

**УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

**ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра економіки та управління  
виробничим і комерційним бізнесом**

**І. В. Токмакова, В. О. Овчиннікова, М. В. Корінь**

**ОСНОВИ БІЗНЕСУ**

*Конспект лекцій*

**Частина 1**

**Харків – 2021**

Токмакова І. В., Овчиннікова В. О., Корінь М. В. Основи бізнесу: Конспект лекцій. – Харків: УкрДУЗТ, 2021. – Ч. 1. – 62 с.

Конспект лекцій розкриває частину першого змістового модуля дисципліни «Основи бізнесу», а саме значення бізнесу в економіці держави, теоретичні та організаційні основи бізнесу.

Дисципліна «Основи бізнесу» пов'язана з такими дисциплінами, як: «Мікроекономіка», «Макроекономіка», «Економіка підприємства», «Планування діяльності підприємств».

Рекомендовано для здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем спеціальностей 051 «Економіка» і 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» для всіх освітніх програм.

Іл. 13, табл. 5, бібліогр.: 20 назв.

Конспект лекцій розглянуто і рекомендовано до друку на засіданні кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом 22 червня 2021 р., протокол № 12.

Рецензент

доц. Каличева Н. Є.

## ЗМІСТ

Тематичний план.....	4
Вступ.....	4
1 Значення бізнесу в економіці держави.....	5
1.1 Поняття економіки та бізнесу. Бізнес як система розвитку суспільства.....	5
1.2 Становлення та розвиток бізнесу в економіці України....	8
1.3 Характеристика міжнародного бізнесу.....	10
2 Теоретичні основи бізнесу.....	13
2.1 Сутність і принципи бізнесу.....	13
2.2 Концепції бізнесу.....	17
2.3 Основні види та функції бізнесу.....	19
2.4 Ділові цілі та інтереси в бізнесі. Стратегія і тактика в бізнесі.....	23
3 Організаційні основи бізнесу.....	29
3.1 Суб'єкти і об'єкти бізнесу.....	29
3.2 Підприємство як основа архітектури бізнесу. Форми організації бізнесу в Україні.....	34
3.3 Види та характеристика господарських товариств.....	42
3.4 Акціонерне товариство як особлива форма об'єднання капіталів.....	47
3.5 Малі підприємства.....	54
3.6 Державне регулювання і підтримка малого, середнього та інноваційного бізнесу в Україні.....	58
Список літератури.....	61

## ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

Тема лекції	Кількість годин
1 Значення бізнесу в економіці держави	2
2 Теоретичні основи бізнесу	4
3 Організаційні основи бізнесу	4

### ВСТУП

В умовах сьогодення, що характеризується інноваційністю та формуванням глобальних інтегрованих структур, єдиною можливістю виходу України з тривалої соціально-економічної кризи є створення умов для всестороннього розвитку бізнесу в країні.

Досвід передових країн та наслідки структурної і системної перебудови більшості сегментів національного господарства України вказують на те, що саме бізнес виступає рушійною силою економічного зростання, що дає змогу втілювати у практичну діяльність інноваційні ідеї, створювати нові підприємства та робочі місця, відкриває нові ринки і сприяє набуттю спеціальних навичок та професійних якостей працівників. У країнах ЄС саме завдяки бізнесу формується 50–70 % ВВП і забезпечується зайнятість близько 70 % активного населення працездатного віку. Саме ефективне функціонування бізнесу є каталізатором розвитку ринкової економіки. Економічна роль бізнесу полягає в тому, що він мобілізує фінансові і виробничі ресурси населення, сприяє розвитку конкуренції, є двигуном науково-технічного прогресу, забезпечує поповнення державного і місцевого бюджету за рахунок надходжень від податків та зборів тощо.

Вивчення дисципліни «Основи бізнесу» дасть змогу здобувачам вищої освіти сформувати системні знання і розуміння концептуальних основ організації бізнесу, способів та методів створення власної справи, вмінь та навичок щодо обґрунтування та вибору ефективних форм організації бізнесу, проведення бізнес-планування та оцінки підприємницьких ризиків.

Конспект лекцій складається з трьох частин. Перша частина присвячена вивченню значення бізнесу в економіці держави, теоретичних та організаційних основ бізнесу.

## **1 ЗНАЧЕННЯ БІЗНЕСУ В ЕКОНОМІЦІ ДЕРЖАВИ**

### План

- 1.1 Поняття економіки та бізнесу. Бізнес як система розвитку суспільства.
- 1.2 Становлення та розвиток бізнесу в економіці України.
- 1.3 Характеристика міжнародного бізнесу.

### **1.1 Поняття економіки та бізнесу. Бізнес як система розвитку суспільства**

Економіка і бізнес — досить близькі поняття. Економічні суб'єкти (суб'єкти економіки) виступають учасниками різних угод і стають тим самим суб'єктами ділових відносин. Між економікою і бізнесом є і відмінності. Економіка — це більш широке поняття, що охоплює макро- та мікросфери виробництва, обмін діяльністю і споживання продукту, що відображають закони і закономірності розвитку відносин між людьми. Бізнес — більш конкретна характеристика відносин, що розвиваються між абсолютно певними суб'єктами, у тому числі різних форм індивідуального і групового суперництва, в певних історичних умовах і на основі певного законодавства. Бізнес (англ. business — справа, підприємство) — діяльність, спрямована на одержання прибутку; будь-який вид діяльності, що приносить дохід або інші особисті вигоди [1].

Існують різні підходи до визначення поняття «бізнес». Колектив авторів «Економічної енциклопедії» під керівництвом С. Мочерного пропонує розглядати бізнес як підприємницьку, комерційну чи будь-яку іншу діяльність, що не суперечить закону і спрямована на отримання прибутку. В англійському підручнику «Business Environment and Information technology» дається визначення в широкому розумінні: «Бізнес – це будь-яка

організація, яка існує для того щоб забезпечувати людей товарами та послугами, які вони хочуть придбати». У цілому поняття бізнесу розглядається у вузькому і широкому сенсі цього явища. У вузькому сенсі бізнес пов'язують з умовами ринкової економіки, з діями її суб'єктів. У широкому сенсі бізнес — це явище, властиве людському суспільству.

Різноманіття підходів до визначення сутності бізнесу дає змогу типологізувати їх таким чином: економічний, соціальний, інституційний та системний підхід [2].

**Економічний підхід** розглядає економічну природу бізнесу. В контексті цього підходу бізнес – це спрямована на певний фінансовий результат діяльність окремої людини чи організаційного об'єднання людей із залучення ресурсів, поєднання їх у виробничому процесі, перетворення на готову продукцію і реалізації готової продукції. Метою економічної діяльності є отримання економічної вигоди у вигляді прибутку, який може бути спрямований або на подальший економічний розвиток бізнесу або на мотивацію його учасників чи засновників.

**Соціальний підхід** полягає у визначенні основних соціальних функцій бізнесу: створення робочих місць і зменшення рівня незайнятості населення; формування необхідного рівня доходів населення за рахунок виплат заробітної плати; задоволення потреб населення у різноманітних товарах та послугах.

**Інституціональний підхід** концентрує увагу на правилах ведення бізнесу, формуванні ділової культури, створенні певного кола традицій, які визначають правила гри на діловому просторі. Інституціональний підхід охоплює дві сфери діяльності: державну та сектор бізнесу.

Державна складова інституціонального підходу обумовлює законодавчу базу; правила регуляторної політики держави; менталітет країни, який формує ставлення до бізнесу та підприємців.

У сфері бізнесу інституціональна складова виражається через правила укладання різноманітних договорів і традиції їх виконання; відносини між підприємцями в умовах посилення конкурентної боротьби; відносини між роботодавцями та

найманими працівниками; проблематику зниження трансакційних витрат.

**Системний підхід** – це такий ракурс визначення сутності бізнесу, який дає змогу розглядати його як системне утворення, що складається з широкого кола взаємопов'язаних елементів. Наприклад, бізнес в економічному контексті – це відкрита система, на вході якої є різноманітні ресурси, а на виході – певний фінансовий результат. Якщо розглядати бізнес із соціальних позицій, на вході будуть трудові ресурси регіонального ринку з їхніми соціально-економічними уподобаннями і потребами, а на виході буде знаходитися задоволення суспільства та його членів в їхніх потребах чи сподіваннях [2].

Сутність бізнесу характеризується такими загальними рисами:

- обмін діяльністю між суб'єктами економіки;
- реалізація своїх інтересів незалежно від того, чи задовольняються при цьому інтереси контрагентів;
- нав'язування своїх інтересів у процесі ділового спілкування (угоди);
- ризик заради проведення операції на більш вигідних умовах;
- застосування різних прийомів ділового спілкування заради досягнення найбільшої вигоди;
- забезпечення вигідної позиції для наступного проведення вибраних прийомів ділового спілкування;
- прагнення визначати пріоритети діяльності і підпорядковувати їм логіку ділового навчання (рисунок 1.1).

У ринковій економіці загальні риси бізнесу набувають нових характерних ознак, що відображають особливості господарювання в сучасних умовах. У ринковій економіці бізнес набуває найбільш повного свого розвитку, обумовленого еволюцією товарно-грошових відносин. Слово «бізнес» увійшло у науковий і побутовий обіг при переході суспільства до капіталізму і збагатилося з розвитком ринкової економіки (таблиця 1.1).

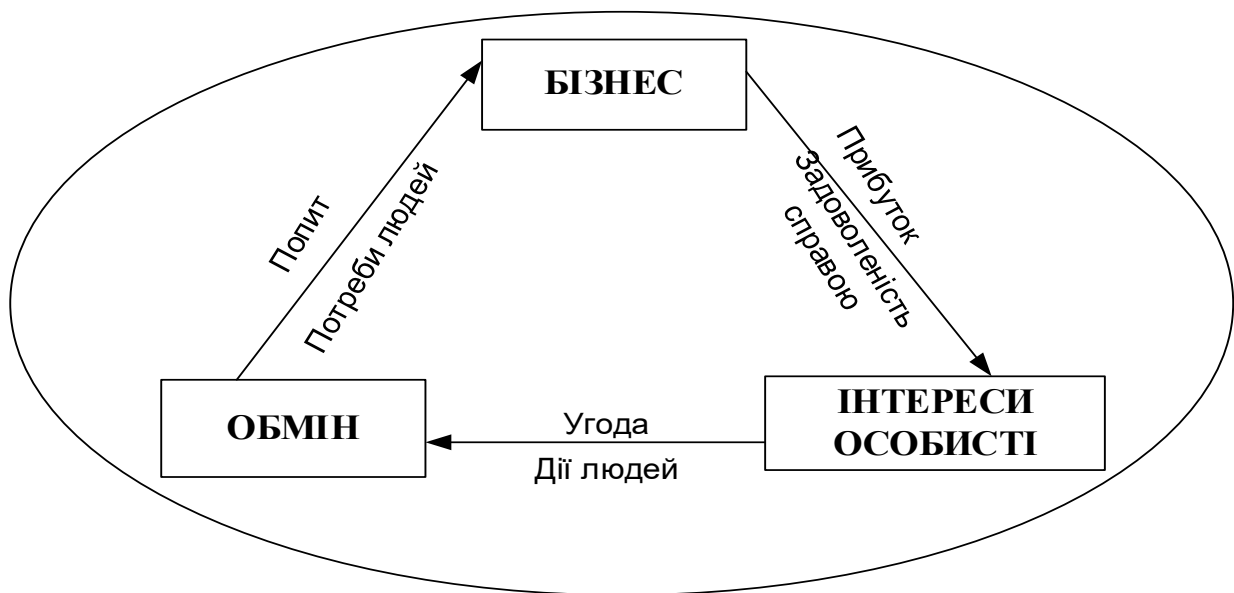


Рисунок 1.1 – Внутрішня сутність ринку

Таблиця 1.1 – Відмінності між бізнесом і економікою

Показник	Економіка	Бізнес
Широта поняття	Більш загальне поняття, що охоплює макро-, мікро- і мегарівні виробництва, обміну діяльністю і споживання продукції	Більш конкретна характеристика відносин, що розвиваються між певними суб'єктами
Характер відносин суб'єктів	Змагальність відносин необов'язкова	Відносини мають бути змагальними
Ставлення до конкуренції	Обмежується вказівкою на необхідність конкуренції	Важливий характер поведінки конкурентів: пасивний, агресивний або нейтральний, причини такої поведінки та їх корекція
Ставлення до правових норм	Фіксація (констатація) наявності правових норм	Правові норми визначають «коридор свободи» у поведінці суб'єктів бізнесу

## 1.2 Становлення та розвиток бізнесу в економіці України

Наприкінці минулого століття Україна вступила в нову фазу свого розвитку, почавши з відродження ринкових умов і бізнесу. У 1991 р. в Україні було прийнято закон «Про підприємства в



Україні» (27.03.1991 р., № 887-XII) та закон «Про підприємництво» (26.02.1991 р., № 785-XII). Ці законодавчі акти виходили з розуміння необхідності і значущості підприємницької діяльності. На сьогодні підприємництво в Україні в найбільш загальному вигляді регламентується Цивільним кодексом України. Бізнес у нашій країні є під охороною закону [3].

Формування ринкових відносин в Україні почалося в умовах відсутності багатьох елементів і ознак ринку. За двадцятип'ятирічний період створення нових економічних умов в Україні сформувалася змішана економіка, в якій поєднується як централізоване державне управління (регулювання), так і розвивається вільний самоврядний ринок.

Українська економіка являє собою дуже своєрідне середовище для організації, функціонування і ліквідації бізнесу. Основні, фундаментальні риси української економіки (як «природжені», обумовлені попереднім періодом перебудови її розвитку, так і «добротні надбані», що виникли як результат проведення реформ останнього десятиліття) сьогодні чинять визначальний вплив на особливості функціонування бізнесу. Слід коротко сказати тут і про зворотну дію: незначний щорічний приріст підприємництва, створення нових підприємств, а також одночасно з цим процеси гальмування розвитку давно працюючих виробничих підприємств, в першу чергу підприємств обробної промисловості, мали серйозний вплив на суттєві риси загального соціально-економічного становища в Україні. Ці риси характеризують технологічний рівень, інституціональну структуру економіки, соціальні традиції та індивідуально-груповий менталітет. Не вдаючись у причини виникнення і прогноз кожного явища, обумовлені геополітичними особливостями і тривалою історичною традицією країни, зазначимо лише виняткову своєрідність соціально-економічного «ландшафту» України, що робить середовище бізнесу в ній чи не унікальним серед членів світового співтовариства держав.

Основні риси соціально-економічного становища країни:

1 Відстала в цілому технологічна структура цивільного сектора економіки, високий технологічний потенціал оборонно-промислового комплексу.

2 Високий ступінь розвитку низки галузей фундаментальної науки.

