

М. І. Кареба

АГРОБІЗНЕС ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО

Опорний конспект лекцій

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

М. І. Кареба

АГРОБІЗНЕС ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО

Опорний конспект лекцій

*для студентів денної та заочної форми навчання напрямку
підготовки 6.030601 «Менеджмент»*

МИКОЛАЇВ
2015

УДК 631.1:334.722
ББК 65.290+65.32
К 22

Автор : М. І. Кареба

Друкується за рішенням науково-методичної комісії факультету менеджменту Миколаївського національного аграрного університету, протокол № 8 від 28.04.2015 р.

Рецензенти:

О.Ю. Єрмаков – д-р екон. наук, професор кафедри економіки праці та розвитку сільських територій, Національний університет біоресурсів і природокористування України

А.В. Ключник – д-р екон. наук, доцент, завідувач кафедри світового с.г. та ЗЕД, Миколаївський національний аграрний університет

Кареба М. І.

К 22 Агробізнес та підприємництво : Опорний конспект лекцій /

М. І. Кареба — Миколаїв: МНАУ, 2015. — 79 с.

У курсі лекцій особлива увага приділяється вивченню теоретичних засад ринкових відносин у підприємстві та його соціально-економічні основи, організаційно-правові форми господарської діяльності в агробізнесі, а також питання культури бізнесу, прогнозування ринкового середовища, відкриття власної справи, розроблення засновницьких документів, бізнес-планів, державної реєстрації підприємницьких структур, обліку та податків, ризиків та страхування в підприємстві, визначення економічної ефективності роботи підприємств агробізнесу.

УДК 631.1:334.722
ББК 65.290+65.32

© Миколаївський національний аграрний університет, 2015
© Кареба М. І., 2015

ЗМІСТ

ВСТУП	7
МОДУЛЬ 1. ЗАГАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АГРОБІЗНЕСУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА	8
ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ РИНКОВИХ ВІДНОСИН ЯК ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА	8
1.1. Сутність підприємництва та його економічна основа.....	8
1.2. Особливості підприємницької діяльності в аграрному секторі.....	9
1.3. Ринок як механізм координації економічного вибору.....	10
1.4. Характеристика основних типів ринкових структур.....	11
1.5. Ринкова інфраструктура. Прибуток як винагорода за підприємництво.....	12
Контрольні питання.....	14
ТЕМА 2. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА АГРОБІЗНЕСУ	14
2.1. Характеристика розвитку, сутність та функції підприємницької діяльності.....	14
2.2. Економічна суть, особливості організації та розвитку підприємництва і бізнесу.....	15
2.3. Економічні та правові засади підприємництва.....	17
Контрольні питання.....	19
ТЕМА 3. ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ	19
3.1. Форми власності в агропромисловому комплексі України.....	19
3.2. Трансформування агроформувань у ефективні виробничі структури.....	21
3.3. Особливості господарювання на власних і орендованих землях.....	22
3.4. Організаційні та правові аспекти відносин орендарів і орендодавців.....	23
3.5. Реорганізація колективних сільськогосподарських підприємств, організація внутрішньогосподарських відносин.....	24
Контрольні питання.....	25
МОДУЛЬ 2. СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВІДКРИТТЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ НА СЕЛІ	26
ТЕМА 4. ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ НА СЕЛІ	26
4.1. Природа та критерії малих форм господарювання.....	26
4.2. Вживання і невдачі малих форм господарювання.....	27
4.3. Франчайзинг як різновид малого бізнесу та його роль у поєднанні переваг малого і великого бізнесу.....	28
4.4. Роль банківських установ у становленні малого бізнесу.....	30
Контрольні питання.....	31
ТЕМА 5. ОСОБЛИВОСТІ ЯКОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ ТА КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ	31

5.1. Особисті, суспільні інтереси, вибір і планування кар'єри в бізнесі.....	31
5.2. Якості підприємця, вміння ведення бізнесу і здатність ризикувати.....	32
5.3. Етика та культура підприємництва.....	33
Контрольні питання.....	34
ТЕМА 6. ВИВЧЕННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА В АГРОПРОМИСЛОВІЙ СФЕРІ СТРАХУВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ.....	34
6.1. Суть ринкового середовища в агропромисловій сфері.....	34
6.2. Вивчення та аналіз чинників внутрішнього та зовнішнього середовища.....	35
6.3. Діагностика та прогнозування ринкового середовища.....	37
Контрольні питання.....	37
ТЕМА 7. ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ НА СЕЛІ.....	38
7.1. Мотиваційна модель, етапи та складові підприємницької діяльності.....	38
7.2. Організаційно-підготовчі заходи та підготовка до реєстрації.....	40
7.3. Державна реєстрація фізичних та юридичних осіб підприємництва.....	40
7.4. Порядок формування статутного фонду та дозволи і погодження на початок роботи.....	44
7.5. Ліцензування підприємницької діяльності.....	45
7.6. Ліквідація та санація підприємницьких структур.....	46
Контрольні питання.....	48
ТЕМА 8. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ.....	48
8.1. Сутність, завдання та основне призначення бізнес-плану.....	48
8.2. Концепція, функції і мета бізнес-плану.....	49
8.3. Бізнес-аналіз — основна передумова планування в підприємстві.....	50
8.4. Чинники успіху у бізнесі.....	51
8.5. Технологія складання бізнес-плану. Структура бізнес-плану.....	52
8.6. Технологія складання фінансового плану.....	53
Контрольні питання.....	53
МОДУЛЬ 3. ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОЇ ТА КРЕДИТНОЇ СИСТЕМИ, РОЗВИТОК ВЗАЄМОВІДНОСИН ТА ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ.....	54
ТЕМА 9. ПОДАТКОВА ТА КРЕДИТНА СИСТЕМИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ.....	54
9.1. Система оподаткування малого та середнього бізнесу.....	55
9.2. Сутність обігу акцій, облігацій і векселів.....	58
9.3. Лізингове кредитування.....	59
9.4. Умови отримання та повернення кредитів та їх різновид.....	60
9.5. Кредитний договір. Спотові, форвардні і ф'ючерсні контракти.....	61
Контрольні питання.....	62
ТЕМА 10. РОЗВИТОК ВЗАЄМОВІДНОСИН ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ	

СТРУКТУР АГРОБІЗНЕСУ	63
10.1. Організація, форми матеріально-технічного забезпечення сілськогогосподарських підприємств.....	63
10.2. Організація, передумови розвитку, класифікація підсобних виробництв.....	66
10.3. Організація зберігання, перероблення та реалізації продукції сілськогогосподарських підприємств.....	67
Контрольні питання.....	69
ТЕМА 11. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ АГРОБІЗНЕСУ ТА ЙОГО ОЦІНЮВАННЯ	71
11.1. Критерій, методи і показники ефективності.....	71
11.2. Оцінювання фінансового стану сілськогогосподарського підприємства та його виробничо-фінансових результатів.....	72
Контрольні питання.....	76
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	77

Головна мета курсу «Агробізнес та підприємництво» - оволодіти комплексом знань і навичок у сфері підприємницької діяльності та організації і функціонування підприємств у сільськогосподарському виробництві України.

У курсі лекцій особлива увага приділяється вивченню теоретичних засад ринкових відносин у підприємстві та його соціально-економічні основи, організаційно-правові форми господарської діяльності в агробізнесі, а також питання культури бізнесу, прогнозування ринкового середовища, відкриття власної справи, розроблення засновницьких документів бізнес-планів, державної реєстрації підприємницьких структур, обліку та податків, ризиків та страхування в підприємстві, визначення економічної ефективності роботи підприємств агробізнесу.

Структура курсу лекцій - це система логічно пов'язаних між собою трьох частин. Теми першої частини присвячені розгляду загальних характеристик агробізнесу та підприємництва, другої – сутності, особливостям розвитку відкриття та функціонування власної справи на селі, третьої - особливостям обліку і звітності, розвитку взаємовідносин та економічна ефективність підприємницької діяльності в аграрній сфері. За темами висвітлюються вузлові питання, що допомагають студенту добре освоїти курс. Всі теми, що висвітлюються, завершуються контрольними питаннями, а в кінці курсу – списком використаних джерел, що дозволяє студенту розширити знання з курсу.

Послідовна робота з курсом лекцій дає можливість самостійно опанувати зміст дисципліни і стати повноцінним фахівцем з агробізнесу та підприємництва.

МОДУЛЬ 1.

ЗАГАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АГРОБІЗНЕСУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ ТЕОРЕТИЧНИХ АСПЕКТІВ РИНКОВИХ ВІДНОСИН ЯК ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

- 1.1. Сутність підприємництва та його економічна основа
- 1.2. Особливості підприємницької діяльності в аграрному секторі
- 1.3. Ринок як механізм координації економічного вибору
- 1.4. Характеристика основних типів ринкових структур
- 1.5. Ринкова інфраструктура. Прибуток як винагорода за підприємництво

1.1. Сутність підприємництва та його економічна основа

Підприємництво є категорією бізнесу. У господарській практиці категорії «підприємництво» і «бізнес» часто ототожнюють. Водночас це нетотожні, хоча й дуже близькі за значенням поняття. Згідно із словником Даля, «Бізнес — це справа... будь-який вид людської діяльності... з метою отримання прибутку». Отже, бізнес — поняття ширше, ніж підприємництво і охоплює всі відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки: підприємцями, споживачами, найманими працівниками та державою.

Законодавство України про підприємництво визначає загальні правові, економічні та соціальні засади здійснення підприємницької діяльності фізичними і юридичними особами на території України, гарантії свободи підприємництва та його державної підтримки.

Підприємництво, підприємницька діяльність — самостійна ініціатива, систематична, на власний ризик діяльність із виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг та заняття торгівлею з метою одержання прибутку.

У західних країнах підприємництво розглядається як особливий тип господарювання, в основі якого — пошук нових можливостей виробництва товарів і послуг на основі інновацій та уміння залучення ресурсів із найрізноманітніших джерел.

Підприємництво — це принципово новий тип господарювання, який базується на інноваційному поведженні власників підприємства, на умінні знаходити і використовувати ідеї, утілювати їх у конкретні підприємницькі проекти.

Віднесення підприємництва до економічної категорії ґрунтується на таких засадах:

1. Підприємництво є явищем, що відображує виробничі відносини. Визначення підприємництва як виду людської діяльності дає змогу встановити його місце в системі суспільних відносин: людина, як суб'єкт підприємництва, не може існувати поза суспільством і вступає у відповідні відносини з іншими людьми. Вирішальна роль належить економічним відносинам. Йдеться про матеріальні виробничі відносини, що складаються в процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання. Підприємництву як складовій виробничих

відносин притаманні такі ознаки: об'єктивність, системність, матеріальність, наявність протиріч.

