1. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Маркетинг підприємства : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 612 с.
2. Балджи М.Д. Економічний ризик та методи його вимірювання : Навчальний посібник. Харків: Промарт, 2015. 300 с.
3. Данік Н.В. Бізнес-планування як інструмент здійснення фінансового менеджменту в сучасних умовах розвитку України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 112. URL: [http:// global-national.in.ua/archive/1-](http://global-national.in.ua/archive/1-)

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 127

2014/16.pdf.

4. Кваша О.С., Фоміна В.В. Бізнес-планування у діяльності організації: європейські стандарти, основні методологічні підходи та базові процедури. *Економіка і суспільство*. 2017. № 12. С. 268–275. URL: [http://www.economyandsociety.in.ua/journal/12\\_ukr/45.pdf](http://www.economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/45.pdf).

5. Кубишина Н. С. Генерування ідей як основний етап розроблення нового товару на промисловому підприємстві. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2015. № 12. С. 355-361. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi\\_2015\\_12\\_53](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evntukpi_2015_12_53).

6. Лаврів Л. А. Бізнес-планування у діяльності організації: базові процедури та основні методичні підходи. *Інноваційна економіка. Науково-виробничий журнал*. 2013. № 10. С. 104-111. URL: [file:///D:/Мои%20документы/inek\\_2013\\_10\\_19.pdf](file:///D:/Мои%20документы/inek_2013_10_19.pdf).

7. Михайленко О.В., Лобас А.А. Характеристика особливостей складання бізнес-планів. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*. 2018. Т. 29 (68). № 3. С. 74–77. URL: [http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29\\_68\\_3/17.pdf](http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_3/17.pdf).

8. Пробоїв О.А. Концептуальні підходи до процесу розроблення бізнес-плану розвитку вітчизняних підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 39 (2). С. 12-16. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses\\_2019\\_39%282%29\\_\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2019_39%282%29__4).

9. Прохорова Т.П., Притиченко Т.І. Маркетингове обґрунтування бізнес-плану підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2014. № 34 (1077). С. 31-40.

10. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : навч. посіб. [2-ге вид., випр. і доп.]. К. : Знання, 2005. 662 с.

11. Свірідова С.С., Толстова С. А. Сучасні інструменти стратегічного управління сільськогосподарськими підприємствами. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 2 (30). С. 109-116.

12. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.

13. Зусін В. Я. Етика та етикет ділового спілкування: Навч. посібник.– 2-е вид., перероб. і доп. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 224 с.

### **Нормативні документи:**

1. Господарський кодекс України № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page2>.

2. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-планів інвестиційних проектів : Наказ Державного агентства України з інвестицій та розвитку від

Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 128

31.08.2010 № 73. URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1041.39798.0>.

3. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств : Наказ Міністерства економіки України від 06.09.2006 № 290. URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0290665-06>.

4. Податковий кодекс України : Кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 р. зі змінами та доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

5. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань: Закон України № 755-IV від 15.05.2003 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15>.

6. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України № 222-VIII від 2 березня 2015р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/222-19/paran4#n4>.

7. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України № 4618-VI від 22 березня 2012 р. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>.

### ***Інформаційні ресурси в Інтернеті***

1. Нормативні акти України // [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).
2. Сайт бібліотеки Державного університету «Житомирська політехніка» // <http://lib.ztu.edu.ua>.
3. Освітній портал Державного університету «Житомирська політехніка» // <http://learn.ztu.edu.ua>.
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Сайт Асоціації франчайзингових підприємств України. URL: [http://www.franchising.org.ua/page/ob\\_assoiaii](http://www.franchising.org.ua/page/ob_assoiaii).

### **Рекомендовані інтернет-ресурси для опрацювання матеріалу за окремими темами**

<b><i>Питання</i></b>	<b><i>Джерело</i></b>
Обрання способу започаткування бізнесу	- <a href="#">Корисні сервіси для започаткування та ведення бізнесу.</a>
	- <a href="#">StartBusinessChallenge.</a>
	- <a href="#">каталог франшиз від franchising.ua</a>
	- <a href="#">як проаналізувати франшизу (чек лист)</a>
Визначення виду економічної діяльності	- <a href="#">Сервіс для визначення кодів видів економічної діяльності за КВЕД-2005 та КВЕД-2010.</a>
Вибір форми власності, визначення переваг та недоліків	- <a href="#">Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб підприємців та громадських формувань»</a>
	- <a href="#">Що краще зареєструвати для бізнесу: ФОП чи ТОВ?</a>



Житомирська політехніка	МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА» Система управління якістю відповідає ДСТУ ISO 9001:2015			Ф-19.05- 05.01/051.00.1/Б/ ВКх.х-1-2024
	Випуск 1	Зміни 0	Екземпляр № 1	Арк 129 / 129

	- <a href="#">Що обрати: ФОП чи ТОВ?</a>
Вибір системи оподаткування	- <a href="#">Податковий Кодекс України</a>
Порядок реєстрації майбутнього бізнесу	- <a href="#">державний інформаційний сервіс Start Business Challenge</a> ;
	- <a href="#">пакет документів для реєстрації ФОП</a> ;
	- <a href="#">пакет документів для реєстрації ТОВ</a> .
Аналіз стану та тенденцій розвитку галузі функціонування підприємства	- інформаційні ресурси <a href="#">Державної служби статистики України</a>
Шаблон та приклади бізнес-моделі Canvas	- <a href="#">онлайн-платформа «Дія. Бізнес»: Business Model Canvas</a>
	- <a href="#">приклад побудови «канви» бізнес-моделі по виробництву малини</a>
	- <a href="#">приклад побудови бізнес-моделі компанії бюджетних авіаліній на основі Business Model Canvas</a>