3 Висока частка великих і надвеликих промислових підприємств у структурі виробничих потужностей, високий рівень товарного монополізму.

4 Нерівномірність розвитку різних галузей при загальнопромисловій депресивній стабілізації.

5 Слабкість фінансової системи країни.

6 Несприятливий інвестиційний клімат, тривале зниження інвестиційної активності в економіці.

7 Висока частка і зростання тіньової економіки, високі трансакційні витрати, витрати захисту прав власності, корупція.

8 Слабкість контрактної системи, низький рівень державного захисту договорів та обмінів.

9 Відносно низька ціна робочої сили на ринку праці. Безправ'я працівників перед роботодавцями на більшості підприємств.

10 Політична нестабільність суспільства.

### **1.3 Характеристика міжнародного бізнесу**

У сучасних умовах інтеграції та глобалізації для формування ефективного бізнесу необхідно чітко уявляти весь механізм роботи на сучасних світових ринках товарів, послуг та взаємовідносин. Це дасть можливість здійснювати економічну, зовнішньоекономічну і фінансову діяльність у різних галузях економіки і сферах бізнесу.

Глибокий аналіз історичного розвитку міжнародного бізнесу дає змогу вченим виділити такі етапи (ери):

1 Комерційна ера (1500–1850 рр.) – починається з часів великих географічних відкриттів і закінчується серединою ХІХ ст. Пошук величезних особистих вигід, пов'язаних з торгівлею колоніальними товарами в Європі, був потужною рушійною силою, яка визначала розвиток базової форми міжнародної торгівлі. Ризики цього бізнесу були також надзвичайно великими (пов'язані з далекими морськими подорожами), але сама можливість отримання прибутків, що набагато перевищували витрати, залучала в цей найперший міжнародний бізнес усе нові і

нові покоління підприємців. Паралельно з ним розвивалася досить велика сфера, яку сучасною мовою можна було б назвати бізнес-сервісом власне міжнародного бізнесу, – від інвестиційного і страхового (фінансування торговельних експедицій і їх страхування) до інфраструктур (розвиток складського і транспортного господарства). Значний імпульс отримала промисловість європейських країн – від суднобудування і металообробки до переробки заморської сировини (передовими країнами в розвитку міжнародного бізнесу були Англія, Голландія, Іспанія, Німеччина, Франція) [2].

2 Ера експансії (1850–1914 рр.) – здійснюється остаточне оформлення і структуризація колоніальних імперій на фоні бурхливого розвитку європейських країн, а пізніше і США, викликаного промисловою революцією початку XIX ст. і наступними досягненнями технологічного розвитку. Перехід від вивозу екзотичних заморських товарів до видобутку сировини і систематичного плантаційного господарства в колоніальних регіонах як більш вигідних і економічно перспективних сфер зарубіжного бізнесу. Це епоха безперервних торговельних війн. Наслідком цього став розвиток виробничих підприємств і філій за кордоном. Розвивався і міжнародний фінансовий сервіс, міжнародний транспорт. У цей період досить точно визначились головні мотиви міжнародного бізнесу, що збереглися до наших днів: використання більш ефективних ресурсів (сировинних, природних, енергетичних), розширення ринків збуту, нові сфери застосування (використання) вільних фінансових ресурсів, використання сприятливих умов місцевого законодавства (податкового, митного тощо).

3 Ера концесій (1914–1945 рр.) – якісно змінилась роль найбільших компаній, які оперували на колоніальних ринках. Незалежно від того, чи йдеться про відому «United Fruit», бельгійців у Конго чи перші нафтові концесії на Середньому Сході, скрізь відповідні компанії-концесіонери перетворюються в автономні економічні держави, що здійснюють виробничі, торгові, освітні, медичні, транспортні, поліцейські функції не тільки для своїх працівників, а часто і для всіх жителів районів, що належать до концесій. Концесійна ера підготувала ґрунт для самовизначення колоніальних і напівколоніальних країн в

економічному аспекті, а Друга світова війна надала значного політичного імпульсу цим процесам [3].

4 Ера національних держав (1945–1970 рр.) – два головних напрями розвитку міжнародного бізнесу. По-перше, становлення і бурхливий розвиток нових національних держав, що отримали внаслідок концесійної ери в певному розумінні розвинутий економічний базис і деяку кадрово-технологічну структуру, по-друге – всі недоліки колоніального господарського розвитку – від монопродуктових економік до тяжких фінансових проблем. Це стало поштовхом до вирішення витку міжнародного бізнесу: незалежні держави здійснювали активний пошук ринків збуту традиційних продуктів свого експорту і були активними реципієнтами для будь-яких інвестицій, що сприяло розвитку Міжнародних ринків капіталу, поява нових фінансових інструментів, зростання сфери міжнародного аудиту та консалтингу.

5 Ера глобалізації (починаючи з 1970 р. ХХ ст. до наших днів). Глобалізація – це посилення взаємозалежності національних економік, переплетення соціально-економічних процесів, що відбуваються у різних регіонах світу і спонукають фірми до пошуку кращих умов діяльності. В сучасних умовах глобалізація є об'єктивним процесом, на темпи розвитку якого впливає ряд рушійних і гальмівних факторів. Рушійні фактори глобалізації:

- наростання нерівності за рівнем забезпеченості країн паливно-сировинними ресурсами;
- природно-кліматичні і економіко-географічні відмінності, що приводять до міжнародного поділу праці, поширення процесів спеціалізації країн та їх інтеграції в глобальний економічний простір;
- прогресивний розвиток інфраструктури транспорту та систем комунікації;
- відкриття зовнішніх кордонів державами для співробітництва та торгівлі;
- розвиток цифрових технологій та прискорення процесів комерціалізації інновацій;
- поглиблення співпраці країн з питань захисту довкілля та у вирішенні екологічних проблем суспільства;

- різний рівень соціально-економічного становища держав;
- втручання держав в економіку і політику протекціонізму;
- коливання обмінних курсів;
- конфлікти на фоні ідеологічних інтересів та релігійних поглядів.

В умовах глобалізації міжнародний бізнес набуває принципово нових рис, обумовлених характером і специфікою нової епохи. Міжнародний бізнес у сучасних умовах визначається такими рисами: доступність і всеохопність; ступеневість розвитку; технологічна глобалізація; фінансіаризація; складний взаємозв'язок національного й інтернаціонального; в умовах глобалізованої економіки основною господарською одиницею стають великі міжнародні компанії, які мають філії і дочірні організації в багатьох країнах зі співробітниками різних національностей.

**Список літератури для поглибленого вивчення теми:** літературні джерела [1; 3; 5; 12–13; 15–17] загального списку літератури.

## **2 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕСУ**

План

- 2.1 Сутність і принципи бізнесу.
- 2.2 Концепції бізнесу.
- 2.3 Основні види та функції бізнесу.
- 2.4 Ділові цілі та інтереси в бізнесі. Стратегія і тактика в бізнесі.

### **2.1 Сутність і принципи бізнесу**

Оснoву бізнесу становить приватна власність. Отже, бізнес — це спрямована на отримання прибутку діяльність громадян, які мають власність. Оскільки слово «бізнес» означає будь-яке заняття, справау, що приносить дохід, то людина, яка займається бізнесом, — це бізнесмен (від англ. businessman), тобто ділок,

комерсант, підприємець. У нових економічних довідниках бізнесом називається економічна діяльність суб'єкта в умовах ринкової економіки, спрямована на отримання прибутку шляхом створення і реалізації певної продукції (товарів, робіт, послуг). В українській економічній літературі поняття «бізнес» часто розглядається як синонім поняття «підприємництво», що принижує роль і значущість останнього.

Підприємницька діяльність, підприємництво (як специфічний напрямок бізнесу — «революційний» бізнес) являє собою ініціативну, творчу, самостійну діяльність громадян і їхніх об'єднань, спрямовану на отримання «швидкого» прибутку (надприбутку від новизни та інтелектуальності рішення), здійснюється громадянами на інноваційній основі і на власний ризик та під майнову відповідальність у межах, визначених організаційно-правовою формою підприємства.

Крім того, бізнес — це та сукупність відносин між усіма його учасниками, що утворюють команду однодумців з метою отримання доходу, прибутку, розвитку фірми, підприємства, організації. Учасниками бізнесу виступають такі групи людей [4].

1 Власне бізнесмени (і найбільш активна частина — підприємці), тобто особи, які здійснюють ініціативну діяльність на свій ризик, під свою економічну і юридичну відповідальність. Діловий інтерес учасників бізнесу першої групи — одержання доходів — реалізується через виробництво і реалізацію продукції.

2 Індивідуальні та колективні споживачі продукції, пропонованої бізнесом, а також колективи споживачів, що утворюють свої союзи, асоціації тощо. Діловий інтерес учасників бізнесу цієї групи — придбання товарів і послуг. Якщо для бізнесменів вигодою є дохід, то для споживачів — товар або послуга, що задовольняють їхні потреби. Реалізуючи свої споживчі інтереси, ця група учасників бізнесу утворює сферу споживчого бізнесу.

3 Працівники, які здійснюють трудову діяльність за наймом на контрактній або іншій основі, а також їхні професійні спілки. Діловий інтерес учасників бізнесу третьої групи — вилучення доходів — реалізується за допомогою роботи у фірмі, організації, на підприємстві. Якщо для бізнесменів вигодою в угодах є кінцевий дохід фірми, то для найманих працівників — особистий

дохід, одержуваний у результаті виконаної роботи [5]. Реалізуючи свої інтереси, ця група учасників утворює сферу трудового бізнесу.

4 Державні органи, установи та організації, коли вони виступають безпосередніми учасниками угод. Мова йде про надання урядових замовлень підприємцям, визначення цін, складу і обсягу пільг при їх виконанні і т. д. Діловий інтерес учасників цієї групи — здійснення загальнодержавних програм (науково-технічних, науково-виробничих, соціальних та інших) з метою задоволення потреб як держави в цілому, так і всіх її громадян. Фірми стимулюються державою для участі у цих програмах, а держава отримує можливість реалізувати їх на практиці, утворюючи в кінцевому підсумку сферу державного бізнесу.

***За напрямками впливу бізнес підрозділяється на три групи.***

1 Поведінковий бізнес — полягає в конкретній поведінці суб'єктів бізнесу, поведінкових манерах, формах поведінкової активності, які обираються щодо інших суб'єктів бізнесу або суспільства в цілому.

2 Комунікаційний бізнес — зміст відносин між суб'єктами бізнесу, а також характерні риси розвитку цих відносин. У змісті ділових відносин виділяють економічну, психологічну та гуманістичні риси.

3 Системно-соціальний бізнес — це елемент системи суспільних відносин та складова частина розвитку людського суспільства як єдиного цілого [6].

Бізнес також підрозділяється за сферами діяльності на три види: підприємницький, споживчий, державний.

*Підприємницький бізнес* — це ініціативна діяльність суб'єкта бізнесу, який, володіючи, користуючись або розпоряджаючись повністю або частково якимись благами самостійно або із залученням найманої праці, вживає творчих зусиль на виробництво та збут інноваційної продукції. У Цивільному кодексі України підприємництво трактується як самостійна, така, що здійснюється на свій страх і ризик діяльність, спрямована на систематичне отримання прибутку від користування майном, продажу товарів, виконання робіт або надання послуг особами, зареєстрованими в цій якості у встановленому законом порядку.

*Споживчий бізнес* — це ділова поведінка споживачів у сфері купівлі-продажу товарів у сфері виробничого споживання товарів, у ході якої між споживачами та іншими суб'єктами бізнесу встановлюються, розвиваються або припиняються ділові відносини. Споживання підрозділяється на особисте і виробниче.

*Суспільно-державний бізнес* полягає у виконанні державними органами дій, у ході яких ці структури виявляються партнерами інших типів суб'єктів бізнесу, і реалізує особливий державний, діловий інтерес. Назване партнерство виражено в таких діях [7]:

- держава в особі державних унітарних підприємств здійснює підприємницьку діяльність;

- держава перекладає підприємницькі фірми з державних у недержавні форми власності (приватизація) і назад (націоналізація);

- держава відіграє роль замовника продукції, робіт, послуг;

- застосовуючи методи регулювання економіки, держава сприяє міжгалузевому руху капіталу, а також встановленню певних відносин між різними суб'єктами бізнесу.

При цьому державні ділові інтереси означають: економічний розвиток країни; соціальні гарантії для громадян; забезпечення безпечного існування особистості. Різновидом суспільно-державного бізнесу є приватний державний бізнес.

Діяльність найманих працівників також може бути віднесена до одного з типів бізнесу, оскільки:

- працівники є «продавцями» робочої сили;

- укладаючи угоду, обидві сторони ділових відносин йдуть на великий ризик, роблячи при цьому ініціативний вибір, обмінюючись своїм надбанням, обидві сторони прагнуть нав'язати свої інтереси один одному, використовуючи при цьому різноманітні прийоми тиску, а також несуть взаємну відповідальність;

- ринок праці є конкурентним. Конкурентами виступають і роботодавці, і наймані працівники.



## 2.2 Концепції бізнесу

Концепція або концепт (від лат. *conceptio* — розуміння, система) — генеральний задум, керівна ідея. Концепція — певний спосіб розуміння, трактування якого-небудь предмета, явища, процесу, основна точка зору на предмет та ін., керівна ідея для їх систематичного висвітлення.

**Концепція** (місія, лінія діяльності) бізнесу характеризує ідеологію формування та розвитку підприємства. Її вироблення дає змогу сформулювати лінію діяльності, яка стимулює колектив у прагненні до досягнення мети [5].

**Формулювання місії** — це не тільки відповідь на питання, чому фірма робить те, що вона робить, але і щось більше, ніж визначення ролі фірми. Кожна цілеспрямована система виконує кілька ролей, наприклад виробника, споживача, постачальника, наймача, платника податків. (Місія — це головна мета організації підприємства, це філософія підприємства, це сенс і призначення підприємства).

Концепція включає:

- формулювання цілей бізнесу;
- вироблення стратегії діяльності або знаходження конкретних шляхів досягнення цілей;
- вибір засобів практичного досягнення поставлених цілей.

Вироблення концепції відіграє важливу роль у становленні та розвитку бізнесу. Її вплив на успіх бізнесу визначається тим, що:

1) процес вироблення концепції має велике значення, оскільки змушує керівництво фірми всебічно оцінити фактори, що лежать в основі її діяльності;

2) осмислення концепції допомагає одержати широку панораму бізнесу, що дає змогу керівництву і персоналу фірми поглянути на те, що відбувається, ніби з висоти пташиного польоту, без чого неможливо забезпечити довгострокову конкурентоспроможність та успіх бізнесу;

3) концепція має велике значення для комунікації як всередині фірми (дає змогу краще зрозуміти цілі бізнесу її співробітникам), так і поза нею (сприяє доведенню інформації до акціонерів, постачальників і споживачів) [8].