2. Підприємництво є складним системним явищем, елементи якого розглядаються у діалектичній взаємодії та взаємозалежності.

3. Підприємництво як діяльність є складовою матеріальних відносин, а отже, об'єктивним і матеріальним явищем.

4. Підприємництво є також суб'єктивним, персоніфікованим явищем, пов'язаним з конкретною людиною-підприємцем.

5. Підприємництво є історичним явищем і зазнало в своєму розвитку значних змін.

6. Як кожне суспільне явище, підприємництво розглядається в загальному зв'язку і взаємозалежності, безперервному розвитку на основі боротьби протилежностей.

7. Філософією підприємництва є вільний індивідуалізм, основна риса якого — забезпечення розквіту за рахунок власних зусиль, але не суперечить інтересам суспільства.

8. Розвиток підприємництва передбачає раціоналізацію економіки, підвищення конкурентоспроможності, позбавлення від баласту ресурсів, що не використовуються або погано експлуатуються, більш повну реалізацію основного потенціалу суспільства-людини. З цієї причини підприємництво не може бути капіталістичним або соціалістичним. Воно — невід'ємний елемент бізнесу і розвивається тільки там, де у суспільстві стверджується вільна ринкова економіка і демократія.

Підприємництво не можна ідеалізувати — це важка, складна праця, яка не кожному під силу, до того ж за певних умов воно не виключає і експлуатацію. Проте внесок підприємництва у прогрес цивілізації величезний, на що слід зважати.

1.2. Особливості підприємницької діяльності в аграрному секторі

В аграрному секторі існує низка особливостей розвитку підприємництва. Широкому розвитку підприємництва в аграрній сфері України заважають певні складності. Вони виникають, зокрема, через брак достатніх грошових заощаджень (первинного капіталу) працівників сфери АПК — потенційних підприємців; мало об'єктної виробничої й обслуговуючої матеріально-технічної бази; належного правового захисту і певних юридичних гарантій підприємців з питань власності, розпорядження майном, отримання і розподілу доходів.

Нині ухвалено законодавчі акти, що сприяють розвитку підприємництва на селі. Проте законодавство тільки декларує правову основу розвитку підприємництва, встановлення його в економіку. Важливе значення мають також розроблення принципів підприємництва, визначення практичних шляхів його розвитку і підтримка з боку держави і суспільства та ін.

Основні принципи вільного розвитку аграрного підприємництва такі:

*використання різних форм власності, господарювання і розмірів підприємств;

* переважний розвиток малого підприємництва;

**збереження і раціональне використання наявної матеріально-технічної бази виробництва продовольства.*

З урахуванням здійснення цих принципів можливі й доцільні такі конкретні шляхи розвитку аграрного підприємництва:

* контрактне підприємництво на діючих і створених заново державних і колективних підприємствах;

* створення селянських (фермерських) господарств;

* розширення кількості й розмірів особистих підсобних господарств сільських жителів;

* розвиток агроцехів підприємств інших галузей народного господарства;

* розвиток агродільниць міських жителів;

* розвиток приватних агрофірм і приватно-орендних підприємств.

Агробізнес є формою підприємництва в аграрному секторі економіки країни. До агробізнесу залучаються всі виробничі та обслуговуючі сфери діяльності агропромислового комплексу.

1.3. Ринок як механізм координації економічного вибору

У ринковій економіці жодна особа, жодна організація не відповідають за вирішення економічних проблем, а фірми і споживачі взаємодіють у добровільному обміні, дії та наміри яких невидимо координуються системою цін і ринків.

Ринкова економіка — це налагоджений механізм об'єктивної координації людей, різних видів діяльності і фірм через систему цін і ринків. Як засіб зв'язку він дав змогу об'єднати знання та діяльність мільйонів індивідів.

Початково ринок означав місце, де продавали і купували товари. Сьогодні важливими ринками є різні види бірж світового значення.

Загалом ринок — це механізм, де покупці та продавці зустрічаються, щоб обмінювати речі. Ринок може бути централізованим (для акцій, облігацій чи пшениці) або децентралізованим (для будинків або старих автомобілів), або навіть електронним, як у разі багатьох фінансових активів та послуг. Вирішальною рисою є те, що він зводить покупців і продавців разом для визначення цін і кількості товарів.

У ринковій системі все має ціну, яка виражає цінність товару за допомогою грошей. *Ціни є мірилом, через яке люди і фірми добровільно обмінюють різні товари.* Більше того, ціни є сигналом для виробників і споживачів. Якщо споживачі бажають більше якогось товару — попит на них зростає. Ціни координують рішення виробників і споживачів на ринку. Вищі ціни призводять до зменшення споживання і стимулюють виробництво.

Глибокий аналіз структури ринкової економіки свідчить, що нею управляють дві сили — споживачі та технологія. Споживачі управляють через свої природжені або набуті смаки та уподобання, що виражається в їх голосуванні грошима, куди спрямовувати ресурси суспільства. Виробники вибирають точку на межі виробничих можливостей.

Однак наявні ресурси накладають обмеження на споживачів. Адже економіка не може вийти за межу виробничих можливостей. Ресурси економіки разом з науковими і технологічними можливостями обмежують сфери, куди споживачі можуть віддати свої «грошові» голоси. Таким чином, витрати виробництва і рішення фірми щодо пропозиції разом з попитом допомагають визначити, що виробляти.

В основу аналізу ринкової економіки покладено теорію попиту і пропозиції. Ця теорія показує, як уподобання покупця визначають попит на товари, тоді як витрати виробника є основою пропозиції товарів. У результаті попит і пропозиція приводяться у рівновагу зміною цін, або ціновим механізмом.

1.4. Характеристика основних типів ринкових структур

Умови взаємодії учасників та ціноутворення на ринках залежать від ринкової структури. Для визначення різних типів ринкових структур використовують терміни, утворені від слів грецького походження, що характеризують належність суб'єктів до однієї із двох сторін ринку — до продавців чи до покупців — *poleo* (продаю) і *psoneo* (купую) та їх кількість — *mono*(один), *oligos*(нечисленний) і *poly*(багато).

Комбінуючи їх, можна отримати найзагальнішу і просту класифікацію типів ринкових структур.

*** Досконала конкуренція**

Досконала конкуренція — це ознака ринку, на якому жодна з фірм чи жоден із споживачів недостатньо могутні, щоб впливати на ринкову ціну.

Модель досконалої конкуренції ґрунтується на певних умовах щодо організації ринку.

1) **Велика кількість покупців і продавців на ринку.** Це означає, що обсяги попиту і пропозиції навіть найбільших покупців і продавців дуже незначні щодо масштабів ринку.

2) **Однорідність продукції.** Це означає, що всі її одиниці абсолютно однакові в уявленні покупців і у них

немає можливості розпізнавати, ким саме вироблена та чи інша одиниця.

3) **Вільне входження на ринок і вихід з нього.** Це означає, що підприємства вільно

можуть почати виробництво певної продукції, продовжити чи припинити його, якщо вважатимуть за доцільне.

4) **Повна інформованість учасників ринку.** На цьому ґрунтується так званий **закон єдиної ціни**, згідно з яким на досконало конкурентному ринку всякий товар продається за єдиною ринковою ціною.

*** Монополія**

Протилежністю досконалої конкуренції є «чиста монополія» (від грец. *mono*— один, *poleo* — продаю).

Характерні ознаки цієї ринкової моделі такі:

- на ринку існує лише один продавець певного товару;
- відсутність абсолютних заміників;
- входження на ринок нових фірм блоковано;
- абсолютна поінформованість

*** Олігополія**

Термін «олігополія» (від грец. oligos — нечисленний і poleo — продаю) в європейську лексику запроваджений англійським гуманістом і державним діячем Томасом Мором у всесвітньо відомому романі «Утопія» (1516 р.).

Нині цей термін використовується економістами для позначення певного типу будови ринку, за якого пропозиція представлена невеликою кількістю порівняно великих підприємств — продавців однорідної продукції або близьких субститутів.

Характерні ознаки цієї моделі такі:

- незначна кількість продавців, яким протистоїть безліч дрібних покупців;
- продукт, який виробляють олігополісти, може бути як однорідним (стандартним), так і неоднорідним (диференційованим);
- можливості входження у галузь;
- загальна взаємозалежність поведінки фірм на олігополістичному ринку;
- насамперед олігополістичні ринки розрізняють за тим, як діють виробники: незалежно один від одного, на свій страх і ризик, або, навпаки, вони вступають у змову, яка може бути явною (відкритою) чи таємною (закритою). В першому випадку йдеться про некооперовану, в другому — про кооперовану олігополію.

*** Монополістична конкуренція**

Монополістична конкуренція — така ринкова структура, за якої багато продавців конкурують, щоб продати диференційований продукт на ринку, де можлива поява нових продуктів.

На ринку монополістичної конкуренції є умови для вільного входження і виходу. Оскільки виробники на цьому ринку — це типово невеликі за розміром фірми (в абсолютному і відносному значеннях), то ефект масштабу і необхідний капітал незначні. Типовим прикладом монополістичної конкуренції є ринки безалкогольних напоїв, кондитерських виробів, товарів побутової хімії, ліків.

1.5. Ринкова інфраструктура. Прибуток як винагорода за підприємництво

Сучасний ринок неможливий без розвиненої інфраструктури.

З економічної точки зору інфраструктура — це сукупність галузей і підприємств, зайнятих обслуговуванням суспільного виробництва. Існують виробнича і невиробнича (соціальна), а також ринкова інфраструктури.

Під **інфраструктурою ринку** розуміють систему державних, приватних і суспільних інститутів (організацій, установ), що обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин і забезпечують їхню ефективну взаємодію.

Основні функції ринкової інфраструктури полягають у тому, що:

- * вона через свої елементи здійснює правове й економічне консультування підприємців і захист їхніх інтересів у державних і приватних структурах;
- * забезпечує фінансову підтримку, кредитування, включаючи лізинг, аудит, страхування нових господарських формувань тощо;
- * сприяє матеріально-технічному забезпеченню і реалізації продукції підприємств;
- * регулює рух робочої сили;
- * створює необхідні умови для ділових контактів підприємців;
- * здійснює маркетингове, інформаційне та рекламне обслуговування та ін.

Основними елементами ринкової інфраструктури є банки і біржі.

Банки — це установи, функцією яких є кредитування суб'єктів господарської діяльності та громадян завдяки залученню коштів підприємства, установ, організацій, населення та інших кредитних ресурсів, касове та розрахункове обслуговування народного господарства, виконання валютних та інших банківських операцій.

Біржа — одна із форм функціонування оптового ринку з купівлі-продажу товарів. У класичному розумінні біржа — це, по-перше, місце, де регулярно в той самий час здійснюються торги певними товарами. По-друге, це об'єднання торговців або біржових посередників, які спільно оплачують витрати на організацію торгів, установлюють правила торгівлі, визначають санкції за порушення їх.

Прибуток - це кінцевий результат функціонування виробництва на рівні фірми є елементом взаємовідносин усіх учасників виробничого процесу.

В кожній фірмі прибуток виконує певні функції, основними з яких є:

- ◆ *інформаційна* — прибуток в умовах ринку визначає, що і в яких обсягах виробляти;
- ◆ *розподільна* — створення фондів грошових засобів, які забезпечують фінансування прийнятих до реалізації програм і стратегій, підтримання оптимальної структури капіталу, зведення до мінімуму ризику банкрутства;
- ◆ *стимулююча* — зниження витрат виробництва, впровадження інновацій і технічних удосконалень.

Розрізняють такі види прибутку:

- ◆ *економічний (чистий)* — це сума, що залишається після вирахування із загального доходу (виручки) фірми всіх витрат (зовнішніх і внутрішніх, включаючи в останні нормальний прибуток підприємця);
- ◆ *бухгалтерський* — частина доходу фірми, яка залишається від загальної виручки після відшкодування зовнішніх витрат, тобто плати за ресурси постачальника. Таке тлумачення пов'язане лише з явними витратами і не враховує внутрішні (неявні) витрати;
- ◆ *балансовий* — різниця між виручкою від реалізації продукції (доходом) і сумою матеріальних витрат, амортизації і заробітної плати. Іноді балансний

прибуток називають загальним прибутком, оскільки саме він є джерелом розподілу і використання коштів підприємства.

Важливо зазначити, що невизначеність, яка приносить економічний прибуток одним підприємствам, одночасно породжує збитки для інших. Однак постійна загроза збитку є таким самим потужним стимулом, як і бажання отримати прибуток.

Контрольні питання

1. Як ринковий механізм координує економічний вибір?
2. Розкрийте суть закону попиту та чинники, що впливають на зміну попиту.
3. Сформулюйте закон пропозиції та назвіть чинники, що впливають на його зміну.
4. Поясніть стан ринкової рівноваги.
5. Що покладено в основу визначення типів ринкових структур?
6. Які характерні ознаки олігополістичного ринку?
7. Чим відрізняється монополія від монополістичної конкуренції?
8. Які види банків входять до банківської системи України?
9. Які угоди укладають на товарних біржах?
10. Дайте визначення прибутку і назвіть його основні функції.

ТЕМА 2. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА АГРОБІЗНЕСУ

- 2.1. Характеристика розвитку, сутність та функції підприємницької діяльності
- 2.2. Економічна суть, особливості організації та розвитку підприємництва і бізнесу
- 2.3. Економічні та правові засади підприємництва

2.1. Характеристика розвитку, сутність та функції підприємницької діяльності

Поняття «підприємництво» вперше ввів у науковий обіг англійський учений Річард Кантільон (1680 - 1734). Він розглядав його як особливу економічну функцію, важливою рисою якої є ризик.

Повнішу характеристику підприємництва наводять у своїх працях американський економіст *Йозеф Шумпетер* (1883— 1950) та англійський — *Фрідріх Хаск* (1899 — 1992). На думку Й. Шумпетера, зміст підприємництва розкривається в його функціях:

- реформування і докорінна перебудова виробництва через впровадження нових видів техніки і технологій, створення нових товарів, освоєння нових ринків, джерел сировини;
- застосування нових розробок, маркетингу тощо. Використання функцій підприємництва залежить від господарсько-політичного середовища, яке визначає його можливості, види, мотивацію.

Французький теоретик постіндустріального суспільства *Раймон Арон* (1905 — 1983) стверджував, що притаманне такому суспільству раціоналізаторство

супроводжуватиме дух науковості, прогресу, раціонального управління, економічного розвитку та демократії.

Враховуючи це, а також характеристику підприємництва Й. Шумпетером та іншими економістами, можна виділити такі найважливіші його функції:

- новаторська;
- організаційна;
- господарська;
- соціальна;
- особистіша.

Новаторська функція — сприяння процесу продукування нових ідей (технічних, організаційних, управлінських тощо), здійснення дослідно-конструкторських розробок, створення нових товарів і надання нових послуг тощо.

Організаційна функція — впровадження нових форм і методів організації виробництва, нових форм заробітної плати та їх оптимальне поєднання з традиційними; раціональне поєднання форм одиничного поділу праці, основних елементів системи продуктивних сил та контроль за їх виконанням.

Господарська функція — найефективніше використання трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних та інформаційних ресурсів.

Соціальна функція — виготовлення товарів і послуг, необхідних суспільству, відповідно до основної мети, вимог дії основного економічного закону.

Особистісна функція — самореалізація власної мети підприємця, отримання задоволення від своєї роботи.

За всебічною характеристикою основних функцій підприємництва можна дати комплексне визначення його сучасної сутності. Підприємництво — самостійна організаційно-господарська новаторська діяльність на основі використання наявних можливостей для випуску нових товарів або послуг, відкриття нових джерел сировини, ринків збуту тощо з метою отримання прибутку та самореалізації власної мети.

2.2. Економічна суть, особливості організації та розвитку підприємництва і бізнесу

Економіка кожного суспільства є сукупністю різних видів діяльності, результатом якої є створення матеріальних благ та їх рух до споживача. Ця діяльність здійснюється на основі взаємодії продуктивних сил і виробничих відносин, що характеризуються їх взаємопроникненням і взаємовираженням.

Бізнес — діяльність, яка історично виникла в процесі розвитку суспільства.

Бізнес - це діяльність, спрямована на отримання прибутку створенням та реалізацією продукції чи послуг

Бізнесмен — це володар капіталу, який є в обігу і дає прибуток. Бізнесменом може бути просто ділова людина, яка ніким не управляє, а менеджер обов'язково обіймає керівну посаду й управляє будь-яким об'єктом, має підлеглих.

Підприємець — це людина, яка починає нову справу, здійснює бізнес, реалізує певні нововведення і вкладає свої кошти у нову справу, бере на себе особистий ризик.

Межі впливу бізнесу на процес економічного розвитку визначають об'єктивні умови, які залежать від економічної системи, де функціонує бізнес.

Функції бізнесу. Вперше в теорію бізнесу поняття «функції бізнесу», як і «модель бізнесу», ввів англійський економіст Алан Хоскінг. Під функціями бізнесу він розумів здійснення діяльності з виробництва й обмінних операцій між підприємцем та іншими елементами господарського середовища. Виходячи з цього, бізнес передбачає такі функції:

◆*ведення фінансів і обліку* — накопичення капіталу завдяки засобам інвесторів і кредиторів; накопичення доходів від продажу; управління використанням капіталу і доходів у межах і поза бізнесом;

◆*кадрова* — добір і наймання на роботу відповідно до потреб бізнесу, вирішення всіх питань щодо використання трудових ресурсів;

◆*матеріально-технічне постачання* — придбання сировини, машин і обладнання та інші поставки, необхідні для господарської діяльності;

◆*виробнича* — перетворення сировини та інших поставок у такий вид продукції, який придатний для продажу клієнтам підприємства;

◆*маркетинг* — визначення потреб споживачів і управління процесом обміну між підприємством і його контрагентами.

До перелічених функцій можна віднести:

а) *підтримку підприємства*. Поширення підприємницьких ідей, ініціативи і досвіду управління, що є функцією менеджменту;

б) *науково-дослідні і проектні роботи*. Діяльність з розробки і реалізації нових технологічних процесів або нової продукції для поліпшення підприємництва, підвищення ефективності, розширення пропозиції нової продукції;

в) *зв'язки з громадськістю* (так званий «паблікрелейшлз»). Управління відносинами між підприємством і громадськими структурами або засобами масової інформації.

Елементами системи бізнесу є підприємницький, споживчий, трудовий та державний бізнес.

Підприємницький бізнес — один з найдинамічніших видів бізнесу. Його суб'єктами виступають як фізичні, так і юридичні особи. Їх діловий інтерес — отримання прибутку (доходу) — реалізується через виробництво і продаж продукції (виконання робіт, надання послуг). Звідси підприємницький бізнес поділяють на виробниче, комерційне і фінансове підприємництво.

Споживчий бізнес є масовим явищем у ринкових відносинах, оскільки він, здійснюється всіма громадянами, на противагу підприємницькому бізнесу, відображує загальну участь людей у системі ділових відносин, показує зацікавленість людей у кінцевих результатах виробництва, є одночасно і силою, яка врівноважує та стимулює підприємницький бізнес, примушуючи підприємців не тільки враховувати запити споживачів, а й сприймати їх як партнерів з ділових зв'язків, учасниками споживчого бізнесу виступають і

підприємці — як споживачі продукції інших фірм. Це є важливим чинником, який збалансовує підприємницькі інтереси кожного з ділових людей. Основою споживчого бізнесу є *приватна власність на предмети споживання*.

Трудовий бізнес — це бізнес громадян, які працюють за наймом. Як і споживачі, вони є не пасивною стороною в угодах з підприємцями, а рівноправними учасниками відносин з ними. Діловий інтерес найманих працівників (отримання доходів) реалізується працею у підприємницькій фірмі на контрактній або іншій основі. Якщо для підприємців виграшем в угодах є остаточний дохід фірми після збуту продукції, то для найманих працівників — особистий дохід, який вони отримують за виконання своїх посадових обов'язків. Основою трудового бізнесу є *приватна власність на робочу силу*.

Державний бізнес здійснюють державні органи, які також безпосередньо виходять на ринок з діловими пропозиціями. При цьому вони є рівноправними партнерами інших учасників ділових відносин. Проте діловий інтерес держави не може відрізнитися від ділових інтересів інших суб'єктів. Основою ділового інтересу держави є потреба у здійсненні пріоритетних загальнодержавних науково-технічних, науково-виробничих (зазвичай наукових капіталомістких) та інших програм, здатних принести користь державі і його громадянам.

Принцип взаємної вигоди сторін за такими угодами: підприємницькі фірми стимулюються державою для участі у цих програмах, бо сама держава не має змоги реалізувати їх. Основою державного бізнесу є *державна власність на засоби виробництва, інформацію, продукцію інтелектуальної праці, цінні папери, грошові фонди*.

Створення власної справи — завжди величезний ризик і подолання труднощів, які обов'язково виникають при народженні нового. Створюючи власну справу, бізнесмен-початківець повинен розуміти, що він не тільки користуватиметься благами, які обіцяють ці починання, а й нести відповідальність за їх розвиток. Важливо визначити стратегію своєї справи, бачити перспективу її розвитку.