Концепція бізнесу обумовлюється певними факторами: переліком потреб, що задовольняються; сукупністю споживачів; продукцією, що випускається; конкурентними перевагами фірми. Виділяють три основні концепції бізнесу: позитивна, критична, прагматична (рисунок 2.1).

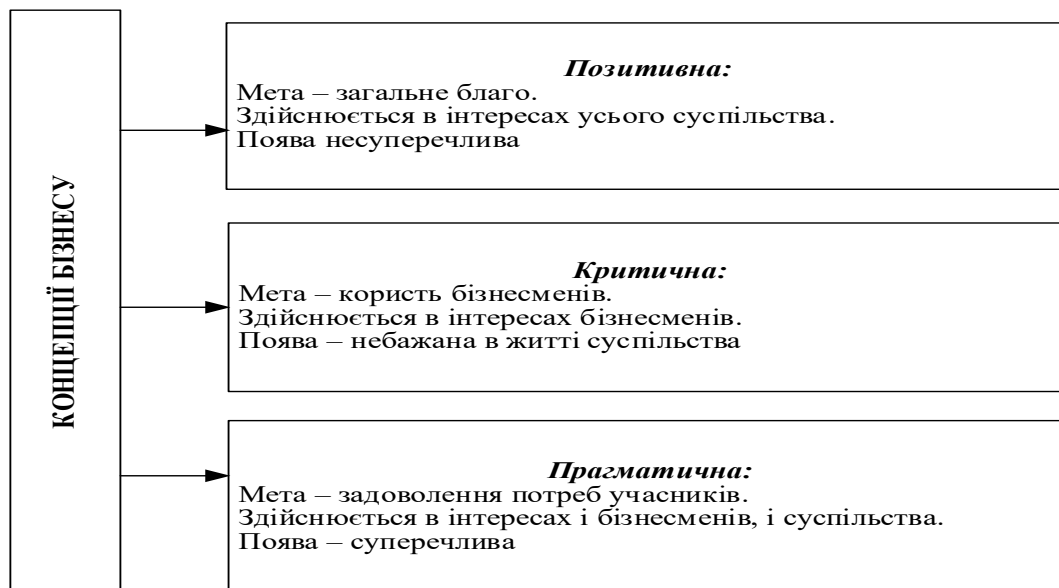


Рисунок 2.1 – Концепції бізнесу

**Позитивна концепція.** Її суть полягає в тому, що бізнес розуміється як суспільно-корисна діяльність людей, що здійснюється в порядку особистої ініціативи, метою якої є виробництво товарів і послуг для інших людей.

**Критична концепція.**

Ця концепція бізнесу виходить з того, що бізнес — це діяльність людей, спрямована на отримання доходів або прибутку. Заради доходу бізнесмен готовий використовувати будь-які прийоми поведінки. Гонитва за прибутком означає нав'язування власних інтересів іншим людям.

**Прагматична концепція.** Сутність прагматичної концепції полягає в тому, що бізнес розглядається як явище, неминуче в контексті розвитку суспільства, необхідне як самим бізнесменам, які прагнуть задовольнити свої корисливі інтереси, так і іншим членам суспільства, які завдяки бізнесу отримують можливість поповнювати свої потреби в товарах і послугах. Прагматизм цього підходу обумовлений тим, що розуміння суперечливості

бізнесу як економічного явища не сполучається з висуненням вимог юридичного, економічного і морального викорінення цих протиріч. Навпаки, протиріччя, що виникають у зв'язку з діями бізнесменів, розглядаються як явище позитивне в тому розумінні, що вони стимулюють розвиток економіки.

Існування бізнесу в людському суспільстві обумовлено насамперед обмеженістю матеріальних благ, необхідних для відтворення життя людини, а також специфічними рисами, притаманними людині від природи.

## 2.3 Основні види та функції бізнесу

Основними видами бізнесу є:

- виробничий бізнес;
- комерційний бізнес;
- фінансовий бізнес;
- страховий бізнес;
- консалтинговий (консультаційний) бізнес.

**1 Виробничий бізнес** виникає там, де суб'єкти ділової діяльності організують роботу для створення нових товарів. Виробничий бізнес є основою національної та світової економіки.

Об'єктами виробничого бізнесу є створення матеріальних благ і надання послуг виробничого призначення.

Виробництво товарів — це процес перетворення сировини, матеріалів, праці і капіталу в якісно нові матеріальні блага, які призначені для продажу. Праця людей, зайнятих виробництвом матеріальних благ, вважається продуктивною працею, а надання послуг у сфері споживання, торгівлі, фінансовій сфері — непродуктивною працею.

Виробничий бізнес може належати до одного з двох типів бізнесу: традиційного і креативного (інноваційного).

Виробничий бізнес у сфері створення матеріальних послуг і благ має галузеву диференціацію і охоплює видобувну промисловість, обробну промисловість (також називається реальним сектором національної економіки), будівельний бізнес, сільське господарство [7].

Інноваційний бізнес — ділова діяльність суб'єктів підприємництва, предметом якої є розробка та впровадження

підприємницьких і галузевих інновацій. Інновація — це нововведення в будь-якому вигляді діяльності або оновлення яких-небудь об'єктів або компонент діяльності. Інноваційний тип виробничого бізнесу має дві основні форми: науково-технічна діяльність; впровадження прикладних розробок.

**2 Комерційний бізнес** побудований на діловій комерційній діяльності, яка передбачає здійснення обміну товарами та послугами між продавцями і покупцями. Таким чином, суб'єктами комерційного бізнесу є підприємці, ділова діяльність яких зосереджена на проведенні торговельних, торгово-закупівельних і торгово-посередницьких операцій. Комерційний бізнес у загальному випадку можна визначити як вид бізнесу у сфері обігу або підприємницької діяльності на товарних ринках.

Комерційний бізнес об'єднує два основні види діяльності бізнесменів на товарному ринку [4]:

- торгівлю товарами — це ділова діяльність суб'єктів бізнесу, в ході якої вони стають власниками товарів, які потім перепродаються кінцевим споживачам;

- посередництво у торгівлі товарами — завдання торгових посередників полягає у сприянні знаходженню ділових товарів між продавцями і покупцями.

Діяльність суб'єктів комерційного бізнесу складається з оптової та роздрібною торгівлі.

Оптова торгівля — це початкова стадія руху товару від виробників до кінцевих споживачів. Виділяють три типи оптової торгівлі: біржову; організовану позабіржову (аукціони, ярмарки, різні торги); неорганізовану (оптові бази, оптові магазини).

Роздрібна торгівля — це завершальна ланка в русі товарів.

**3 Фінансовий бізнес** — це діяльність суб'єкта підприємницького бізнесу з організації та розвитку грошового обігу, а також обігу боргових і пайових цінних паперів (пайові — акції, боргові — облигації, векселі, сертифікати тощо). Існують дві складові фінансового бізнесу:

- випуск цінних паперів і грошових знаків;
- надання фінансових послуг, предметом яких виступають валютно-грошові цінності та цінні папери (акції, облигації, векселі, ваучери).

**4 Страховий бізнес** на ринку страхових послуг здійснюється страховими компаніями. Основною формою діяльності страхових компаній є створення та обслуговування страхових фондів, необхідних різним суб'єктам бізнесу для захисту від ризиків та відшкодування збитків.

Під страховим фондом розуміється сукупність фінансових ресурсів, яка може бути використана для покриття збитків, що виникають у результаті ділової активності суб'єктів бізнесу.

Страховання — це відносини щодо захисту майнових інтересів фізичних та юридичних осіб у разі настання заздалегідь обумовлених подій (страхових випадків). Захист інтересів клієнтів здійснюється коштами страхових фондів, що формуються добровільними чи обов'язковими внесками цих юридичних або фізичних осіб.

Суб'єктами страхових відносин є:

– страхувальники — здійснюють страхування і сплачують за це страхові внески;

– страховики — страхові компанії;

– вигодонабувачі — отримують страхову суму.

У деяких видах страхування страхувальники та вигодонабувачі збігаються.

Галузі страхування: особисте; майнове; страхування відповідальності.

**5 Консалтинговий бізнес** став можливим тому, що не всі суб'єкти ринку можуть присвятити достатньо часу вивченню змін ринку, новацій у галузі організації виробничої діяльності, можливостей, що надаються сферою послуг. Але разом з тим розвиток бізнесу ставить проблеми вибору подальших кроків, напряму і змісту діяльності бізнесмена. Тому виникають фірми, які на високому професійному рівні готові підказати, надати консультацію щодо того, як бажано діяти, які існують альтернативи. У бізнесменів виникає можливість скористатися послугами таких фірм [4].

Консалтингові (консультаційні) фірми спеціалізуються:

– на зборі та наданні фінансово-економічної інформації;

– дають незалежні поради;

– надають за замовленнями клієнтів допомогу в питаннях управління фірмою, перетворення організаційних структур;

- визначають та оцінюють внутрішньофірмовий стан і її ринкове становище;
- виявляють можливості розвитку фірми, фінансові проблеми;
- розробляють рекомендації, маркетингові програми;
- дають оцінку вартості об'єктів, фінансових проектів, інновацій, допомагають у фінансовому управлінні;
- надають практичну допомогу в пошуку шляхів виходу з кризового стану;
- надають спеціалізовані послуги.

Кінцевий продукт такої діяльності — консультація. Найбільш відомі три види консультаційної діяльності: експертне консультування; процесне консультування; навчальне консультування.

*Експертне консультування.* Клієнт надає інформацію, яку експерт діагностує і розробляє рекомендації.

*Процесне консультування.* Консалтингова фірма за замовленням клієнта: виявляє проблему, розробляє проект, допомагає реалізувати, впровадити перетворення. Особливе місце в процесному консультуванні належить аудиторській діяльності.

*Навчальне консультування.* Консалтингова фірма проводить навчання, тренінги працівників окремих фірм, які дають змогу створити умови для новаторської діяльності самих підприємців.

*Аудиторська діяльність.* Для всіх фірм, що працюють на ринку, важлива правдива інформація про стан фінансової діяльності. Достовірна інформація дає можливість прогнозувати наслідки прийнятих рішень, знизити підприємницькі ризики. Результатом аудиторської перевірки є висновок аудитора. Це документ, що має юридичне значення як для фірми, що пройшла перевірку, так і для всіх учасників ринку (у тому числі органів державної влади, місцевого самоврядування, судових органів).

*Оціночна діяльність.* Для визначення вартості підприємств, цінних паперів, інтелектуальної власності, завданих збитків, майна виділився окремий вид діяльності, який дістав назву оціночної. Більше того, держава законодавчо передбачає обов'язкову оцінку, якщо однією зі сторін угоди виступає муніципальний орган. Ця діяльність обов'язкова при виникненні спору щодо об'єкта оцінки.

У розвинутій ринковій економіці бізнес виконує такі основні функції: загальноекономічну, творчо-пошукову (інноваційну), ресурсну, соціальну, організаційну.

## **2.4 Ділові цілі та інтереси в бізнесі. Стратегія і тактика в бізнесі**

Займаючись бізнесом, люди змушені не тільки здійснювати постійний пошук щодо обмежених благ, але й вступати в суперництво (конкуренцію) одне з одним за отримання найкращих умов доступу до зазначених благ. У будь-якій конкурентній боротьбі стратегія набуває головного значення.

Стратегія являє собою узагальнену модель дій, необхідних для досягнення поставлених цілей [5]. В умовах жорсткої конкуренції та мінливої ситуації на ринку дуже важливо не тільки зосереджувати увагу на внутрішньому стані справ фірми, але і виробляти довгострокову стратегію, що дозволила б їй встигати за змінами, що відбуваються у зовнішньому середовищі. Вибір стратегії здійснюється на основі аналізу ключових факторів, що характеризують внутрішній стан фірми і зовнішнє середовище.

При виборі стратегії треба враховувати такі ключові фактори: сильні сторони галузі; сильні сторони фірми; цілі фірми; фінансові ресурси фірми; кваліфікацію працівників; ступінь залежності від зовнішнього середовища; часовий фактор.

Теорія та практика бізнесу виробила безліч стратегічних підходів ведення справи. Усі види корпоративних стратегій, що трапляються у світі бізнесу, можна об'єднати в три групи [8]:

- 1) наступальна, або стратегія прориву;
- 2) оборонна, або стратегія виживання;
- 3) стратегія скорочення.

Так, М. Портер виділяє три базові конкурентні стратегії, які мають універсальний характер. Загальну характеристику цих стратегій подано в таблиці 2.1.

На основі трьох базових стратегій М. Портера можна остаточно виділити такі види конкурентних стратегій підприємства (рисунок 2.2).

Таблиця 2.1 – Загальна характеристика основних стратегій бізнесу

Стратегія бізнесу	Зміст стратегії	Необхідні передумови	Переваги	Ризики
<b>Лідерство за витратами</b>	Усі дії спрямовані на скорочення витрат. Якісні характеристики діяльності є другорядними	Велика частка ринку або інші суттєві переваги; найсуворіший контроль за витратами	Підприємство отримує прибуток, навіть коли конкуренти потрапили у зону збитку. Є захищеним від споживачів, що можуть впливати на ціну товару. Перевага по відношенню до постачальників, оскільки зростає ціна не зачіпає лідера	Загроза імітацій способів технології та методів виробничого процесу. Загроза появи нових технологій. Не враховуються маркетингові аспекти. Загроза інфляції витрат
<b>Диференціація</b>	Продукція повинна мати дещо неповторне для споживача. Витрати відіграють другорядну роль	Досвід у маркетингу. Інжинірингові розробки. Творчі спроможності. Важливі вкладення в базові дослідження. Тривалі традиції роботи в галузі	У споживачів виробляється прихильність до торгової марки, що знижує їх чутливість до ціни та створює додаткові бар'єри для входження на ринок. Високий прибуток полегшує відносини з постачальниками. Забезпечує захист від товарів-замінників	Загроза імітації унікальних властивостей товару. Не враховується ціна (витрати). Зниження значення диференціації для покупців зі змінною цінностей
<b>Фокусування на сегменті</b>	Обробка одного або декількох сегментів і досягнення там або лідерства за витратами, або диференціації	Підприємство має працювати на сегменті ефективніше, ніж конкуренти, що охоплюють весь ринок	Переваги попередніх стратегій по відношенню до окремого сегмента ринку	Відрив у ціні підприємства, що працює на всьому ринку, може бути надто великим, що перевищить переваги спеціалізованих товарів. Небезпека наближення потреб окремого сегмента і всього ринку





Рисунок 2.2 – Основні види конкурентних стратегій за Портером

1 *Стратегія лідерства за витратами* – передбачає зниження повних витрат на виробництво товару чи послуги і на цій основі зниження реалізаційних цін, що приваблює переважну більшість клієнтів (покупців, споживачів).