2.3. Економічні та правові засади підприємництва

Для характеристики умов підприємницької діяльності використовують поняття «підприємницьке середовище» та «інфраструктура» підприємництва. У найзагальнішому плані підприємницьке середовище, його основні характерні складові зумовлюються економічною системою кожної держави.

Основні ознаки підприємницького середовища: наявність різних економічних і юридично однакових форм власності та господарювання; економічна незалежність підприємців; еквівалентність обміну продуктів праці; економічна свобода і самостійність у господарській діяльності; конкуренція товаровиробників.

Характеризуючи підприємницьке середовище, низка авторів обмежуються ринком як сферою діяльності. Такий підхід зумовлює змішування понять «бізнес» і «підприємництво». Тому для розвитку підприємництва в перехідних економіках вони вважають за достатнє сформувати ринкову інфраструктуру в

складі системи фінансового обслуговування (фінанси, кредит, банки, страхування, податки) та забезпечити її функціонування (біржі праці, системи комунікації, консалтингові та аудиторські компанії тощо).

Право, реалізоване в законах, нормах і правилах, організовує, регламентує діяльність і ділові зв'язки суб'єктів бізнесу.

Таким чином, у правовому середовищі можна виділити мобільну й інституційну інфраструктури, а також сукупність документів, прийнятих у суспільстві, на різних рівнях його організації.

Правила і норми можуть мати заборонний і дозвільний характер.

У межах законного бізнесу існують взаємні гарантії дотримання інтересів суб'єктів ділових відносин, за межами законного бізнесу такі гарантії відсутні.

Законний бізнес ґрунтується на визнанні потреби у врахуванні інтересів усіх різноманітних суб'єктів економіки. При цьому гарантіями врахування інтересів різних сторін виступають правила і норми права. Порушення законів призводить до обмеження інтересів сторін і тому передбачає ступінь відповідальності.

Матеріальну основу підприємницької діяльності становить власність. Як економічна категорія власність — це відносини між людьми щодо привласнення різних об'єктів власності.

Відповідно до ст. 2 Закону України «Про підприємництво» суб'єктами підприємницької діяльності (підприємцями) можуть бути:

◆ громадяни України, інших держав, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності;

◆ юридичні особи всіх форм власності, встановлених Законом України «Про власність».

Не мають права займатися підприємницькою діяльністю такі категорії громадян: військовослужбовці, посадові особи органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, господарського суду, державного нотаріату, а також органів державної влади й управління, які покликані здійснювати контроль за діяльністю підприємств.

Однією з основних умов здійснення підприємницької діяльності є **державна реєстрація** підприємництва.

Свідоцтво про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності та копія документа, що підтверджує взяття його на облік у державному податковому органі, є підставою для відкриття рахунків у будь-яких банках України та інших держав за вибором суб'єкта підприємницької діяльності і за згодою цих банків у порядку, що встановлюється Національним банком України.

Гарантії прав суб'єктів підприємницької діяльності поділяють на *загальні* та *майнові*. Загальні гарантії полягають у тому, що держава гарантує всім підприємцям, незалежно від обраних ними організаційних форм підприємницької діяльності, однакові права і створює рівні можливості для доступу до матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних,

природних та інших ресурсів. Забезпечення матеріально-технічними та іншими ресурсами, що централізовано розподіляються державою, здійснюється тільки за умови виконання підприємцем робіт і поставок для державних потреб.

Державна підтримка підприємництва є важливим чинником його активізації в умовах побудови ринкової економіки. З метою створення сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку підприємництва держава надає земельні ділянки, передає підприємцю державне майно (виробничі та нежитлові приміщення, законсервовані й недобудовані об'єкти та споруди, не використовуване устаткування), необхідні для здійснення підприємницької діяльності. За допомогою економічних важелів (цільових субсидій, податкових пільг тощо) держава стимулює модернізацію технології, інноваційну діяльність, освоєння нових видів продукції і послуг. Відповідно до чинного законодавства державні органи і посадові особи можуть давати підприємцям вказівки тільки відповідно до своєї компетенції, встановленої законодавством.

Контрольні питання

1. Як змінювалися погляди економістів щодо поняття «підприємництво»?
2. Дайте характеристику основних функцій та завдань підприємництва, розкрийте їхній зміст.
3. Яка стратегія і тактика бізнесу?
4. Що ви відносите до рушійних сил бізнесу? Назвіть їх.
5. Яка відмінність між підприємництвом і бізнесом?
6. Розкрийте зміст підприємницького, споживчого, трудового та державного бізнесу.
7. Які ознаки підприємницького середовища?

ТЕМА 3. ОСНОВНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ

- 3.1. Форми власності в агропромисловому комплексі України
- 3.2. Трансформування агроформувань у ефективні виробничі структури
- 3.3. Особливості господарювання на власних і орендованих землях
- 3.4. Організаційні та правові аспекти відносин орендарів і орендодавців
- 3.5. Реорганізація колективних сільськогосподарських підприємств, організація внутрішньогосподарських відносин

3.1. Форми власності в агропромисловому комплексі України

Власність складається з сукупності економічних, правових, політичних, соціальних і психологічних відносин. В агропромисловому комплексі тривалий час основою виробничих відносин була суспільна власність — державна і колгоспно-колективна. З переходом до ринкових відносин формується приватна власність на землю та інші засоби виробництва.

У сільському господарстві відповідно до Земельного кодексу України земля може перебувати у приватній, комунальній та державній власності. Право власності на землю набувається та реалізується на підставі Конституції України, Земельного кодексу та інших законів, що видаються відповідно до них.

Суб'єктами права власності на землю є громадяни та юридичні особи — на землі приватної власності; територіальні громади — на землі комунальної власності; держава—на землі державної власності.

Щодо конкретного сільськогосподарського підприємства суб'єктами власності є:

- ◆працівники підприємства на момент ухвалення загальними зборами рішення про паювання майна;

- ◆пенсіонери господарства незалежно від їхнього віку;

- ◆тимчасово відсутні члени підприємства (призвані на військову службу, направлені на навчання, особи, які перебувають у тривалому відрядженні, зберігають членство в певному господарстві);

- ◆колишні члени господарства, які отримали землю, але не мають майнових паїв;

- ◆особи, звільнені за скорочення штатів, але не більше ніж два роки після звільнення;

- ◆особи, які мають право повернутися на колишнє місце роботи згідно з чинним законодавством;

- ◆особи, які стали інвалідами, працюючи на певному підприємстві, і нині не працюють;

- ◆спадкоємці членів колективних господарств, які мають право на майновий пай.

Основна причина реформування державної та колгоспно-кооперативної власності полягає у відсутності зацікавленості працівників у результатах своєї праці. Колективні та державні інтереси не збігалися з інтересами робітників, які не мали відношення ні до власності на землю і майно, ні до отриманої продукції та прибутків.

Водночас вітчизняний і зарубіжний досвід переконливо засвідчує високу ефективність сільськогосподарського виробництва, яке ґрунтується на приватній власності.

Основні напрями посилення приватної власності на землю і майно такі:

- ◆завершення закріплення на правовій основі за працівниками і пенсіонерами земельних і майнових паїв;

- ◆визнання земельної частки (паю), майнової частки власністю члену колективу з усіма правами їх використання і розпорядження;

- ◆визнання права вільного виходу кожного члена з агроформування зі своєю земельною та майновою часткою (паєм); виділення майна в натурі у разі виходу зі складу господарства;

- ◆створення різних господарських формувань на основі приватної власності на земельну та майнову частку (пай) — індивідуальних, колективних на принципах кооперації власників;

- ◆утвердження права передавати земельну ділянку і майно в оренду в розмірі частки (паю) основних фондів;

- ◆розвиток сільськогосподарських підприємств на принципах колективної організації праці, поглиблення спеціалізації, кооперації, інтеграції, диверсифікації та концентрації виробництва, що ґрунтуються на добровільному об'єднанні земельних та майнових паїв товаровиробників — власників;

- ◆розвиток фермерських господарств на принципах раціональної концентрації та спеціалізації, що ґрунтуються як на приватній власності, так і на орендованих земельних ділянках і майні;

- ◆розвиток особистих господарств населення на основі розширення виробництва завдяки власності на земельний пай.

Такий різносторонній порядок утвердження приватної власності сприяє розвитку індивідуального виробництва, добровільному об'єднанню власників для збереження цілісності великих товарних господарств.

3.2. Трансформування агроформувань у ефективні виробничі структури

Як в плановій, так і в ринковій економіці основою ефективного ведення сільськогосподарського виробництва є раціональна його організація.

Приватна власність на землю та інші засоби виробництва зумовила два напрями використання їх — індивідуальне чи спільне з іншими власниками на принципах кооперації, колективної організації праці та виробництва.

При цьому, як показав досвід реформування агропромислового комплексу, колективна організація виробництва і праці на основі спільного використання приватної власності залишається основним напрямом організаційної структури сільськогосподарських підприємств.

Сільськогосподарські підприємства можуть трансформуватися та удосконалюватися з дотриманням таких вимог:

- ◆ добровільність членів підприємства у прийнятті рішення про трансформацію, термін її проведення, вибір форм нових формувань, організаційно-методичних засад реструктуризації;

- ◆підтримання колективних та індивідуальних інтересів усіх власників земельних і майнових паїв;

- ◆врахування пропозицій членів підприємства щодо організації здійснення трансформації, вільний доступ їх до всіх матеріалів, пов'язаних з приватизацією і реформуванням господарств.

Трансформування сільськогосподарських підприємств — процес тривалий і потребує:

- ◆ систематичної інвентаризації майна підприємства, всіх його активів та пасивів, у разі потреби — переоцінення або уточнення вартості майна;

- ◆обліку пайового фонду та індивідуальних майнових паїв членів підприємства;

- ◆видачі майна в натурі у разі виходу осіб зі складу сільськогосподарських підприємств;

- ◆забезпечення державними актами на право приватної власності на землю;

- ◆створення передумов для формування нових економічних приватних агроформувань;

- ◆розподілення майна і землі між новими господарюючими суб'єктами у разі поділу господарства та створення на його основі двох чи більше юридичних осіб або економічно самостійних підрозділів;

- ◆розроблення установчих документів підприємств, створених унаслідок реструктуризації, та реєстрації нових юридичних осіб, або трансформації економічно-самостійних підрозділів;

- ◆проведення серед членів підприємства інформаційно-роз'яснювальної роботи з питань щодо трансформації;

- ◆кадрово-управлінське забезпечення реструктуризації.

У процесі трансформування на основі діючих підприємств можуть створюватися одне чи більше товариств з обмеженою відповідальністю (ТОВ), фермерські господарства, кооперативи, приватно-орендні підприємства, інші організаційно-правові форми. Зазвичай у таких агроформуваннях менше людей, управління здійснюється ефективніше, робота дає ліпші результати.