2 *Стратегія диференціації* – спрямована на надання товарам підприємства специфічних рис, що відрізняють їх від товарів конкурентів, що у свою чергу також приваблює споживачів.

3 *Стратегія оптимальних витрат* – дає можливість покупцям отримати за одні і ті самі гроші більшу цінність за рахунок поєднання високої корисності, внаслідок диференціації товару, з низькою ціною.

4 *Стратегія ринкової ніші або фокусування* у свою чергу поділяється на стратегії:

- сфокусована стратегія низьких витрат – орієнтується на вузьку ринкову нішу споживачів, де підприємство випереджає своїх конкурентів за рахунок більш низьких витрат виробництва;

- сфокусована стратегія диференціації – орієнтується на вузьку ринкову нішу споживачів, яких підприємство забезпечує диференційованими товарами та послугами, що найбільш відповідають їхнім потребам та смаку [8].

За А. Юдановим розрізняють чотири типи конкурентних стратегій підприємств, зорієнтованих на різні умови середовища та різні ресурси, що перебувають у їхньому розпорядженні:

віолентна (силова), патієнтна (нішова), комутантна (стратегія пристосування) і експлерентна (піонерська). Основні особливості перелічених стратегій наведені в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Характеристика конкурентних стратегій (за А. Юдановим)

Тип стратегії	Виробництво	Розмір організації	Стійкість організації	Витрати на НДДКР	Конкурентні переваги
Віолентна	масове	великий	висока	великі	висока продуктивність
Патієнтна	спеціалізоване	великий, середній, малий	висока	середні	пристосованість до ринку
Комутантна	універсальне	малий	низька	малі	гнучкість
Експлерентна	експериментальне	середній, малий	низька	великі	випередження у нововведеннях

*Віолентна* стратегія характерна для підприємств, які діють у сфері виробництва стандартних товарів і послуг. До них належать три різновиди організацій: «горді леви», «могутні слони» та «неповороткі бегемоти». «Горді леви» — перша стадія в розвитку гігантських підприємств-віолентів, які швидко зростають завдяки успіху своєї продукції на ринку й слабо диверсифіковані. Вони переважно є лідерами технічного прогресу в галузі. «Могутні слони» — наступна стадія розвитку віолента. Вони відрізняються особливо великими розмірами, широкою диверсифікацією та наявністю мережі закордонних філіалів. «Неповороткий бегемот» — завершальна стадія розвитку віолента, таке підприємство зберігає чималі розміри, але втрачає динамічність розвитку [9].

Для нього характерна надзвичайно широка диверсифікація (розпорошення сил у багатьох напрямках) і поступове збільшення технологічного відставання. Стратегія віолентів доволі проста: вони намагаються домінувати на ринку чи в його частині з метою витіснення конкурентів, приваблюючи покупця порівняно дешевими й добротними товарами та послугами.

*Патієнтна* стратегія типова для підприємств-патієнтів («хитрих лисиць»), які мають вузьку спеціалізацію. Вона передбачає виготовлення нетрадиційної продукції для певного, найчастіше вузького сегмента ринку. Основною перевагою патієнтів є те, що їхні вироби незамінні для відповідної групи споживачів, тому виникає можливість завоювання максимальної частки ринку. Усвідомлюючи, що боротьба з гігантами у виробництві стандартної продукції не забезпечить перемоги над ними, патієнти спрямовують зусилля на задоволення особливих потреб споживача.

*Комутантна* стратегія приваблива для дрібних неспеціалізованих підприємств, яким легше задовольняти невеликі за обсягом і короткострокові потреби споживача. Комутанти не пов'язані з певною сферою діяльності, легко переходять з одного ринку на інший, часто пропонують товари-підробки. Гнучкість і вміння пристосовуватися є основою їхньої конкурентної стратегії. До комутантів найчастіше належать невеликі підприємства сфери послуг — кафе, перукарні, косметичні салони тощо.

*Експлерентна* стратегія передбачає створення нових і радикальну зміну старих сегментів ринку. Основною конкурентною перевагою цих підприємств є впровадження принципів нововведень (ці підприємства порівнюють з ластівками, які першими повертаються після зими). Вони прагнуть створити новий ринок і мати вигоди від одноосібної присутності на ньому протягом певного часу. На відміну від віолентів, які намагаються уникнути помилок у масовому виробництві продукції, експлеренти прагнуть «перевернути» ринок, хоча це трапляється не так вже й часто. За даними американських дослідників, досягають успіху лише 15 % підприємств, хоча їхня роль велика [9].

Таким чином, конкурентна стратегія залежить від типу підприємства. Будь-яка конкурентна стратегія зможе забезпечити собі конкурентну перевагу переважно за рахунок наступальних стратегічних дій. Оборонні стратегії можуть захистити, зберегти конкурентну перевагу, але вкрай рідко допомагають її сформувати.

Виділяють *шість основних типів наступальних дій*:

- заходи, спрямовані на те, щоб протистояти сильним сторонам конкурента чи перевершити їх;
- заходи, спрямовані на використання слабких сторін конкурента проти нього;
- одночасний наступ на декількох фронтах;
- захоплення незайнятих просторів і ніш;
- партизанська війна;
- випереджальні удари.

Важливе значення для вибору конкурентної стратегії має і конкурентна позиція підприємства на ринку. Виходячи з частки ринку, яку утримує підприємство, Ф. Котлер виділив чотири типи конкурентних стратегій (рисунк 2.3): *лідера, атакування лідера (претендентства на лідерство), послідовника (переслідування лідера) та фахівця (новачка або «нішера»)* [10].

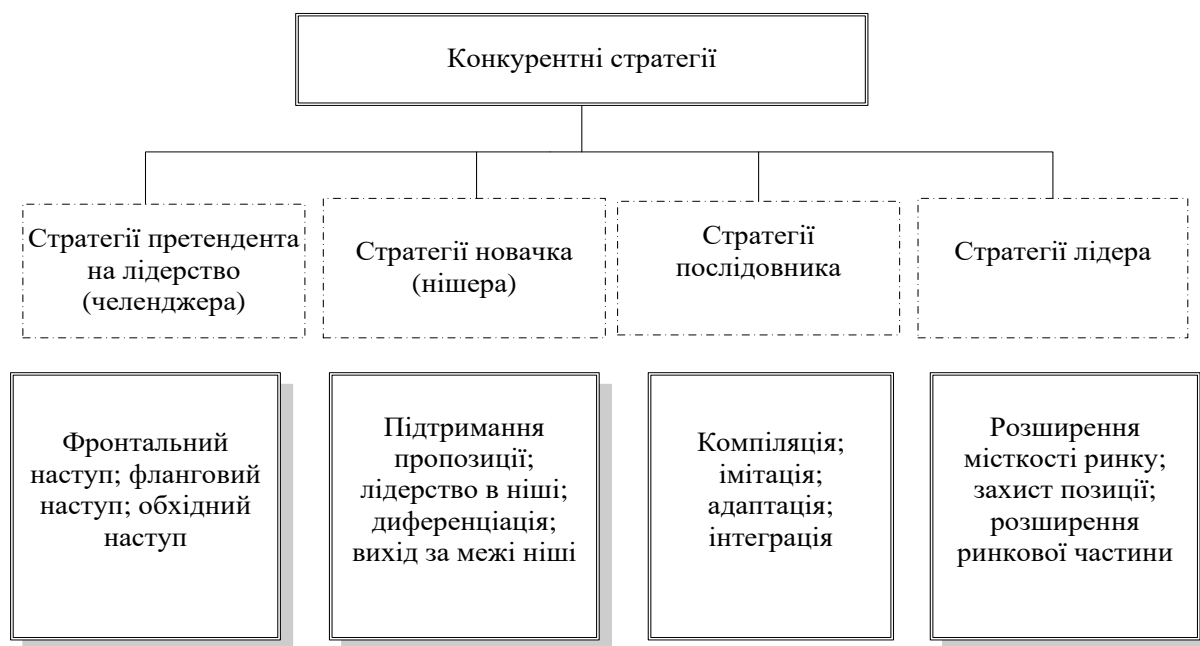


Рисунок 2.3 – Конкурентні стратегії за Ф. Котлером

**Список літератури для поглибленого вивчення теми:** літературні джерела [2–3; 6; 8; 14; 17–19] загального списку літератури.

## 3 ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ БІЗНЕСУ

### План

3.1 Суб'єкти і об'єкти бізнесу.

3.2 Підприємство як основа архітектури бізнесу. Форми організації бізнесу в Україні.

3.3 Види та характеристика господарських товариств.

3.4 Акціонерне товариство як особлива форма об'єднання капіталів.

3.5 Малі підприємства.

3.6 Державне регулювання і підтримка малого, середнього та інноваційного бізнесу в Україні.

### 3.1 Суб'єкти і об'єкти бізнесу

З позиції формальної логіки, *суб'єкт бізнесу* – це активна сторона будь-якої угоди, носій сукупності прав і відповідальності, які виникають у ході підготовки і реалізації угоди. Сам термін «суб'єкт бізнесу», так само, як англійський еквівалент цього поняття – «бізнесмен», не має однозначного визначення у прийнятих в Україні нормативно-правових документах. Саме тому в подальшому при визначенні поняття «суб'єкт бізнесу» будемо керуватися таким [4]:

- суб'єктами бізнесу виступають окремі особи (фізичні особи), фірми, в тому числі заклади, організації, підприємства, партнерства, фонди, товариства, а також інші суб'єкти;

- суб'єкти бізнесу, керуючись діловими інтересами, можуть займатися будь-яким видом ділової діяльності, не забороненим чинним законодавством;

- діяльність суб'єктів бізнесу є екстериторіальною, це означає, що жодні зміни в національному законодавстві різних країн не можуть скасувати здатність суб'єктів бізнесу вступати у ділові відносини між собою по всьому світі;

- «суб'єкти бізнесу» – це категорія, характерна для будь-якої історичної форми існування людського суспільства; в кожній із таких форм родові ознаки бізнесу виступають на поверхні явищ з

урахуванням особливостей, властивих саме даній формі, якою, наприклад, є ринкова економіка.

За ознакою функціональної спеціалізації суб'єкти бізнесу поділяються (рисунк 3.1) [11]:

1) на підприємців (бізнесменів), які здійснюють ініціативну діяльність на свій ризик і під свою індивідуальну економічну і юридичну відповідальність, у тому числі колективи підприємців і підприємницькі асоціації;

2) індивідуальних і колективних **споживачів** продукції (робіт, послуг), запропонованої підприємцями, в тому числі союзи і асоціації споживачів;

3) **працівників**, які здійснюють трудову діяльність **за наймом** на контрактній або іншій основі, а також їх професійні союзи;

4) **органи державної і муніципальної влади та управління** в тих випадках, коли вони виступають безпосередніми учасниками угод (надання урядових замовлень підприємцям, визначення цін, складу і обсягу пільг при виконанні спеціальних робіт тощо); **державних службовців**;

5) **міжнародні і національні громадські організації**, які мають директивні повноваження, та **їхніх співробітників**.

До власне підприємців (бізнесменів) належать:

- особи, які здійснюють ініціативну діяльність на свій страх і ризик, під свою економічну і юридичну відповідальність;

- колективи бізнесменів і їх різні об'єднання.

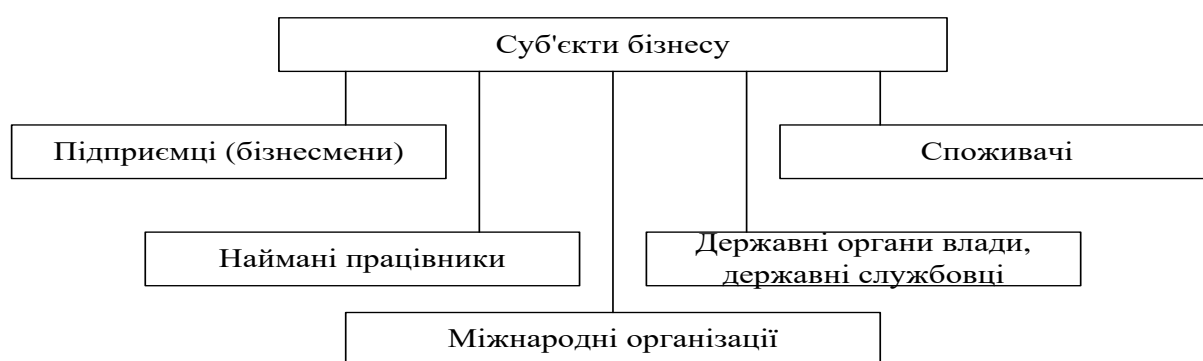


Рисунок 3.1 – Класифікація суб'єктів бізнесу залежно від функціональної спеціалізації

Згідно зі ст. 2 Закону України «Про підприємництво» суб'єктами підприємницької діяльності (бізнесменами) в Україні можуть бути:

- громадяни України, інших держав, особи без громадянства, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності;
- юридичні особи всіх форм власності, встановлених Законом України «Про власність»;
- об'єднання юридичних осіб, що здійснюють діяльність в Україні на умовах угоди про розподіл продукції [8].

Чинним законодавством України встановлено перелік суб'єктів, яким заборонено здійснювати підприємницьку діяльність. До таких категорій належать:

- військовослужбовці, працівники органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного арбітражу, державного нотаріату, а також органів державної влади і управління, які покликані здійснювати контроль за діяльністю підприємств;
- особи, яким суд заборонив займатися певною діяльністю. Вони не можуть бути зареєстровані як підприємці з правом здійснення відповідного виду діяльності до закінчення терміну, встановленого вироком суду;
- особи, які мають непогашену судимість за крадіжки, хабарництво та інші корисливі злочини. Вони також не можуть бути зареєстровані як підприємці, не можуть виступати співзасновниками підприємницької організації, а також займати в них керівні посади і посади, пов'язані з матеріальною відповідальністю.

Діловий інтерес найманих працівників – отримання доходів – реалізується шляхом ведення трудової діяльності у фірмі на контрактній або іншій основі. Особистий дохід, що отримується в ході виконання посадових обов'язків, і його розміри (величина отриманої винагороди) є вигодою в ділових відносинах працівника за наймом з підприємцями. Реалізуючи свої трудові інтереси, отримуючи вигоду з укладення угоди з підприємцем, ця категорія громадян (наймані працівники) веде власний бізнес.

Споживачі є рівноправними, а не пасивними або другорядними учасниками системи бізнесу, які керуються

власними діловими інтересами. Діловий інтерес споживачів – придбання товарів (робіт, послуг) – реалізується за допомогою самостійного встановлення контактів з виробниками і продавцями на основі самостійного пошуку контрагентів за принципом мінімізації витрат і максимізації прибутку.