Трансформування в підприємницькій структурі може здійснюватися зі збереженням цілісності підприємств як єдиного господарського (земельно-майнового) комплексу або зі створенням на його основі двох або більше господарств- правонаступників.

Обґрунтування необхідності збереження цілісності підприємства має містити ризики та їхні наслідки, які можуть бути під час поділу підприємства. Якщо реструктуризація здійснюється без поділу підприємства, то створюється одна юридична особа — правонаступник.

Трансформаційні зміни у формах господарювання, як показують дослідження, поки не супроводжуються зміцненням матеріально-технічної бази, фінансовою стабілізацією, створенням умов для розширеного відтворення та інтенсифікації виробництва. За такого стану першочергове значення має інноваційна спрямованість інтенсифікації.

Участь агроформувань в інтеграційних процесах має відбуватися в напрямі створення агропромислових виробництв на рівні підприємств, об'єднань, агропромислово-фінансових груп, вертикальних інтегрованих структур — галузевих, господарських товариств, спілок, асоціацій тощо.

Заслугове на увагу створення з метою залучення інвестицій, пришвидшення оновлення матеріально-технічної бази, поглиблення перероблення сільськогосподарської продукції та вирішення соціальних проблем села агропромислових холдингів. Участь сільськогосподарських товаровиробників у такому типі інтегрованих формувань потребує державного підтримання в напрямі збереження власності селян і створення умов співпраці на принципах однакової окупності капіталу, включаючи землю, що, як показує досвід, не забезпечується.

3.3. Особливості господарювання на власних і орендованих землях

Отримання громадянином України державного акта на правоприватної власності на землю засвідчує його перехід до нового статусу — статусу власника конкретної земельної ділянки.

Статус землевласника дає селянинові право повного розпоряджання земельною ділянкою за власним розсудом, але згідно з чинним законодавством. Цей статус зменшує залежність селянина від первинності господарства та забезпечує підвищення рівня його доходів.

Власники земельних ділянок можуть добровільно створювати на основі належних їм земельних ділянок спільні сільськогосподарські підприємства, асоціації, спілки, акціонерні товариства, інші кооперативні підприємства організації, передавати ці ділянки у спадщину, дарувати, обмінювати, віддавати під заставу, здавати в оренду, продавати громадянам України без зміни цільового призначення земельних ділянок.

Власники та користувачі земельних угідь несуть відповідальність за:

- ◆ ефективне використання землі відповідно до цільового призначення та проекту внутрішньогосподарського землеустрою;
- ◆ використання природоохоронних технологій виробництва;
- ◆ погіршення екологічної обстановки внаслідок своєї господарської діяльності.

Власник і користувач земельних угідь має здійснювати комплекс заходів щодо охорони земель; раціональної організації території; збереження і підвищення родючості ґрунтів, а також інших властивостей землі; захисту земель від водної й вітрової ерозій, селів, підтоплення, засолення, забруднення відходами виробництва та від інших процесів руйнування; дотримання прав інших землевласників, землекористувачів, у тому числі орендарів.

Згідно із Земельним кодексом України земельні ділянки можуть передаватися в оренду громадянам та юридичним особам України, іноземним громадянам і особам без громадянства, іноземним юридичним особам, міжнародним об'єднанням і організаціям, а також іноземним державам. За згодою орендодавця орендована земельна ділянка або її частина може передаватися в суборенду. Орендодавцями земельних ділянок є їхні власники або уповноважені ними особи. Численність власників означає, що є всі можливості для розвитку справжніх орендних відносин. Нині практикується передавання земельних ділянок і земельних часток (паїв) разом з майновими паями своєму підприємству, фермерським господарствам та ін. Земельні ділянки використовують для організації та розширення фермерських господарств, інших господарських формувань. У разі передавання в оренду земельного паю сільськогосподарському підприємству чи приватному підприємцю його власник зобов'язує тим самим орендаря (керівника) значно ефективніше використовувати землю, за яку треба сплачувати орендну плату.

3.4. Організаційні та правові аспекти відносин орендарів і орендодавців

Оренда заснована на договорі про строкове платне володіння і користування землею та майном, які необхідні орендареві для здійснення підприємницької та іншої діяльності.

Оренда — це отримання на певний період прав володіння майном, землею та іншими засобами виробництва, за допомогою яких здійснюється підприємницька діяльність.

Передані в оренду майно та земля залишаються власністю орендодавця.

Орендар володіє і користується орендованими землею та майном, уся вироблена продукція є його власністю, якою він вільно розпоряджається.

Частина продукції може переходити у власність орендодавця як орендна плата.

Правове регулювання оренди землі здійснюється відповідно до Закону України «Про оренду землі» від 06.10.98 р. та постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження порядку державної реєстрації договорів оренди землі». У цих документах визначено конкретний механізм набуття, реалізації і припинення права на оренду земельної ділянки.

Взаємовідносини між орендарями і орендодавцями регулюється відповідними договорами, де передбачаються такі істотні умови:

- 1)об'єкт оренди;
- 2)термін договору оренди;
- 3)орендна плата (розмір, форма платежу, термін і порядок внесення та перегляду);
- 4)цільове призначення, умови використання і збереження властивостей землі;
- 5)умови повернення земельної ділянки орендодавцеві;
- б)існуючі обмеження й обтяження щодо використання земельної ділянки.

Основним в орендних відносинах слід вважати спонукальні мотиви сторін.

Обидві сторони зацікавлені в отриманні якнайбільшого зиску з оренди землі:

орендодавець — в якомога вищій орендній платі зі збереженням при цьому якості земельної ділянки;

орендар — у максимальному врожаї впродовж тривалого періоду.

Зазвичай нині договори оренди укладають на термін до п'яти років. В інтересах сільськогосподарського виробництва бажаною була б довготермінова оренда — не менше від десяти років.

Орендні відносини розвиватимуться і поглиблюватимуться, сприятимуть найповнішому використанню земельних ресурсів, а отже, підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва загалом.

Організаційними структурами щодо раціонального використання техніки для індивідуальних господарств можуть бути товариства зі спільного використання сільськогосподарської техніки. Можуть організовуватися та успішно функціонувати також фермерські механізовані кооперативи за умови підтримання їх наданням механізованих послуг фермерам. Як засвідчив світовий досвід, позитивно зарекомендували себе прокат і оренда сільськогосподарської техніки під час обслуговування фермерів.

Подальший розвиток орендних відносин має відбуватися на основі вдосконалення правовідносин щодо оренди земель, техніки, споруд і загалом основних засобів, підвищення ефективності використання їх. Орендні відносини мають стати складовою соціального захисту селян.

3.5. Реорганізація колективних сільськогосподарських підприємств, організація внутрішньогосподарських відносин

На ефективність сільськогосподарського виробництва впливають підприємства суспільного сектора.

Суспільний сектор представлено колективними підприємствами з різними видами використання приватної власності у вигляді земельних і майнових паїв.

У реформованих господарствах, заснованих на приватній власності, реструктуризація підрозділів має забезпечити відповідність:

- ◆ економічного і юридичного статусів — новим відносинам власності;
- ◆ організаційної будови — вимогам економічної самостійності * та самоврядування, враховуючи інтереси власників;
- ◆ техніко-технологічного вдосконалення — вимогам підприємництва, самоокупності та самофінансування.

Важливим етапом має бути оцінювання і вдосконалення організаційно-технологічних складових як підприємства загалом, так і його підрозділів.

Критерії оцінки — окупність капіталу, враховуючи землю, забезпечення високої матеріальної зацікавленості власників.

Оцінювання передбачає:

- ◆ об'єднання галузей, спеціалізацію і концентрацію;
- ◆ структуру посівних площ і сівозмін;
- ◆ кількість і співвідношення продуктивної худоби;
- ◆ склад і структуру виробничого потенціалу.

Під час реструктуризації виробництва особливу увагу приділяють горизонтальній і вертикальній кооперації та інтеграції.

Організаційно-економічні відносини між внутрішньогосподарськими структурами можуть регулюватися за трьома основними напрямками:

- ◆ на основі двосторонніх договорів;
- ◆ єдиним колективним органом, якому власники делегують повноваження;
- ◆ змішано.

У реформованих підприємствах, заснованих на приватній власності, мають утвердитися такі принципи управління:

- ◆ управління власністю на рівні підприємства;
- ◆ оперативне управління виробництвом на рівні первинних підрозділів;
- ◆ оперативне управління виробництвом на рівні первинних підрозділів — колективів власників;
- ◆ забезпечення централізації функцій, загальних для всіх колективів власників первинних підрозділів;

◆ центральний апарат управління має виконувати функції регулювання внутрішньогосподарськими зв'язками, зокрема відносинами з власниками, здійснювати зовнішньоекономічні зв'язки переважно маркетингового напрямку.

Удосконалення організаційно-галузевої, техніко-технологічної, управлінської систем має забезпечити зростання урожайності сільськогосподарських культур, продуктивності тваринництва, підвищення ефективності використання фондів і ресурсів, рентабельності й конкурентоспроможності. Тобто мають бути створені умови для інтенсифікації виробництва. Водночас має бути економічний механізм, що регулює взаємовідносини власників, які бажають спільно використовувати землю і засоби виробництва.

Це насамперед колективи власників з повним правом на землю та інші засоби виробництва, а саме агроформування.

Товарно-грошові відносини можуть бути перенесені на мікрорівень, безпосередньо в колективи первинних структур, які також орієнтовані на ринок й отримання прибутку. Колективи власників-товаровиробників повинні послідовно сплачувати платежі і податки, мати можливість отримувати позики, кредити і нести відповідальність за їхнє повернення, брати участь у формуванні й розподіленні прибутку і фондів.

Контрольні питання

1. Схарактеризуйте приватну, державну та комунальну власність.
2. Які перспективні форми сучасних сільськогосподарських підприємств
3. Назвіть чинники спеціалізації та оптимального об'єднання галузей у посиленні підприємницької діяльності агроформувань.
4. Які принципи кооперації та інтеграції використовуються сучасними сільськогосподарськими підприємствами?
5. Розкрийте організаційні та правові аспекти відносин орендарів і орендодавців.

МОДУЛЬ 2.

СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ВІДКРИТТЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ НА СЕЛІ

ТЕМА 4. ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ НА СЕЛІ

- 4.1. Природа та критерії малих форм господарювання
- 4.2. Вживання і невдачі малих форм господарювання
- 4.3. Франчайзинг як різновид малого бізнесу та його роль у поєднанні переваг малого і великого бізнесу
- 4.4. Роль банківських установ у становленні малого бізнесу

4.1. Природа та критерії малих форм господарювання

Ми звикли до широкомасштабного виробництва товарної продукції за великих ринків збуту, і воно об'єктивно потребує промислових технологій, дає ефект за середніх і великих розмірів виробництва. Проте настільки ж закономірно мають «право на життя» малі форми господарювання.