Державні органи також є учасниками ділових відносин у тому випадку, коли безпосередньо виходять на ринок з діловими пропозиціями, власними діловими інтересами. Діловий інтерес держави полягає в необхідності реалізації пріоритетних загальнодержавних науково-технічних, науково-виробничих (як правило, капіталоємних і наукоємних) і інших програм, здатних принести вигоди державі та її громадянам. Діловий інтерес державних органів як суб'єктів бізнесу не може не відрізнятися від ділових інтересів інших суб'єктів – бізнесменів і найманих працівників. Основу державного бізнесу становить державна власність на засоби виробництва, інформацію, грошові ресурси, державні цінні папери та ін.

Об'єктами бізнесу є блага, за допомогою яких люди задовольняють свої різноманітні потреби (рисунок 3.2).



Рисунок 3.2 – Об'єкти бізнесу



Благами можуть бути матеріальні предмети і об'єкти (вони називаються матеріальними благами), а також послуги і роботи, які одні люди виконують для інших (вони називаються нематеріальними благами).

Матеріальні блага завжди мають предметну (об'єктну) форму, доступну органам чуття людини. Такими є повітря, вода, їжа, одяг, житло, інші предмети і об'єкти. Матеріальні блага, які використовуються людьми в процесі життєдіяльності, можуть різнитися між собою за різними ознаками. Прийнято розрізняти матеріальні блага:

- дані природою і вироблені людьми;
- споживчі та інвестиційні;
- приватні і громадські;
- відтворювані і невідтворювані (унікальні) [5].

Залежно від того, хто саме є споживачем матеріальних благ, самі матеріальні блага поділяються на матеріальні приватні і матеріальні суспільні. Матеріальні блага можуть бути відтвореними і унікальними. Матеріальними унікальними благами є ті з них, які не можуть бути відтворені через різні обставини (наприклад твори мистецтва). Решта матеріальних благ є відтворювані. Нематеріальні блага не мають предметної форми, їх користь для людини полягає в ефекті результату наданої послуги або виконаної роботи.

За критерієм відповідності потреб у благах пропозиції благ доцільно виділити вільні і обмежені блага. Вільними, або постійно доступними, благами є ті з них, потреба в яких завжди може бути задоволена. Всі інші матеріальні і нематеріальні блага є відносно або абсолютно обмеженими. Це означає, що обсяги потреби в них перевищують їх пропозицію. Обмеженість благ полягає не в обмеженості змісту даних благ (наприклад поганий смак молока або нецікавий сюжет кінофільму), а в обмеженості доступу людей до використання тих благ, необхідність в яких здається їм абсолютно очевидною.

### **3.2 Підприємство як основа архітектури бізнесу. Форми організації бізнесу в Україні**

Бізнес залежно від видів діяльності може бути організований як промислове підприємство, адвокатська контора, консалтингова фірма, фермерське господарство та ін. Однак організаційною основою бізнесу насамперед виступає підприємство. Підприємство – це самостійний господарський суб'єкт, що має право юридичної особи і здійснює виробничу, науково-дослідну та комерційну діяльність з метою одержання прибутку. Підприємство – це основна організаційна та виробнича ланка економіки країни, яка характеризується такими ознаками:

- першою ознакою підприємства є самостійність у системі господарства країни;

- друга ознака – підприємство має самостійний баланс, розрахунковий рахунок у банку, печатку з назвою підприємства, товарний знак (для промислових підприємств);

- третя ознака – підприємство має закінчений цикл відтворення, тобто його продукція може в умовах поділу праці набувати форми товару;

- четверта ознака – підприємство має свій трудовий колектив з його специфічними інтересами [12].

*Основна виробнича функція – створення максимуму товарів чи послуг для задоволення потреб суспільства за найменших витрат виробництва.*

Для здійснення цієї функції підприємство розгортає діяльність у різних сферах, виконуючи в кожній специфічні функції, до яких відносять:

- виробничо-технологічні функції підприємства, що пов'язані із забезпеченням процесу виробництва необхідними засобами та їх використанням, впровадженню новітніх технологій, раціоналізацією виробничих процесів і винахідництвом;

- економічні функції підприємства полягають: в управлінні процесами виробництва та збуту товарів, укладанні контрактів, найнятті працівників і раціональній організації їхньої праці, розподілі доходів (заробітної плати та прибутку), розрахунку економічної ефективності, ціноутворенні, вивченні ринку;

- соціальні функції підприємства – це поліпшення умов праці та відпочинку співробітників, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, надання допомоги та пільг працівникам і членам їхніх сімей, благодійна діяльність;

- зовнішньоекономічні функції, за допомогою яких підприємство бере участь у міжнародному обміні товарів, спільному з іноземними партнерами виробництві, будівництві, науково-технічному співробітництві [13].

Класифікацію видів підприємств подано на рисунку 3.3.

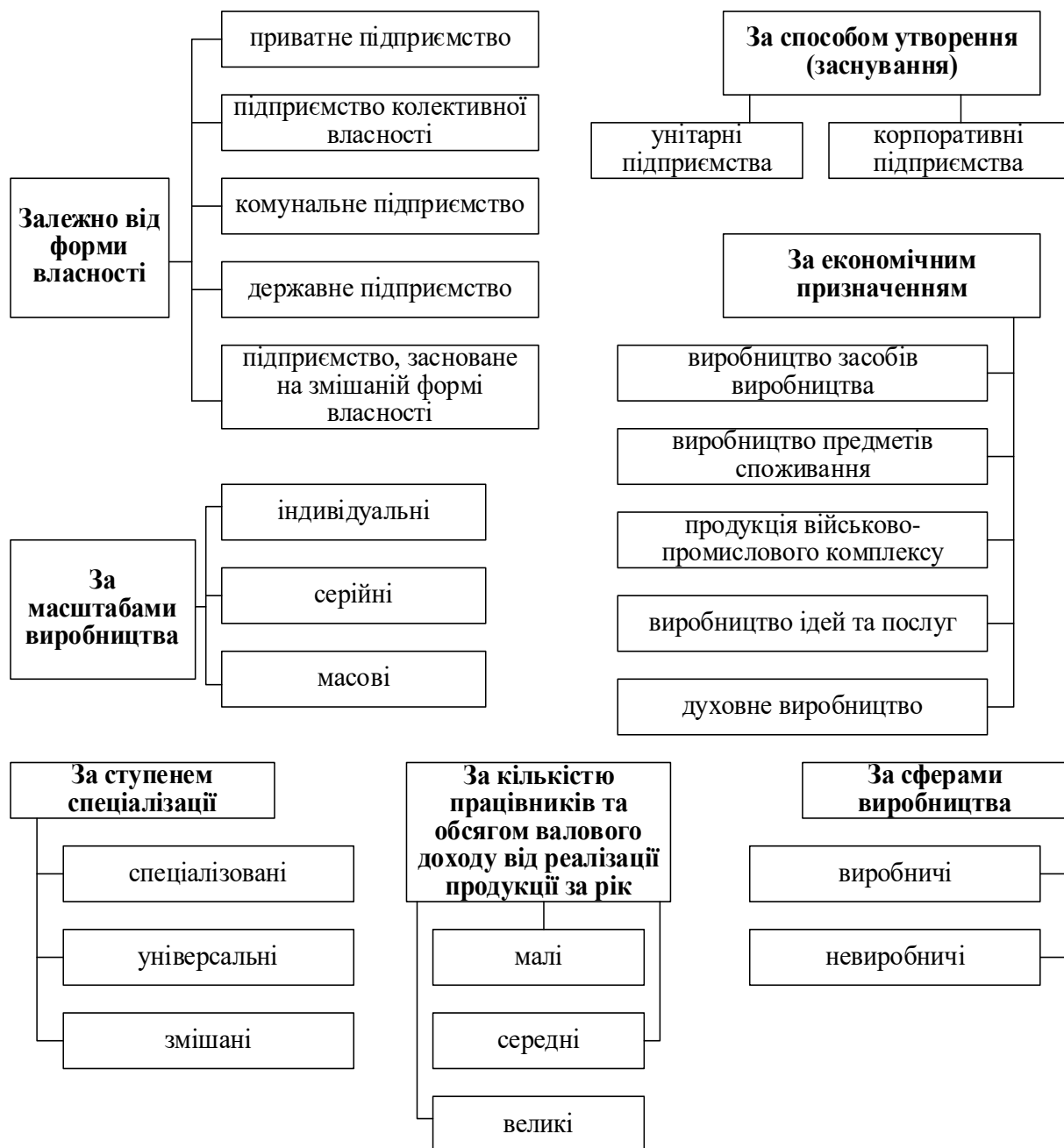


Рисунок 3.3 – Класифікація видів підприємств

Відповідно до форм власності в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- індивідуальне підприємство, засноване на особистій власності фізичної особи та виключно на її праці;
- сімейне підприємство, засноване на власності та праці громадян України — членів однієї сім'ї, які проживають разом;
- приватне підприємство, засноване на власності окремого громадянина України, з правом найму робочої сили;
- колективне підприємство, засноване на власності трудового колективу підприємства, кооперативу, товариства, громадської та релігійної організації;
- державно-комунальне підприємство, засноване на власності адміністративно-територіальних одиниць;
- державне підприємство, засноване на державній формі власності;
- спільне підприємство, засноване шляхом об'єднання майна різних власників.

В Україні можуть діяти також інші види підприємств, передбачені законом. У разі якщо в статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як десять відсотків, воно визнається **підприємством з іноземними інвестиціями**. Підприємство, в статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить сто відсотків, вважається **іноземним підприємством**.

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

**Унітарне підприємство** створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який призначається (обирається) засновником (наглядовою радою такого підприємства у разі її утворення), 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 підприємство** утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їхнім 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 [13].

Вибір форми підприємства проводиться в кожному конкретному випадку суто індивідуально залежно від галузі і роду діяльності фірми, її продукції, фінансового стану та інших факторів.

Найважливішими факторами, що мають в основі вибору форми організації бізнесу, є:

- цілі, які ставить перед собою підприємець (група бізнесменів), і шляхи їх реалізації в соціально-економічному середовищі;

- спосіб утворення статутного капіталу;

- методи здійснення виробничо-господарської діяльності бізнесмена;

- організаційна форма і методи управління бізнесом;

- законодавча і нормативно-технічна база, які регламентують створення, функціонування і ліквідацію діяльності суб'єкта господарювання;

- форма власності майна, що використовується бізнесменом;

- форма організації виробництва тощо.

Загальновідомими є три основні організаційно-правові форми бізнесу:

- 1) одноосібна власність;

- 2) товариства;

- 3) корпорації (акціонерні товариства).

Сутнісна характеристика, переваги та недоліки окремих організаційних утворень наведено в таблиці 3.1.

**Одноосібне володіння** – бізнес, яким володіє одна людина. Підприємець сам веде свою справу, самостійно розпоряджається матеріальними і капітальними ресурсами, контролює виробництво, реалізує продукцію, сплачує податки, досягає успіху у вигляді прибутку або зазнає збитків.

Таблиця 3.1 – Порівняльна характеристика організаційно-правових форм підприємницької діяльності

Організаційно-правова форма	Сутнісно-змістова характеристика	Організаційно-економічні та соціальні	
		переваги	недоліки
1	2	3	4
Одноосібна власність	Підприємство, власником якого є фізична особа або сім'я	Простота заснування. Повна самостійність, свобода та оперативність дій. Максимально можливі спонукальні мотиви до ефективного господарювання. Гарантоване збереження комерційних таємниць	Труднощі із залученням великих інвестицій та одержанням кредитів. Повна відповідальність за борги, неможливість спеціалізованого менеджменту. Невизначеність терміну функціонування
Господарське товариство	Об'єднання власних капіталів кількох фізичних або юридичних осіб за умов: однакового розподілу ризику і прибутку; спільного контролю результатів бізнесу; безпосередньої участі в здійсненні діяльності	Широкі можливості виробничої та комерційної діяльності. Збільшення фінансової незалежності й дієздатності. Велика свобода дій, продуманість управлінських рішень. Можливість залучення до управління товариством професійних менеджерів	Загроза окремим партнерам через солідарну відповідальність, тобто можливість банкрутства через професійну некомпетентність одного з партнерів. Збільшення ймовірності господарського ризику через недостатню передбачуваність процесу та результатів діяльності

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4
Корпорація (акціонерне товариство)	Підприємство, власниками якого є акціонери, які мають обмежену відповідальність (у розмірі свого внеску в акціонерний капітал) і розпоряджаються прибутком	Реальна можливість залучення необхідних інвестицій. Більша можливість постійного нарощування обсягів виробництва чи послуг. Існування тільки обмеженої відповідальності акціонерів. Постійний (тривалий) характер функціонування	Наявність розбіжностей між правом власності і функцією контролю діяльності. Сплата податків через оподаткування спочатку прибутку, а потім одержуваних дивідендів. Існування потенційної можливості посадових осіб впливати на діяльність корпорації у власних інтересах

Отже, **одноосібне володіння** – це організаційно-правова форма підприємства, за якої людина одноосібно володіє і управляє ним, бере на себе весь ризик збитків або отримує весь прибуток.

Переваги одноосібного володіння полягають у такому:

- 1 Безпосереднє управління власником.
- 2 Невеликі первинні капіталовкладення.
- 3 Власник отримує весь прибуток.
- 4 Власник може закрити підприємство, коли це необхідно.

До *недоліків одноосібного володіння* відносять такі, як: повна майнова відповідальність, обмеженість капіталу, труднощі в одержанні кредиту, велика кількість обов'язків і функцій при організації і функціонуванні виробництва.

**Господарське товариство (партнерство)** – підприємство, яке засновано двома або більшою кількістю співвласників; це форма організації бізнесу, яка об'єднує за домовленістю партнерів з їхніми фінансовими ресурсами.

Основними перевагами партнерства є:

- підприємством володіє дві та більше особи;
- збитки розподіляються між партнерами;
- інвестиційні можливості вищі, ніж в одноосібних володіннях;
- розподіл управлінської відповідальності;
- податки розподіляються між усіма партнерами [14].

*Недоліки* цієї форми організації полягають у такому: необмежена майнова відповідальність кожного з партнерів; різні погляди або інтереси партнерів затримують прийняття рішень; невеликий розмір капіталу. Товариства поширені в медицині, юридичних, аудиторських фірмах тощо.

**Корпорація (або акціонерне товариство)** — форма організації бізнесу, де власником виступають акціонери (власник акцій), керівництво здійснюється рішеннями зборів акціонерів та ради директорів, прибуток розподіляється у вигляді дивідендів на акції. Такі підприємства як юридичні особи, мають ресурси, активи, виробляють і продають продукцію, отримують прибуток (зазнають збитків), одержують кредити. Великі підприємства, на частку яких припадає основна частина виготовленої продукції, виступають у формі корпорацій. Для їх функціонування створюється акціонерний капітал за рахунок випуску та продажу акцій. Ті, хто придбав ці акції, і є акціонерами, тобто власниками акцій, власниками корпорацій.

*Перевагами корпоративної форми організації підприємства є:*

- обмежена відповідальність;
- ефективна форма залучення грошей;
- можливість за потреби збільшення розмірів виробництва товарів і послуг;
- введення нових технологій і сучасної техніки;
- досягнення конкурентоспроможності;
- при ефективній роботі отримання прибутку і дивідендів;
- зниження ризику банкрутства.

*Недоліки:* складний і дорогий процес організації та управління корпорацією, високий ступінь конкурентної боротьби, подвійне оподаткування.

В Україні діє законодавча база щодо форм організації бізнесу: закони України «Про підприємництво», «Про товариства з



обмеженою та додатковою відповідальністю», «Про акціонерні товариства».

Цивільний кодекс України регламентує організаційно-правові форми бізнесу, виділяючи поняття фізичної та юридичної особи, які є суб'єктами реалізації бізнесу в країні. Фізичні особи – це правоздатні і дієздатні громадяни, які мають право:

- мати майно на праві власності;
- успадковувати і заповідати майно;
- займатися підприємницькою та іншою, не забороненою законом діяльністю;
- створювати юридичні особи (самостійно і спільно з іншими фізичними і юридичними особами);
- здійснювати іншу діяльність, що не суперечить законам України;
- нести майнову та іншу відповідальність за свою діяльність.

Фізична особа, діючи на свій страх і ризик, залучаючи власні кошти в бізнес, виступає як індивідуальний підприємець.

Об'єднання капіталів фізичних осіб для досягнення загальних цілей шляхом комерційної діяльності, юридично та організаційно оформлене, надає їм статусу юридичної особи. Юридичною особою є організація, створена і зареєстрована у встановленому законом порядку. Юридичні особи можуть створюватися у формі товариств, установ та в інших формах.

Товариством є організація, створена шляхом об'єднання осіб (учасників), які мають право участі у цьому товаристві. Товариство може бути створено однією особою, якщо інше не встановлено законом. Товариства поділяються на підприємницькі та непідприємницькі. Установою є організація, створена однією або кількома особами (засновниками), які не беруть участі в управлінні нею, шляхом об'єднання (виділення) їхнього майна для досягнення мети, визначеної засновниками, за рахунок цього майна. Товариства, які здійснюють підприємницьку діяльність з метою одержання прибутку та наступного його розподілу між учасниками (підприємницькі товариства), можуть бути створені лише як господарські товариства (повне товариство, командитне товариство, товариство з обмеженою або додатковою відповідальністю, акціонерне товариство) або виробничі кооперативи.

### 3.3 Види та характеристика господарських товариств

Діяльність господарських товариств в Україні регулюється Господарським кодексом України, законами України «Про господарські товариства», «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» та «Про акціонерні товариства».

Згідно з Законом України «Про господарські товариства» **господарськими товариствами** визнаються підприємства або інші суб'єкти господарювання, створені юридичними особами та/або громадянами шляхом об'єднання їхнього майна і участі в підприємницькій діяльності товариства з метою одержання прибутку [15].

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

Товариства можуть займатися будь-якою підприємницькою діяльністю, яка не суперечить законодавству України. Найменування товариства має містити відомості про його організаційно-правову форму (вид товариства), назву, а також інші відомості, передбачені законом. Найменування товариства міститься в установчих документах товариства. Засновниками та учасниками товариства можуть бути підприємства, установи, організації, а також громадяни, крім випадків, передбачених законодавчими актами України.

Господарське товариство, крім повного і командитного товариств, може бути створене однією особою, яка стає його єдиним учасником. *Акціонерне товариство, товариство з обмеженою і товариство з додатковою відповідальністю* створюються і діють на підставі *статуту, повне і командитне товариство – засновницького договору.*

Установчі документи мають 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 і компетенцію органів товариства та порядок прийняття ними рішень, включаючи перелік питань, за якими необхідна кваліфікована більшість голосів, порядок внесення змін до

установчих документів та порядок ліквідації і реорганізації товариства.

Зупинимося більш докладно на характеристиці діючих в Україні форм господарських товариств.

**Товариство з обмеженою відповідальністю та товариство з додатковою відповідальністю [15].**

*Товариством з обмеженою відповідальністю* є господарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном. Учасники товариства, які повністю сплатили свої вклади, несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах своїх вкладів. Структуру управління товариства з обмеженою відповідальністю подано на рисунку 3.4.

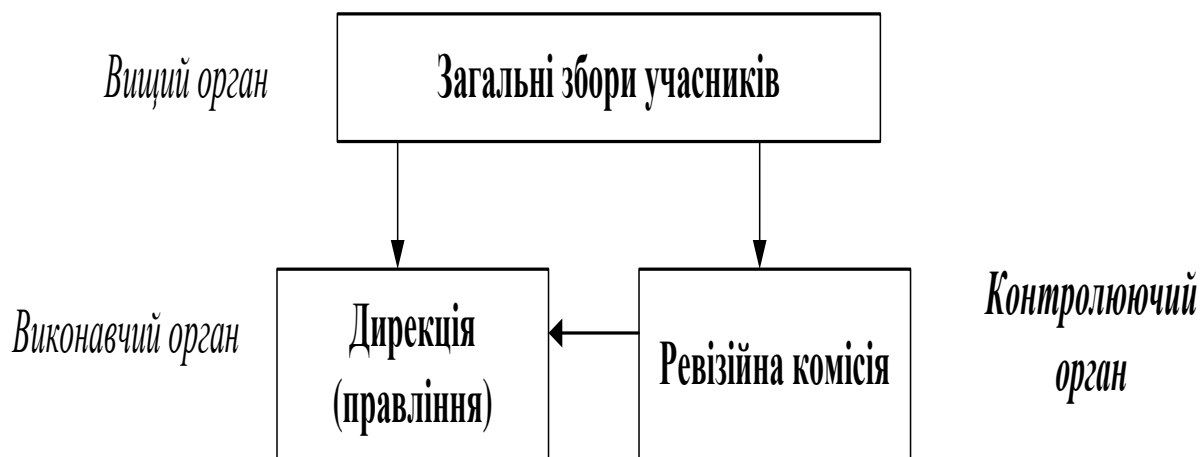


Рисунок 3.4 – Структура управління товариства з обмеженою відповідальністю

*Товариством з додатковою відповідальністю* є господарське товариство, статутний капітал якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів 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. Згідно з Законом України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» кількість учасників товариства не обмежується [16].

Установчим документом товариства з обмеженою відповідальністю та товариства з додатковою відповідальністю є статут. У статуті зазначаються відомості:

1) про повне та скорочене (за наявності) найменування товариства;

2) органи управління товариством, їхню компетенцію, порядок прийняття ними рішень;

3) порядок вступу до товариства та виходу з нього.

Розмір статутного капіталу товариства складається з номінальної вартості часток його учасників, виражених у національній валюті України. Розмір частки учасника товариства у статутному капіталі товариства може додатково визначатися у відсотках. Розмір частки учасника товариства у відсотках має відповідати співвідношенню номінальної вартості його частки та статутного капіталу товариства. Кожен учасник товариства повинен повністю внести свій вклад протягом шести місяців з дати державної реєстрації товариства, якщо інше не передбачено статутом.

Виплата дивідендів здійснюється за рахунок чистого прибутку товариства особам, які були учасниками товариства на день прийняття рішення про виплату дивідендів, пропорційно до розміру їхніх часток. Виплата дивідендів здійснюється у строк, що не перевищує шість місяців з дня прийняття рішення про їх виплату, якщо інший строк не встановлений статутом товариства або рішенням загальних зборів учасників.

Органами товариства є загальні збори учасників, наглядова рада (у разі утворення) та виконавчий орган. Кожен учасник товариства на загальних зборах учасників має кількість голосів, пропорційну до розміру його частки у статутному капіталі товариства, якщо інше не передбачено статутом. Зміст ключових компетенцій загальних зборів учасників подано на рисунку 3.5. Загальні збори учасників скликаються виконавчим органом товариства. Виконавчий орган товариства зобов'язаний повідомити учасників товариства не менше ніж за 30 днів до запланованої дати проведення загальних зборів учасників, якщо інший строк не встановлений статутом товариства.

Структура управління, умови вступу, виходу з товариства з додатковою відповідальністю подібні до товариства з

обмеженою відповідальністю. В Україні найбільша кількість товариств з додатковою відповідальністю створена у сфері фінансового посередництва (довірчі товариства). Метою створення цих форм господарських товариств є поєднання капіталів та мінімізація ризиків.

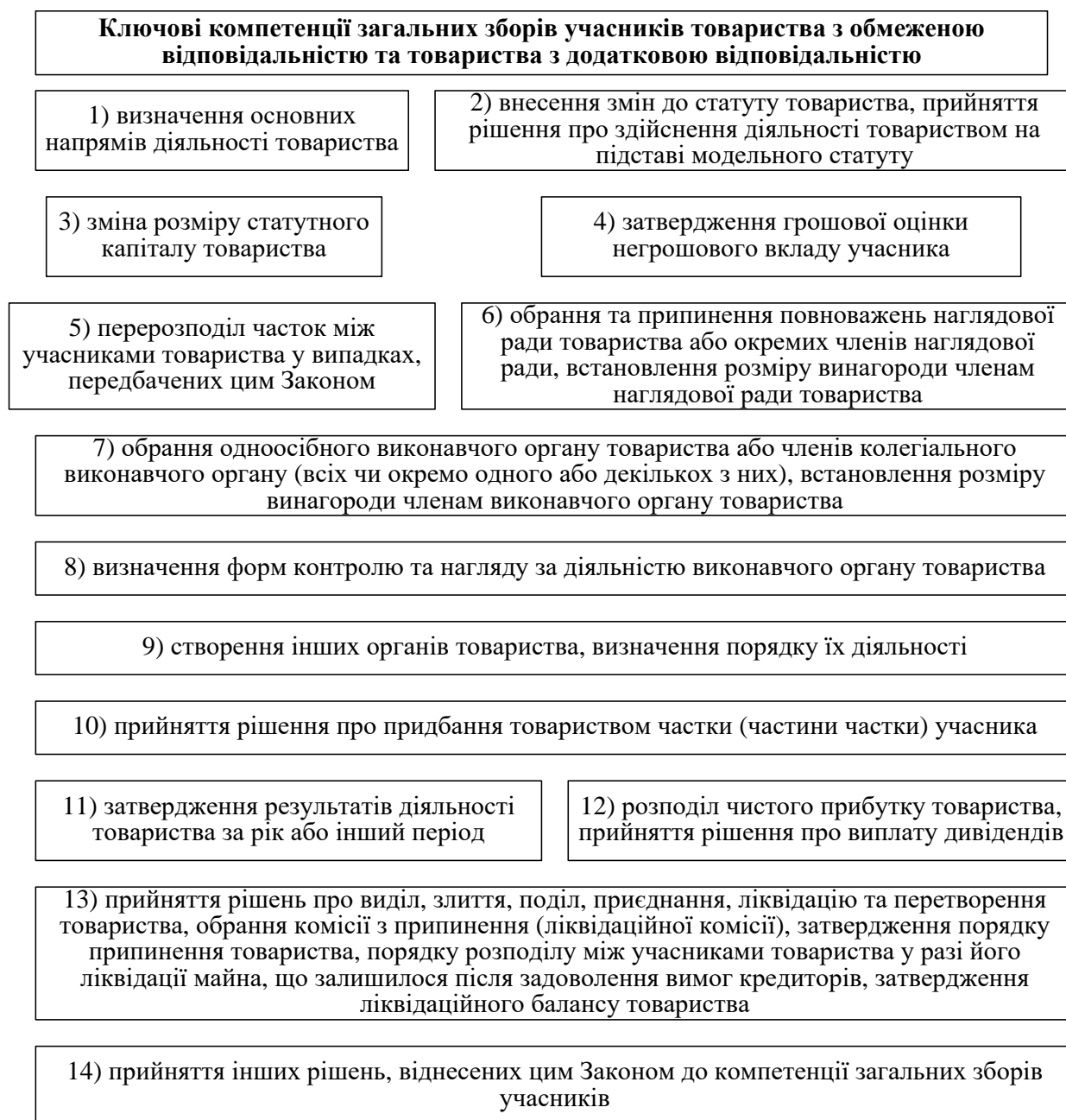


Рисунок 3.5 – Ключові компетенції загальних зборів учасників товариства з обмеженою відповідальністю та товариства з додатковою відповідальністю

**Повне товариство.** 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.

Згідно з Законом України «Про господарські товариства» особа може бути учасником тільки одного повного товариства. Найменування повного товариства має містити імена (найменування) всіх його учасників, слова «повне товариство» або містити ім'я (найменування) одного чи кількох учасників з доданням слів «і компанія», а також слів «повне товариство». Розмір частки кожного з учасників, порядок внесення вкладів, розподіл прибутків і збитків, повноваження партнерів визначаються в установчому договорі. Прибутки і збитки можуть розподілятися порівну, або партнери домовляються про інший порядок розподілу. Якщо при ліквідації повного товариства виявиться, що наявного майна не вистачає для сплати всіх боргів, за товариство у недостатній частині несуть солідарну відповідальність його учасники усім своїм майном, на яке відповідно до законодавства України може бути звернено стягнення. Учасник товариства відповідає за борги товариства незалежно від того, виникли вони після чи до його вступу до товариства [15].

Друга форма персонального товариства – **командитне товариство.** Командитним товариством є господарське товариство, в якому один або кілька 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 вкладами (вкладники). Особа може бути повним учасником тільки в одному товаристві.

Найменування командитного товариства має містити імена (найменування) всіх повних його учасників, слова «командитне товариство» або містити ім'я (найменування) хоча б одного повного учасника з доданням слів «і компанія», а також слів «командитне товариство».

Вкладник може вступити до командитного товариства шляхом внесення грошових та матеріальних вкладів. Сукупний розмір часток вкладників не повинен перевищувати 50 % майна товариства, зазначеного в установчому договорі. Командитне товариство припиняється у разі вибуття всіх учасників з повною відповідальністю. Командитне товариство ліквідується у разі вибуття всіх вкладників. Повні учасники командитного товариства у разі вибуття всіх вкладників мають право перетворити командитне у повне товариство.

### **3.4 Акціонерне товариство як особлива форма об'єднання капіталів**

Згідно з Законом України «Про акціонерні товариства» **акціонерне товариство** – господарське товариство, статутний капітал якого поділено на певну кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями [17].