В законі, зазначається, що **мала фірма** — це таке підприємство, яке існує і функціонує незалежно, його власник незалежний від інших суб'єктів підприємництва, воно не домінує в своїй галузі бізнесу.

Успіх малих підприємств є завдяки наступним факторам:

* успішно конкурують з великими і доповнюють їх, оскільки швидше реагують на зміни ринку;

* найбільше наближені до споживачів, а інколи й утримують нижчі ціни;

* підтримують великий бізнес у постачанні комплектуючих та наданні деяких послуг і забезпечують їм канали збуту.

*є знаходження ринку, на якому бути малим — перевага, а не недолік.

Переваги малим формам підприємництва забезпечується, а саме: розмір ринку; інновації і зміни; особистий контакт; неоднаковий доступ до ресурсів; відсутність ефекту масштабу; проблеми внутрішньогосподарської спеціалізації; державне регулювання.

У малому бізнесі крім розмірів є ще й інші критерії та характерні особливості.

- Менеджер (власник) у малих фірмах незалежний і звітує тільки перед самим собою.
- Здебільшого малі фірми належать одній особі (сім'ї), а також можуть бути організованими за принципом товариства (партнерства).
- Зазвичай фермер є менеджером, фінансистом, технологом і власником.
- Ця форма підприємництва дуже важлива для пенсіонерів, інвалідів, вдів та інших верств населення, які не можуть знайти роботу, яка б їх задовольняла, і бажують працювати вдома.

Щоб розібратися з суттю малого бізнесу, його критеріями, слід насамперед правильно оцінити можливості для цієї форми підприємництва, виходячи із реальних умов і конкурентних обставин. Методика започаткування власної справи має такий вигляд: «визначення ринку — фінансування — функціонування». Ця проста на перший погляд методика має практичне значення і за умов реформування відносин власності на селі та формування підприємств ринкового типу.

4.2. Вививання і невдачі малих форм господарювання

Коефіцієнт банкрутства серед малих фірм досить високий. Ділові невдачі мають різний характер та причини що спричинять вибування тисяч фірм з бізнесу.

Можна виділити основні причини які сприяють краху підприємства :

*основним є поганий менеджмент;

* було помилкою починати бізнес, який не мав шансу на успіх;

- * самі по собі життєздатні, однак, зазнають краху тому, що люди, які очолюють фірму, не мають відповідних досвіду або кваліфікації;
- * підприємець робить усе правильно, проте в перший рік існування бізнесу припускає якоїсь фатальної помилки (не зміг мобілізувати достатній капітал, інші скаржаться на конкуренцію, погані умови позички, економічний спад, невдале місце розташування тощо).

З'ясуємо тепер конкретніше що ж таке малий бізнес і як вести його правильно.

- 1) Чи є Ви тією особою, якій варто було б взагалі займатися бізнесом?
- 2) Яким бізнесом вам зайнятися?
- 3) Купувати фірму чи самому організувати свою справу?
- 4) Скільки платити?
- 5) Чи варто купувати цю фірму?
- 6) Початок бізнесу.
- 7) Керівництво бізнесом.

4.3. Франчайзинг як різновид малого бізнесу та його роль у поєднанні переваг малого і великого бізнесу

Франчайзинг — система угод, за якими власник торгової марки, торгового імені чи авторських прав (*франчайзер*) дозволяє іншій фірмі (*франчазі*) використовувати їх за певних умов.

Популярності франчайзингу у всьому світі сприяє переважно те, що *він поєднує перевагу малого і великого бізнесу*. В діловому світі його ще називають королем малого бізнесу.

У цивілізованому світі став популярним вид франчайзингу, який називають *офіційним*. Франчайзинг — це і один із шляхів зростання для малих фірм.

3 точки зору франчайзодавця перевагами цього бізнесу є:

1) **добування капіталу.** Франчайзинг — шлях добування капіталу для розширення бізнесу. Деякий капітал надходить до материнської компанії через внесок, який сплачується за отримання права франчайзингу. Більше того, дочірня фірма здійснює витрати, пов'язані з відкриттям справи;

2) **економія за рахунок масштабів (ефект масштабу).** Франчайзинг робить можливим досягнення економії за рахунок масштабів і здійснення виробництва сировини і матеріалів, якими материнська компанія (франчайзер) забезпечує дочірні (франчазі).

3) **мотивація.** Власники місцевого франчайзингу часто працюють старанніше і є більш мотивованими, ніж менеджери філій;

4) **здатність реагувати.** Франчазі можуть швидше реагувати на місцеві умови і залучати до бізнесу місцеве населення;

5) **трудові відносини.** Оскільки франчазоотримувач (франчазі) не працює на франчазодавця, то не виникають між ними і проблеми в трудових відносинах.

Франчайзинг має і недоліки, які є причиною невдач у франчайзингових операціях і заважають його розширювати масштаби деяких напрямів бізнесу.

Серед недоліків з точки зору франчазодавця (материнської компанії) є:

1) **кредиторські вимоги.** Франчайзер часто повинен надавати кредит франчазі (дочірній компанії). Це знижує здатність цієї форми організації бізнесу добувати капітал;

2) **витрати на управління.** Стандартів якості не можна дотримуватися без високих витрат на підготовку кадрів франчазі (дочірньої компанії) і на відродження персоналу;

3) **трудові відносини.** Конфлікти з франчазі можуть виникнути через погані умови продажу, припинення існування франчазі, недоступність території тощо.

Перспективи франчайзингу. Франчайзинг має багато привабливих рис під кутом зору людей, які хочуть купити бізнес. Успіх франчазі набагато вищий за середній успіх малого бізнесу. За даними Міжнародної франчайзингової асоціації (МФА), 90 % усіх франчайзингів є успішними.

Протедіяльність підприємств малого бізнесу за умов франчайзингу — це не завжди пряма дорога до моментального багатства. Навіть якщо вони працюють успішно, то потребують такої самої старанної роботи, як і на інших малих підприємствах.

Недоліки франчайзингу під кутом зору франчазі:

а) **розподіл прибутків.** Франчазі, на відміну від незалежного власника, мають ділитися прибутками з материнською фірмою. Виплати материнській компанії можуть набувати форми товарної ціни, або відсотку від продажу.

б) **обмеження незалежності.** Франчазі ніколи не має повної незалежності, яку мають інші фірми. Материнська компанія часто наполягає на дуже скрупульозному дотриманні стандартів;

в) **конфлікти з франчайзерами.** Багато франчазі вступають у серйозні конфлікти зі своїми франчайзерами. Відмова відновити угоди з франчайзингу через те, що франчазі вважають нечесною, є однією з основних причин конфлікту.

Коли всі «за» і «проти» франчайзингу з'ясовані, легко побачити, чому ця форма бізнесу стала такою популярною. Більшість її недоліків можна мінімізувати з належною передбачливістю.

Насамперед потрібно запам'ятати, що франчайзинг зменшує, проте не виключає ризику та відповідальності власника малого бізнесу.

Формою взаємовідносин між великим та малим бізнесом є венчурний (ризиковий) бізнес.

З самого початку свого існування він розрахований на підприємницькі проекти, які через вищий ступінь ризику і ймовірності невдачі не можуть отримати необхідної фінансової підтримки з традиційних джерел.

Особливо важливою є роль венчурного бізнесу в процесі здійснення науково-технічних нововведень.

Венчурне фінансування здійснюється у двох формах: придбанням акцій нових фірм або через надання різних видів кредиту.

У найближчій перспективі має бути досягнуте основне стратегічне завдання. Виходячи з масштабів країни, чисельності населення і кількості зайнятих у всіх сферах економіки. Передбачається зростання частки малого та середнього бізнесу в економіці України.

4.4. Роль банківських установ у становленні малого бізнесу

Фінансові заклади під час оцінювання малого бізнесу схильні застосовувати два діаметрально протилежних підходи.

Перший—пред'явлення до малого бізнесу вимог, пристосованих для середнього і великого бізнесу. Проте помилково думати, що малий бізнес — це зменшена модель великого бізнесу.

Другий—банки схильні оцінювати особистість, а не бізнес. Звичайно, дуже важливо оцінити людину, яка вирішує зайнятися бізнесом. Особисті якості і здатність вести справу, звичайно, важливі, проте їх оцінювання має суб'єктивний характер.

Більшість ділових людей ніколи не бачили своїх керуючих банками і цілком задоволені звертаннями до конторських службовців, коли потрібно з'ясувати питання щодо їх рахунків, накопичень тощо.

Банкір не вкладає гроші у бізнес, він просто «продає» гроші для бізнесу за певну ціну. Тому, якщо керуючий банком дає вам гроші, то насамперед бере на себе ризик, який дорівнює одному шансу із десяти.

На практиці буває досить важко визначити, куди вкласти гроші. Можна, звичайно, за допомогою комп'ютера розрахувати суму майбутніх дивідендів і прийняти рішення на цій основі.

Проте можна запропонувати кілька правил, розуміння і застосування яких не потребує комп'ютерної підготовки, але які допоможуть прийняти рішення і які, до речі, можна застосовувати як у малому, так і у великому бізнесі.

1. Бізнес на складній техніці пов'язаний з високим ступенем ризику (через її постійне моральне старіння).

2. Деякі галузі економіки взагалі не пристосовані для малого бізнесу, навіть за умови випуску якісної продукції.

3. Бізнес, де ставка робиться на моду.

4. Компанії, які постійно отримують невеликий прибуток, скоріше можуть зазнати збитків, ніж компанії, де стабільно високий прибуток.

5. Від стилю управління в багатьох випадках залежать фінансові можливості фірми.

6. Окремі галузі промисловості, сільського господарства є традиційно більш ризикованими, ніж інші.

Причини відмови у кредиті з боку керуючого банком:

1) вашу ідею вважають необґрунтованою;

2) ідея бізнесу надто ризикована;

3) недостатні гарантії;

4) гарантія сама по собі є недостатньою, якщо немає фінансових зобов'язань позичальника;

5) поданий вами план бізнесу або недостатньо аргументований, або ґрунтується на помилкових, брехливих даних, або нереальний.

Контрольні питання

1. У чому полягає суть малих форм господарювання?
2. Розкрийте умови успіху в малому бізнесі.
3. Назвіть переваги та недоліки малих форм господарювання.
4. Які можливості малого бізнесу?