Акціонери не відповідають за зобов'язаннями товариства і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, тільки в межах належних їм акцій. Акціонерне товариство може бути створене шляхом заснування або злиття, поділу, виділу чи перетворення підприємницького (підприємницьких) товариства, державного (державних), комунального (комунальних) та інших підприємств у акціонерне товариство. Товариство створюється без обмеження строку діяльності, якщо інше не встановлено його статутом.

Повне найменування акціонерного товариства українською мовою має містити назву його типу (публічне чи приватне) і організаційно-правової форми (акціонерне товариство).

Акціонерами товариства визнаються фізичні і юридичні особи, а також держава в особі органу, уповноваженого управляти державним майном, або територіальна громада в особі органу, уповноваженого управляти комунальним майном, які є власниками акцій товариства. Поширення акціонерних товариств обумовлено певними перевагами цієї форми організації бізнесу, які подано на рисунку 3.6.

## АКЦІОНЕРНА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

### переваги

- ефективний спосіб фінансування через продаж акцій, що дає змогу залучати фінансові ресурси великої кількості окремих осіб;
- дає змогу акціонерам отримувати доходи і не брати активної участі в управлінні підприємством;
- надає можливість для розподілу ризику за рахунок придбання акцій різних товариств;
- дає змогу вільно розпоряджатися вкладами шляхом продажу акцій;
  - обмежена відповідальність
  - у випадку банкрутства фірми акціонер втрачає тільки вартість своїх акцій

### недоліки

- складніший і довший порівняно з одноосібним володінням та партнерством порядок створення;
- виникнення додаткових накладних витрат: на проведення загальних зборів акціонерів, складання спеціальної звітності на вимогу державних регулювальних органів, ведення реєстру акціонерів, організацію виплати дивідендів тощо;
- у процесі функціонування акціонерних товариств можуть виникати конфліктні ситуації ;
- подвійний характер оподаткування: по-перше, прибуток акціонерного товариства як юридичної особи обкладається податком на прибуток підприємств; а по-друге – з доходів власників акцій – дивідендів, які сплачуються з чистого прибутку, стягується податок на доходи фізичних осіб;
- діяльність відкритих акціонерних товариств є суттєвим фактором розростання спекулятивних операцій на фінансових ринках, що спричиняє безпрецедентне збільшення фіктивного капіталу;
- акціонерні товариства можуть використовуватися як засіб економічного примусу для викупу нерентабельних підприємств або їхніх підрозділів

Рисунок 3.6 – Переваги і недоліки акціонерної форми організації бізнесу

**За типом** акціонерні товариства поділяються на публічні акціонерні товариства та приватні акціонерні товариства (рисунок 3.7). **Публічне акціонерне товариство** може здійснювати публічне та приватне розміщення акцій. Акції публічного акціонерного товариства можуть продаватися на фондовій біржі, для чого останнє зобов'язане пройти процедуру включення акцій до біржового списку хоча б однієї фондової біржі. Акціонери публічного акціонерного товариства можуть відчужувати належні їм акції без згоди інших акціонерів товариства. **Приватне акціонерне товариство** може здійснювати тільки приватне розміщення акцій. Акції приватного акціонерного товариства не можуть купуватися та продаватися на фондовій біржі, окрім випадку продажу шляхом проведення на біржі аукціону. Акціонери приватного акціонерного товариства мають переважне право на придбання акцій, що продаються іншими акціонерами цього товариства, однак це право не поширюється на випадки спадкування чи правонаступництва акцій товариства. Такого типу товариства створюються переважно у межах трудового колективу або сімейного бізнесу.





Рисунок 3.7 – Типи акціонерних товариств

Засновниками акціонерного товариства можуть виступати: держава в особі органу, уповноваженого управляти державним майном, територіальна громада в особі органу, уповноваженого управляти комунальним майном, а також фізичні та/або юридичні особи, що прийняли рішення про його заснування. Засновниками акціонерного товариства можуть бути одна, дві чи більше осіб.

Для створення акціонерного товариства засновники мають провести закрите (приватне) розміщення його акцій, установчі збори та здійснити державну реєстрацію акціонерного товариства. Засновниками може укладатися засновницький договір, у якому визначаються порядок провадження спільної діяльності щодо створення акціонерного товариства, кількість, тип і клас акцій, що підлягають придбанню кожним засновником, номінальна вартість і вартість придбання цих акцій, строк і форма оплати вартості акцій, строк дії договору [17]. Створення акціонерного товариства здійснюється за етапами, які подано на рисунку 3.8.

Одним із важливих етапів створення акціонерного товариства є проведення *установчих зборів, які мають відбутися протягом трьох місяців з дати повної оплати акцій засновниками*. Засновники акціонерного товариства несуть солідарну відповідальність за пов'язаними з його заснуванням зобов'язаннями, що виникли до його державної реєстрації.

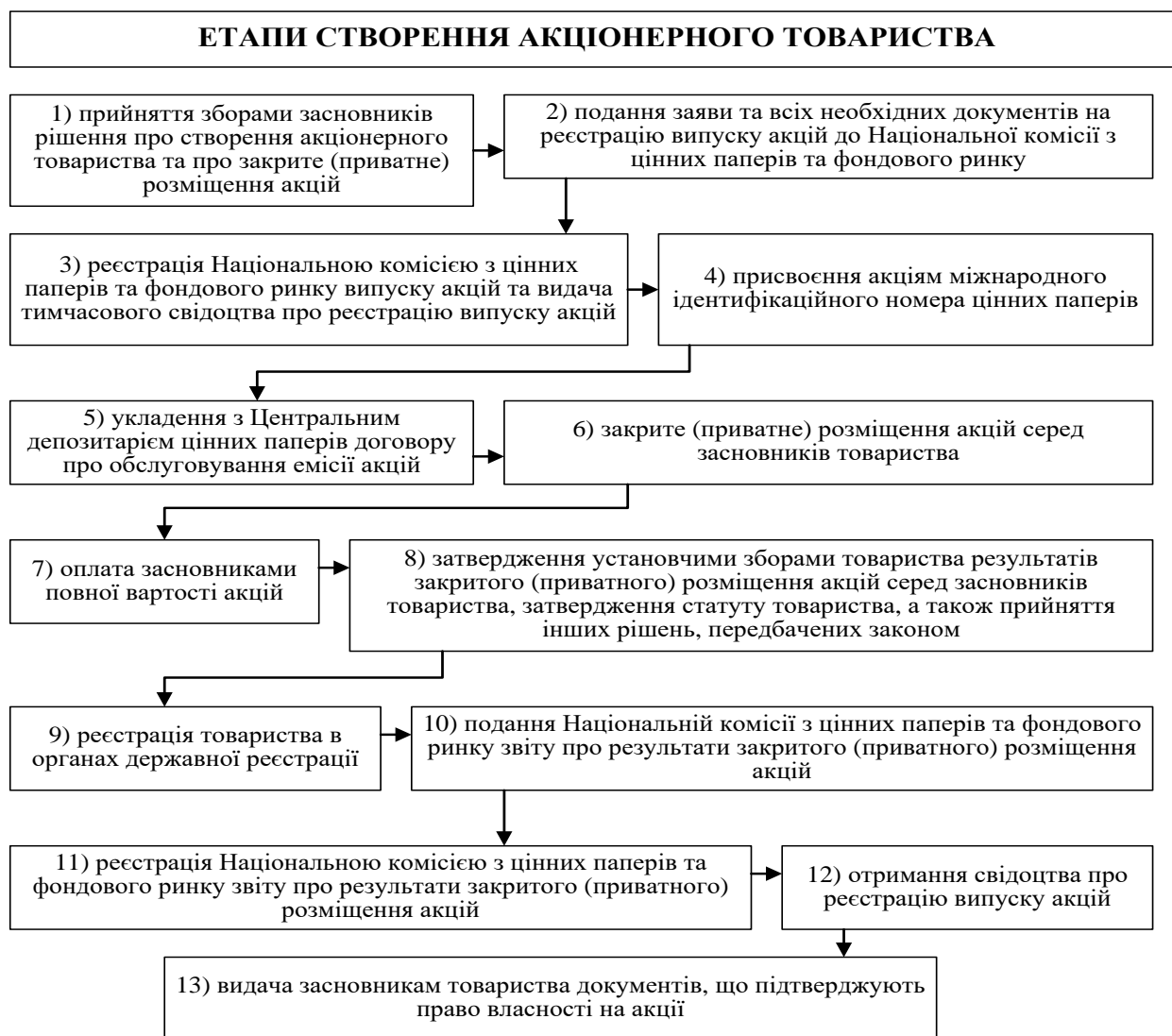


Рисунок 3.8 – Етапи створення акціонерного товариства

**Статутний капітал акціонерного товариства** – це капітал товариства, що утворюється з суми номінальної вартості всіх розміщених акцій товариства. **Мінімальний розмір статутного капіталу акціонерного товариства становить 1250 мінімальних заробітних плат виходячи із ставки мінімальної заробітної плати, що діє на момент створення (реєстрації) акціонерного товариства.**

Резервний капітал формується у розмірі не менше ніж 15 відсотків статутного капіталу товариства шляхом щорічних відрахувань від чистого прибутку товариства або за рахунок нерозподіленого прибутку. До досягнення встановленого статутом розміру резервного капіталу розмір щорічних відрахувань не може бути меншим ніж 5 відсотків суми чистого прибутку товариства за

рік. Резервний капітал створюється для покриття збитків товариства, а також для виплати дивідендів за привілейованими акціями.

Статутний капітал акціонерного товариства може збільшуватися шляхом підвищення номінальної вартості акцій або розміщення додаткових акцій існуючої номінальної вартості. Згідно з Законом України «Про акціонерні товариства» усі *акції товариства є іменними і існують виключно в бездокументарній формі*. Акції товариства посвідчують корпоративні права акціонера щодо цього акціонерного товариства.

Акціонерне товариство може здійснювати розміщення акцій двох типів – **простих та привілейованих**. **Прості акції** товариства не підлягають конвертації у привілейовані акції або інші цінні папери акціонерного товариства. Частина **привілейованих акцій** у розмірі статутного капіталу акціонерного товариства не може перевищувати 25 відсотків. Акціонерне товариство не має права розміщувати акції за ціною, нижчою за їх номінальну вартість. Одна проста акція товариства надає акціонеру один голос для вирішення кожного питання на загальних зборах, окрім випадків проведення кумулятивного голосування [17].

Кожною привілейованою акцією одного класу її власнику – акціонеру надається однакова сукупність прав. У статуті акціонерного товариства визначається обсяг прав, які надаються акціонеру – власнику кожного класу привілейованих акцій, зокрема визначаються: 1) розмір і черговість виплати дивідендів; 2) ліквідаційна вартість і черговість виплат у разі ліквідації товариства; 3) випадки та умови конвертації привілейованих акцій цього класу у привілейовані акції іншого класу, прості акції або інші цінні папери; 4) порядок отримання інформації.

**Дивіденд** – частина чистого прибутку акціонерного товариства, що виплачується акціонеру з розрахунку на одну належну йому акцію певного типу та/або класу. За акціями одного типу і класу нараховується однаковий розмір дивідендів.

Згідно з українським законодавством товариство виплачує дивіденди виключно грошовими коштами і у термін, що не перевищує шість місяців з дня прийняття загальними зборами рішення про виплату дивідендів. Виплата дивідендів за простими акціями здійснюється з чистого прибутку звітного року та/або нерозподіленого прибутку на підставі рішення загальних зборів

акціонерного товариства у строк, що не перевищує шість місяців з дня прийняття загальними зборами рішення про виплату дивідендів. Рішення про виплату дивідендів та їх розмір за простими акціями приймається загальними зборами акціонерного товариства. Виплата дивідендів за привілейованими акціями здійснюється з чистого прибутку звітного року та/або нерозподіленого прибутку відповідно до статуту акціонерного товариства у строк, що не перевищує шість місяців після закінчення звітного року. У разі відсутності або недостатності чистого прибутку звітного року та/або нерозподіленого прибутку минулих років виплата дивідендів за привілейованими акціями здійснюється за рахунок резервного капіталу товариства або спеціального фонду для виплати дивідендів за привілейованими акціями. Розмір дивідендів за привілейованими акціями всіх класів визначається у статуті акціонерного товариства.

**Вищим органом управління акціонерним товариством виступають загальні збори акціонерів.** Структура управління акціонерним товариством подано на рисунку 3.9. Річні загальні збори товариства проводяться не пізніше 30 квітня наступного за звітним року, де вирішуються питання щодо діяльності товариства. Письмове повідомлення про проведення загальних зборів акціонерного товариства та проект порядку денного надсилається кожному акціонеру у строк не пізніше ніж за 30 днів до дати їх проведення. Акціонерне товариство не пізніше ніж за 30 днів до дати проведення загальних зборів акціонерного товариства публікує в офіційному друкованому органі повідомлення про проведення загальних зборів.

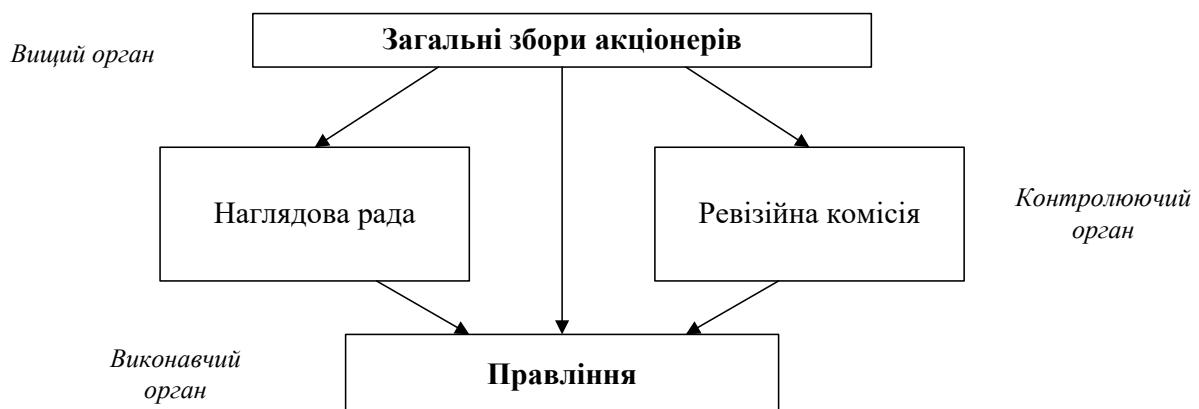


Рисунок 3.9 – Структура управління акціонерним товариством

Публічне акціонерне товариство додатково надсилає повідомлення про проведення загальних зборів та проект порядку денного фондовій біржі, на якій це товариство пройшло процедуру лістингу, а також не пізніше ніж за 30 днів до дати проведення загальних зборів розміщує на власному веб-сайті відповідну інформацію.

Загальні збори акціонерного товариства мають кворум за умови реєстрації для участі у них акціонерів, які сукупно є власниками більш як 50 відсотків голосуючих акцій. Одна голосуюча акція надає акціонеру один голос для вирішення кожного з питань, винесених на голосування на загальних зборах акціонерного товариства, крім проведення кумулятивного голосування. Кумулятивне голосування застосовується під час обрання осіб до складу органів товариства та полягає в тому, що загальну кількість голосів акціонера помножують на кількість членів органу акціонерного товариства, який обирається.

Позачергові загальні збори акціонерного товариства скликаються наглядовою радою у таких випадках: 1) з власної ініціативи; 2) на вимогу виконавчого органу – в разі порушення провадження про визнання товариства банкрутом або необхідності вчинення значного правочину; 3) на вимогу ревізійної комісії (ревізора); 4) на вимогу акціонерів (акціонера), які на день подання вимоги сукупно є власниками 10 і більше відсотків простих акцій товариства; 5) в інших випадках, встановлених законом або статутом товариства.

**Наглядова рада акціонерного товариства** є органом, що здійснює захист прав акціонерів товариства, і в межах компетенції, визначеної статутом та Законом України «Про акціонерні товариства», контролює та регулює діяльність виконавчого органу. В акціонерних товариствах з кількістю акціонерів – власників простих акцій 10 осіб і більше створення наглядової ради є обов'язковим. У товаристві з кількістю акціонерів – власників простих акцій 9 осіб і менше у разі відсутності наглядової ради її повноваження здійснюються загальними зборами [17].

**Виконавчий орган акціонерного товариства** здійснює управління поточною діяльністю товариства. До компетенції виконавчого органу належить вирішення всіх питань, пов'язаних з управлінням поточною діяльністю товариства, крім питань, що

належать до виключної компетенції загальних зборів та наглядової ради. Виконавчий орган акціонерного товариства підзвітний загальним зборам і наглядовій раді, організовує виконання їхніх рішень. Виконавчий орган діє від імені акціонерного товариства у межах, встановлених статутом акціонерного товариства і законом. Цей орган акціонерного товариства може бути колегіальним (правління, дирекція) або одноосібним (директор, генеральний директор).

Для проведення перевірки фінансово-господарської діяльності акціонерного товариства загальні збори можуть обирати **ревізійну комісію (ревізора)**. Ревізійна комісія (ревізор) проводить перевірку фінансово-господарської діяльності акціонерного товариства за результатами фінансового року, якщо інше не передбачено статутом товариства. За підсумками перевірки фінансово-господарської діяльності акціонерного товариства за результатами фінансового року ревізійна комісія (ревізор) готує висновок. Річна фінансова звітність публічного акціонерного товариства також підлягає обов'язковій перевірці незалежним аудитором.

Висновок аудитора, крім даних, передбачених законодавством про аудиторську діяльність, має містити інформацію про оцінку повноти та достовірності відображення фінансово-господарського стану товариства у його бухгалтерській звітності.

### **3.5 Малі підприємства**

Мале підприємництво є органічним структурним елементом ринкової економіки, провідним, одним з найважливіших чинних факторів економічного розвитку суспільства, що спирається на ринкові методи господарювання. З одного боку, ефективність і динаміка розвитку ринкової економіки певним чином залежить від успішного функціонування малого бізнесу, з іншого — справжній ринковий механізм господарювання сприяє формуванню підприємницької активності. Від розвитку малого бізнесу залежить створення конкурентоспроможного внутрішнього ринку товарів і послуг. Роль і місце малого підприємництва в економіці країни виражається також у функціях, які воно виконує.

В Україні суб'єкти господарювання «залежно від кількості працівників та доходів від будь-якої діяльності за рік можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва».

Суб'єктами мікропідприємництва є [18]:

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

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

Суб'єктами малого підприємництва є:

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

– юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України. Отже, згідно з Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» мале підприємство визначається як суб'єкт господарювання, середня кількість працівників якого 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.

Окрім цього, у межах державної програми підтримки малого бізнесу в Україні до суб'єктів малого підприємництва віднесено юридичних або фізичних осіб, які одночасно відповідають і таким умовам [18]:

1) у статутному фонді засновники (учасники) – юридичні особи, які самі не є суб'єктами малого підприємництва, можуть мати частку, не більше 25 %;

2) це не може бути довірче товариство, страхова компанія, банк та ін.

Для суб'єктів малого підприємництва Положенням (Стандартом) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» передбачає подання скороченої звітності за показниками фінансової звітності в складі балансу та звіту про фінансові результати. Згідно з Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні» малі підприємства мають можливість на державну підтримку, яка включає фінансову, інформаційну, консультаційну підтримку, у тому числі підтримку у сфері інновацій, науки і промислового виробництва, підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність, підтримку у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів та кадрів ведення бізнесу [18]. Докладну характеристику напрямків державної підтримки малого підприємництва в Україні подано в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Характеристика напрямів державної підтримки малого підприємництва в Україні

Напрямок державної підтримки	Характеристика видів
1	2
Фінансова	<p>1) часткова компенсація відсоткових ставок за кредитами, що надаються на реалізацію проектів суб'єктів малого і середнього підприємництва;</p> <p>2) часткова компенсація лізингових, факторингових платежів та платежів за користування гарантіями;</p> <p>3) надання гарантії та поруки за кредитами суб'єктів малого і середнього підприємництва;</p> <p>4) надання кредитів, у тому числі мікрокредитів, для започаткування і ведення власної справи;</p> <p>5) надання позик на придбання і впровадження нових технологій тощо</p>



Продовження таблиці 3.2

1	2
Інформаційна	<p>1) створення та забезпечення функціонування державних, регіональних і місцевих інформаційних систем, інформаційно-телекомунікаційних мереж, сприяння започаткуванню підприємницької діяльності за допомогою Інтернету;</p> <p>2) надання інформації: про стан виконання державних, регіональних і місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва та рівень ефективності державної підтримки; про стан розвитку малого і середнього підприємництва тощо</p>
Консультаційна	<p>1) сприяння утворенню об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва, які надають консультаційні послуги суб'єктам малого і середнього підприємництва, та забезпечення їхньої діяльності;</p> <p>2) спрощення доступу до інформації в режимі реального часу</p>
У сфері інновацій, науки та промислового виробництва	<p>1) надання фінансової підтримки для утворення об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва у сфері інновацій, науки та промислового виробництва, у тому числі бізнес-інкубаторів, інноваційних бізнес-інкубаторів, науково-технологічних центрів, центрів трансферу технологій;</p> <p>2) сприяння розвитку венчурного підприємництва;</p> <p>3) передача наукової продукції, створеної за рахунок бюджетних коштів, для її впровадження у виробництво;</p> <p>4) створення умов для залучення суб'єктів малого і середнього підприємництва до укладення договорів субпідряду у сфері інновацій та промислового виробництва;</p> <p>5) стимулювання залучення іноземних інвестицій і розвитку взаємовигідної міжнародної інноваційної співпраці;</p> <p>6) створення умов для поширення кооперації між суб'єктами малого і середнього підприємництва та великими підприємствами</p>
У сфері експортної діяльності	<p>1) сприяння просуванню на ринки іноземних держав продукції вітчизняного виробництва (товарів, робіт і послуг), об'єктів інтелектуальної власності та створення сприятливих умов для українських учасників експортної діяльності;</p> <p>2) співпраця з міжнародними організаціями та іноземними державами у сфері розвитку малого і середнього підприємництва;</p>

### Продовження таблиці 3.2

1	2
	3) утворення об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва, що сприяють експортній діяльності, зокрема шляхом надання фінансової підтримки (кредитування, гарантування, страхування експортних операцій, часткова компенсація частки відсоткових ставок за кредитами для провадження експортної діяльності, часткове покриття витрат суб'єктів малого і середнього підприємництва тощо)
У сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів та кадрів ведення бізнесу	1) створення та розвиток мережі бізнес-інкубаторів; 2) розроблення та виконання освітніх програм, спрямованих на підготовку, перепідготовку і підвищення рівня кваліфікації кадрів для суб'єктів малого і середнього підприємництва на основі державних освітніх стандартів; 3) створення умов для підвищення рівня професійних знань і ділових якостей фахівців з-поміж числа соціально незахищених верств населення; 4) надання навчально-методологічної, науково-методичної допомоги суб'єктам малого і середнього підприємництва; 5) сприяння участі у програмах обміну міжнародним досвідом з метою запровадження передових технологій та підвищення рівня кваліфікації персоналу суб'єктів малого і середнього підприємництва

### 3.6 Державне регулювання і підтримка малого, середнього та інноваційного бізнесу в Україні

Державне регулювання підприємництва – це система правових, організаційних, адміністративних та регулятивно-контролюючих заходів держави, спрямованих на створення сприятливих умов для становлення та розвитку підприємництва (сприятливого підприємницького середовища) і на його підтримку, а також управління державним сектором економіки для забезпечення ефективності та конкурентоспроможності національної економіки [5].

Підприємницьке законодавство України складають регулюючі підприємництво закони та постанови Кабінету Міністрів України, нормативні акти міністерств і відомств, органів місцевого самоврядування, у тому числі тих державних органів,

що здійснюють державне регулювання підприємництва, контроль і нагляд за ним. У підприємницькому законодавстві України можна виділити три блоки нормативно-правових актів:

1 Конституція України, відповідно до ст. 42 якої кожен громадянин має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. Це право базується на свободі підприємницької діяльності, яка полягає в здійсненні на власний розсуд і ризик особою господарської діяльності, не забороненої законом, з метою одержання прибутку.

2 Блок спеціальних нормативних актів, що регулюють виключно підприємницьку діяльність: Закони України «Про господарські товариства», «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю», «Про акціонерні товариства», «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців», «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» та ін.

3 Нормативно-правові акти, що містять окремі норми або їх сукупність, які регулюють підприємництво: Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, Податковий кодекс України, закони України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», «Про захист прав споживачів», «Про захист економічної конкуренції» [19], «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» та ін.

Суб'єкти державного регулювання підприємницької діяльності в Україні: Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України; Міністерство фінансів України; Державна регуляторна служба України; Державна фіскальна служба України; Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості; Антимонопольний комітет України.

Основою державної політики підтримки підприємства є розроблення і реалізація державних програм науково-технічного, ресурсного, фінансового, консультативного, кадрового та іншого сприяння розвитку підприємства. Державні програми підтримки можуть реалізуватися центральними й місцевими органами влади. Програми мають забезпечити формування тих невід'ємних

елементів соціально-економічного простору, які підприємницький сектор не спроможний створити самостійно, а саме: нормативно-правового (адміністративного) забезпечення; інституційних засад розвитку бізнесу; функціональних форм державного регулювання [20].

Для підтримки ефективності діяльності суб'єктів підприємництва в країні також має бути створено дієву інформаційно-консультаційну інфраструктуру, яка надаватиме інформаційно-консультаційні послуги. Ключовими елементами такого роду інформаційно-консультаційної інфраструктури мають виступати інформаційно-аналітичні центри, які, взаємодіючи між собою, складуть ядро інтегрованого інформаційного середовища підтримки підприємництва в країні. Для розвитку підприємницьких здібностей у суспільстві також з боку держави має надаватися допомога в опануванні основ ведення підприємницької діяльності, а також мають проводитися бізнес-тренінги, конференції та конгреси, де висвітлюватимуться сучасні тренди розвитку підприємництва. Важлива увага має бути зосереджена і на розробленні інноваційних рішень для стимулювання розвитку підприємницької діяльності в країні шляхом створення бізнес-інкубаторів, інноваційно-індустріальних центрів тощо.

**Список літератури для поглибленого вивчення теми:** літературні джерела [4–6; 7–11; 13; 16; 19, 20] загального списку літератури.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

- 1 Варналій З. С. Основи підприємництва: навч. посіб. Вид. 3-є. Київ: Знання, 2006. 350 с.
- 2 Виноградська А. М. Основи підприємництва: навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Київ: Кондор, 2008. 544 с.
- 3 Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства: навч. посіб. Вид. 2-ге. Київ: ЦУЛ, 2010. 488 с.
- 4 Основи бізнесу: навч. посіб. / В. Л. Дикань, І. В. Токмакова, В. О. Овчиннікова, М. В. Корінь, А. В. Толстова. Харків: УкрДУЗТ, 2017. 291 с.
- 5 Дикань В. Л., Шраменко Е. В., Якименко Н. В. Економіка підприємства: учеб. пособ. Харьков: УкрДАЗТ, 2012. 170 с.
- 6 Захарчин Г. М. Основи підприємництва: навч. посіб. Київ: Знання, 2008. 437 с.
- 7 Основи бізнесу. Практичний курс: навч. посіб. / В. Р. Кучеренко, Н. В. Доброва, Я. П. Квач, М. М. Осипова Київ: ЦУЛ, 2010. 176 с.
- 8 Мельников А. М., Коваленко О. А., Пундяк Н. Б. Основи організації бізнесу: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2013. 200 с.
- 9 Тирпак І. В., Тирпак В. І., Жуков С. А. Основи економіки та організації підприємництва: навч. посіб. Київ: Кондор, 2011. 284 с.
- 10 Основи бізнесу: навч. посіб. / С. І. Чоботар, В. М. Фомішкіна, С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна. Київ: Академія, 2009. 384 с.
- 11 Основи підприємництва: теорія і практикум: навч. посіб. / В. Г. Воронкова, А. Г. Беліченко, В. О. Желябін, М. А. Ажажа Львів: Магнолія 2006, 2009. 454 с.
- 12 Донець Л. І., Романенко Н. Г. Основи підприємництва: навч. посіб. Київ: ЦНЛ, 2006. 320 с.
- 13 Карлін М. І. Правові основи підприємництва: навч. посіб. Вид. 2-ге, випр. і допов. Київ: Кондор, 2006. 368 с.
- 14 Господарський кодекс України. *Законодавство України : веб-сайт*. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>.
- 15 Про господарські товариства: Закон України. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>.

16 Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю: Закон України. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>.

17 Про акціонерні товариства: Закон України. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>.

18 Про державну підтримку малого підприємництва: Закон України. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>.

19 Про захист економічної конкуренції: Закон України. *Законодавство України: веб-сайт*. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>.

20 Кабінет Міністрів України: веб-сайт. URL: [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua).

І. В. Токмакова, В. О. Овчиннікова, М. В. Корінь

ОСНОВИ БІЗНЕСУ

*Конспект лекцій*

Частина 1

Відповідальний за випуск Корінь М. В.

Редактор Буранова Н. В.

---

Підписано до друку 16.06.21 р.

Формат паперу 60x84 1/16. Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 3,5. Тираж 5. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Український державний університет  
залізничного транспорту,  
61050, Харків-50, майдан Фейєрбаха, 7.  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6100 від 21.03.2018 р.