ТЕМА 5. ОСОБЛИВОСТІ ЯКОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ ТА КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ

- 5.1. Особисті, суспільні інтереси, вибір і планування кар'єри в бізнесі
- 5.2. Якості підприємця, вміння ведення бізнесу і здатність ризикувати
- 5.3. Етика та культура підприємництва

5.1. Особисті, суспільні інтереси, вибір і планування кар'єри в бізнесі

У будь-якому суспільстві всі процеси і сфери діяльності взаємопов'язані. Відомо, що економіка визначає основні умови і рівень життя. Підприємницька діяльність практично створила економіку розвинених країн. Саме бізнес, вміло і ефективно організовуючи працю людей, ресурси, забезпечує нинішній рівень життя цих країн.

Якщо говорити про майбутніх кандидатів у бізнесмени або про фахівців з питань, пов'язаних з бізнесом, то вони задумуються про свою кар'єру ще в школі. Основна увага приділяється визначенню своїх сильних і слабких професійних здібностей, інтересів, розумового розвитку, нахилу до виконання ручної або інтелектуальної роботи, з'ясування характеру.

У розвинених країнах поширено багато тестів, які досить точно можуть допомогти розібратися з цього питання. Проте і без тестів є деякі загальні критерії.

Майбутні фахівці не можуть розраховувати на успіх у бізнесі, якщо вони не мають насамперед таких якостей, як чесність, розум, інтелект, цілісність натури, самоконтроль, самовідданість, старанність, оперативність і здоров'я.

5.2. Якості підприємця, вміння ведення бізнесу і здатність ризикувати

Для того щоб займатися підприємництвом, потрібно мати певні якості, без яких шанси на успіх підприємства досить обмежені. Якщо проаналізувати відомі випадки успішної діяльності колгоспу, радгоспу, заводу, бригади чи фірми, то можна дійти висновку, що здебільшого вони були пов'язані з

особистістю окремих людей, підприємницькі якості яких дали змогу досягти успіхів за умов абсурдної адміністративно-командної системи управління.

Які якості повинен мати підприємець? На це запитання відповіли так: жителі України — комерційна кмітливність, хитрість, уміння викручуватися, комбінувати; жителі США — сильний характер, чесність, почуття відповідальності, обов'язковості.

На думку К. Рендолла, підприємець, як і провідний бізнесмен фірми, повинен мати сильний характер, бути чесним, сміливим у прийнятті рішень, відповідальним, тобто риси, які не можна замінити нічим. Він зазначав, що мати характер, отже, відчувати і розуміти моральні проблеми, сміливо правильно діяти за будь-яких обставин, що складаються в житті. Людина, наділена сильним характером, але нечесна, може врешті-решт накликати на компанію катастрофу. Підприємець, що не має таких рис, як чесність, порядність і обов'язковість, нічого не вартий.

Сьогодні підприємець— це не просто власник будь-якої справи, він має знати досить багато. Як і в інших спеціальностях, людина, яка отримала необхідний обсяг знань у галузі бізнесу, не стане вмілим підприємцем без досвіду. Основами, без яких ні американський, ні наш підприємець не може розраховувати на успіх, є господарське і комерційне право, організаційні форми бізнесу, фінансова і кредитна справа, менеджмент, маркетинг й елементи інформаційної культури. Освіта допомагає розібратися в тому, як функціонують окремо різні підрозділи в межах одного підприємства, як один вид бізнесу пов'язаний з іншими. Вивчення бізнесу розвиває допитливість, творчий підхід, які дуже знадобляться для роботи, наприклад у галузі маркетингу. Добрі менеджери повинні мати навички стратегічного мислення, систематичного аналізу. Взагалі, це досить творчі фахівці. Бізнесмени відрізняються один від одного національними особливостями, рисами характеру тощо. Проте основне в них спільне — це те, що їм усім притаманні ініціатива і натхнення.

Бізнес нагадує азартну гру, тому будь-який підприємець під час прийняття різних управлінських рішень (вибір сфери бізнесу, конкретного проекту, розподілення матеріальних, сировинних, фінансових та інших ресурсів, визначення місця розташування підприємства, цільового ринку, купівлі цінних паперів тощо) ризикує.

Ризик — це невизначеність в отриманні доходу взагалі або такого розміру доходу від інвестицій, на який розраховує підприємець.

Ось чому під час обчислення очікуваного доходу підприємницької структури й оцінювання її активів враховують (страхують) ризик.

Для того щоб увійти з будь-якою ідеєю в середовище підприємництва, потрібні також знання в галузі фінансів і обліку, розуміння законів і звичаїв бізнесу.

5.3. Етика та культура підприємництва

Етика — це філософське вчення про норми і моралі. Це також система моральних і етичних норм для певних груп, професій і громад.

Право — це сукупність обов'язкових правил поведінки (норм), установлених або санкціонованих державою.

Будь-яка людська діяльність, у тому числі і підприємництво, має етичні та правові критерії й межі. Закони, що розробляє держава, дають можливість суспільству проводити в життя свою волю, яка стосується, зокрема, морально-етичних параметрів бізнесу.

Підприємці не можуть існувати без споживачів, які витрачають величезні суми грошей на товари і послуги. В американській практиці існують два поняття, без розуміння яких нашим слухачам важко уявити, як налагоджені відносини між бізнесом і споживачами.

На підприємця сьогодні впливають правові та етичні норми, а також потреби споживачів.

Внутрішньо фірмове середовище є синтезом різних груп — професійних, кастових, етнічних, які вносять власні своєрідні норми, цінності і зразки поведінки у становлення внутрішньо корпоративної управлінської культури, привело теоретиків західного менеджменту до усвідомлення важливості пізнання умов асиміляції різних культур, можливого культурного пристосування різних субкультур.

Тривалий час економічна культура залишалася на периферії бізнесу, що не в останню чергу було зумовлено конфліктом інтересів робітників і адміністративно-управлінського апарату корпорації, нерівністю їх соціального стану і відмінністю у статусі.

Економічна культура сприймається як важливий елемент ділового життя сучасної корпорації, невід'ємна частина системи ефективного внутрішньо фірмового управління. У сучасній концепції менеджменту економічну культуру корпорації розглядають як вирішальний чинник формування внутрішньо корпоративного механізму прийняття рішень, середовище утворювальну основу діяльності фірми, що забезпечує єдність дій співробітників, контроль і стимулювання поведінки працівників фірми.

Виділяють такі організаційні культури:

- *бюрократичні і підтримувальні інноваційні;
- *функціональні і дисфункціональні;
- * сильні і слабкі; формалізовані і неформалізовані;
- *регульовані і нерегульовані; загальні і субкультури частин фірми;
- *виявлені і приховані.

Залежно від особливостей організації, утвореного в ній стилю управління, той чи інший тип корпоративної культури формує певну поведінку робітників, їх ціннісну орієнтацію та переконання, стимулює залучення персоналу до спільної діяльності.

Велика роль у формуванні культури підприємництва належить лідерам. Більшість керівників компаній стоять у витоків корпоративної культури, втілюють морально-етичні цінності корпорації. Успіх своєї діяльності Дж. Уелч — голова ради директорів компанії «Дженерал електрик» пов'язує з щоденним

дотриманням шести правил: реальність така, якою вона є, а не якою була і якою вам хочеться її бачити; будь чесним і відвертим з усіма; будь лідером, а не менеджером; змінюйся так, як цього потребуватимуть обставини; якщо немає ринкових чинників успіху, не вступай у боротьбу за ринок; керуй своєю долею — або це за тебе зробить хтось інший.

Контрольні питання

1. Як здійснюються вибір і планування кар'єри в бізнесі?
2. За якими критеріями визначають особисті якості й здібності підприємця?
3. Охарактеризуйте основні етичні критерії в бізнесі.
4. Розкрийте основні вимоги до культури в підприємництві.

ТЕМА 6. ВИВЧЕННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА В АГРОПРОМИСЛОВІЙ СФЕРІ СТРАХУВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

- 6.1. Суть ринкового середовища в агропромисловій сфері
- 6.2. Вивчення та аналіз чинників внутрішнього та зовнішнього середовища
- 6.3. Діагностика та прогнозування ринкового середовища

6.1. Суть ринкового середовища в агропромисловій сфері

Будь-яка організація перебуває і функціонує в середовищі. Діяльність усіх без винятку можлива тільки в тому випадку, якщо середовище дає змогу її здійснити, оскільки середовище організації є джерелом її життєвої сили. Воно містить у собі потенціал, що дає можливість організації функціонувати, а отже, існувати і виживати у відповідному проміжку часу.

Ринкове середовище для більшості українських підприємств на національному ринку сьогодні не є дуже сприятливим. Негативно впливають на діяльність вітчизняних виробників низька платоспроможність значної частини населення, засилля іноземних товарів не завжди високої якості, несприятлива банківська політика, відсутність протекціонізму з боку держави. Це призводить до того, що більшість вітчизняних підприємств мають певні проблеми зі збутом власної продукції.

Тому, щоб ефективно конкурувати на ринку, підприємство має ґрунтуватися на вивченні відносин, які можна схарактеризувати за допомогою системи «середовище — підприємство».

Вплив середовища на підприємство залежить від його таких характеристик:

- 1) *складність середовища* — визначається кількістю його компонент, які впливають на функціонування організації та інтенсивністю взаємодії між ними;
- 2) *динамічність середовища* — характеризується кількістю змін середовища за одиницю часу та подібністю змін;
- 3) *невизначеність середовища* — визначається кількістю інформації про компоненти та зміни в середовищі, а також її якістю.

Перше достатньо глибоке дослідження взаємозв'язків між середовищем і структурою було проведено Т. Барнсом і Дж. Сталкером. Вони ідентифікували два крайніх типи середовища: стабільне (яке залишається відносно сталим у часі) і нестабільне (для якого притаманні невизначеність та швидкі зміни).

Вони висунули гіпотезу, а потім і довели, що кожний структурний підрозділ організації має своє власне унікальне середовище, відповідно до якого і має здійснюватися його організаційна побудова. Їх дослідження дають змогу дійти таких висновків:

1. Середовище організації не є однозначно стабільним або нестабільним. Організація зазвичай має справу з багатьма середовищами (у кожного структурного підрозділу є своє середовище) з різним ступенем невизначеності. Внаслідок цього структурні підрозділи повинні враховувати вимоги свого власного середовища.

2. Успішна організація вирішує проблему побудови раціональної організаційної структури пристосуванням структури своїх окремих підрозділів до вимог їх власного унікального ринкового середовища.

Для того щоб визначити стратегію поведінки організації і впровадити цю стратегію в життя, керівництво повинно мати чітке уявлення як про ринкове середовище організації, його потенціал і тенденції розвитку, так і місце, що посідає в ньому організація.

6.2. Вивчення та аналіз чинників внутрішнього та зовнішнього середовища

Аналіз середовища передбачає такі етапи: аналіз зовнішнього середовища організації; аналіз проміжного (безпосереднього) середовища організації; аналіз внутрішнього середовища організації. Макросередовище створює загальні умови перебування організації в зовнішньому середовищі.

Сільськогосподарське підприємництво не може формуватися за умов, однакових з іншими галузями, тому в сільському господарстві виділяють зовнішнє і внутрішнє середовище.

Внутрішнє середовище сформоване повністю активними базовими складовими, лише в тій їх частині, параметри яких відрізняються від сформованих на зовнішньому рівні.

Рівень організації виробництва внутрішнього середовища охоплює такі процеси, як:

- ◆ комунікаційні процеси;
- ◆ організаційні структури;
- ◆ норми, правила, процедури;
- ◆ розподіл прав і відповідальності;
- ◆ ієрархію підпорядкування.
- ◆ кадрове забезпечення:
- ◆ взаємодія менеджерів і робітників;
- ◆ наймання, навчання і просування кадрів;

- ◆ оцінювання результатів праці і стимулювання;
- ◆ створення і підтримання взаємовідносин між працівниками тощо.

Рівень виробництва та науково-технічного забезпечення:

- ◆ виготовлення продукту;
- ◆ постачання і ведення складського господарства;
- ◆ обслуговування технологічного парку;
- ◆ здійснення досліджень і розробок.

Організація маркетингу внутрішнього середовища організації охоплює питання, пов'язані з реалізацією продукції:

- ◆ стратегії продукту і ціноутворення;
- ◆ стратегія просування продукту на ринку;
- ◆ вибір ринків збуту і систем розподілу.

Фінанси та інвестиції включають процеси, пов'язані із забезпеченням ефективного використання і руху коштів в організації:

- ◆ підтримання належного рівня ліквідності і забезпечення прибутковості;
- ◆ створення інвестиційних можливостей тощо

Внутрішнє середовище немов цілком пронизується *організаційною культурою*, яку також потрібно серйозно вивчати.

Сформовано три основних підходи до аналізу чинників внутрішнього середовища (виробничого потенціалу): ресурсний (або обліково-звітний), структурний (функціональний) та цільовий (проблемно-орієнтований).

Аналіз кризової ситуації, в який опинилося агропромислове виробництво України, свідчить, що зовнішнє середовище агропромислових формувань характеризується підвищеною складністю, оскільки чинників, на які організація змушена відреагувати, надзвичайно багато, та сила впливу доволі відчутна на її внутрішні зміни. Для зовнішнього середовища підприємств АПК притаманна підвищена рухомість, оскільки зміни у ньому відбуваються надзвичайно швидко. Невизначеність зовнішнього середовища агропромислових формувань спричинена недостатньою кількістю інформації про різноманітні зміни.

Звідси випливає, що зовнішнє середовище буває прямої (проміжне середовище) і непрямой (середовище непрямого впливу) дії. Чинники прямої дії — це ті, які безпосередньо впливають на діяльність організації і на які вона насамперед повинна реагувати.

Потреба найефективнішого використання зв'язків із зовнішнім середовищем спонукала до низки досліджень для визначення сутності, структури й механізмів функціонування проміжного зовнішнього середовища, яке безпосередньо впливає на результати діяльності підприємства і на яке підприємство може впливати через встановлення ефективних комунікацій.

Для підприємств аналіз чинників проміжного ринкового середовища здійснюється з метою виявлення характеру середовища та вимог, які висуваються до господарюючих суб'єктів, а для регулювальних органів — недоліків та негативних тенденцій, що можуть призвести до дисгармонії розвитку ринку.

З огляду на зазначене вище можна зробити висновок, що на внутрішнє середовище організації важливий вплив мають чинники як прямої, так і

непрямої дії зовнішнього середовища. Отже, вивчення зовнішнього середовища в аграрному бізнесі, вміння реагувати на зміни, що у ньому відбуваються, є важливою запорукою прийняття раціональних управлінських рішень, передбачення кризових ситуацій, прорахунків у економічних і соціальних відносинах підприємств АПК.

6.3. Діагностика та прогнозування ринкового середовища

Для дослідження ринкового середовища підприємства найбільше значення має первинна інформація про споживачів, постачальників, конкурентів тощо. Внутрішня інформація, необхідна для діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі, ідентифікується за допомогою системи встановлених параметрів для оцінювання кожної функціональної сфери.

У процесі діагностування стану підприємства у ринковому середовищі широко застосовують експертне оцінювання та складний інструментарій, що потребує високої кваліфікації, компетентності фахівців та вміння формувати відповідний комплекс аналітичних інструментів.

Діагностика ринкового (конкурентного) середовища здійснюється з метою розроблення ефективної стратегії конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність — це важлива ринкова категорія, що відображує одну з істотних характеристик ринку — наявність змагальності між його суб'єктами.

Для визначення сили та характеру впливу кожного чинника ринкового середовища окремо на підприємство доцільно використовувати відомий метод складання «профілю середовища підприємства», який згідно з викладеною у спеціальній літературі методикою застосовують для оцінювання відносної значущості чинників середовища для підприємства.

Зіставлення «сили» підприємства та «сили» дестабілізуючих чинників зовнішнього середовища дає можливість визначити запас стійкості підприємства, що є вельми важливим у формуванні заходів щодо використання можливостей у зовнішньому середовищі та щодо впливу підприємства на нього. На підставі вивчення та аналізу чинників ринкового середовища, в якому перебуває підприємство, можна зробити висновок про його здатність скористатися можливостями у зовнішньому середовищі та прийняти адекватне рішення щодо трансформації потенціалу підприємства.

Оцінювання рівня стійкості підприємства виявляє можливості його у формуванні превентивних стратегічних заходів. Від стану та динаміки конкурентного середовища на ринку залежить ефект суперництва між суб'єктами, який сприяє оптимальному розподілу ресурсів та найбільш повному задоволенню різноманітних потреб споживачів. Стабільне й прозоре конкурентне середовище також сприяє притоку іноземного капіталу в економіку України і зменшує відтік власних фінансових ресурсів у пошуках найсприятливіших умов для застосування.

Контрольні питання

1. Розкрийте суть ринкового середовища в агропромисловій сфері.
2. Які чинники відносять до внутрішнього середовища?
3. Які чинники належать до зовнішнього середовища?
4. За допомогою яких показників можна провести аналіз чинників ринкового середовища?
5. Які етапи та інструментарій діагностики стану підприємства у конкурентному (ринковому) середовищі?

ТЕМА 7. ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ НА СЕЛІ

- 7.1. Мотиваційна модель, етапи та складові підприємницької діяльності.
- 7.2. Організаційно-підготовчі заходи та підготовка до реєстрації
- 7.3. Державна реєстрація фізичних та юридичних осіб підприємництва
- 7.4. Порядок формування статутного фонду та дозволи і погодження на початок роботи
- 7.5. Ліцензування підприємницької діяльності
- 7.6. Ліквідація та санація підприємницьких структур

7.1. Мотиваційна модель, етапи та складові підприємницької діяльності.

Створення власної справи є результатом роздумів та готовності до цього потенційного засновника, прийняття ним рішення та виконання певних практичних дій. Початкова фаза будь-якого бізнесу, великого чи малого, обов'язково криє у собі чимало невідомого, несподіваного. Водночас, поряд із творчою складовою, вона передбачає виконання низки рутинних, чітко визначених бюрократичних дій і організаційної діяльності. Все це разом у поєднанні дає змогу відкрити власну справу.

Готовність засновника є дуже складним і комплексним поняттям, що передбачає наявність своєрідного «підприємницького духу». Підприємницька діяльність має складну, іноді суперечливу мотиваційну природу.

Підприємець має шанси досягти успіху, якщо в ньому поєднуються сприятливі професійно-фахові, організаційні, психологічно-вольові характеристики та наявність своєрідного «підприємницького духу» (за В. Зомбартом і М. Вебером).

Основні вимоги до фахової підготовки підприємця:

- ◆ високий рівень освіти, добрі показники успішності з основних дисциплін;
- ◆ глибокі знання з основної спеціальності та різноманітні — з різних галузей, значний рівень інтелекту;
- ◆ високий рівень орієнтації в економіці, менеджменті і маркетингу, обліку і податковій системі;
- ◆ систематична самоосвіта;
- ◆ поєднання освіти з практичним досвідом роботи.

Основні організаційні характеристики підприємців:

- ◆ комунікабельність;
- ◆ самоорганізація;

- ◆ чіткість і прогнозованість поведінки;
- ◆ ранжування потреб та очікувань за пріоритетами.

Основні психологічно-вольові характеристики підприємців:

- ◆ сила волі та авторитаризм, лідерство;
- ◆ ініціативність та рішучість;
- ◆ розвинене почуття «передбачення» і передчуття;
- ◆ особливий погляд та критичний склад розуму;
- ◆ здатність впливати на людей і не піддаватися впливам інших.

Рушійною силою підприємницької діяльності особи є мотивація. Мотивація до підприємництва має складний і комплексний характер. Основою мотиваційної поведінки найчастіше є гроші у вигляді прибутків. Однак природа мотивації є завжди набагато ширшою та багатоплановою.

Основою підприємницької мотивації є прагнення отримати прибуток. Однак в умовах ринкової економіки та правової держави це прагнення може реалізуватися лише через задоволення потреб споживачів. Держава своєю регуляторною політикою встановлює певні правила і норми ведення підприємницької діяльності.

Мотиваційна модель дає змогу зрозуміти пріоритети і переваги певних видів підприємництва на певних етапах суспільного розвитку. В умовах низького рівня життя населення переважатимуть бізнеси, орієнтовані на задоволення потреби в продуктах харчування, ліках тощо. З підвищенням рівня життя розвиватимуться напрями підприємництва, пов'язані із будівництвом, легкою промисловістю, транспортом. Надалі асортимент видів підприємницької діяльності зростатиме.

Невдачі часто мають об'єктивний характер, однак можуть бути зумовлені причинами суб'єктивного характеру. Досвідчені підприємці з невдач отримують уроки, більш уразливі — тривалу психологічну травму.

Сукупність етапів розвитку суб'єкта підприємництва називають «життєвим циклом» підприємництва.

Основними етапами підприємницької діяльності є:

- ◆ організаційно-підготовчий (I);
- ◆ зародження та становлення (II);
- ◆ розвиток та поглиблення діяльності (III);
- ◆ стагнація (відсутність зростання) (IV);
- ◆ занепад підприємства (V);
- ◆ ліквідація і припинення існування (VI).

Суб'єкт підприємництва може обрати одну з трьох базових стратегій розвитку, зокрема, стратегію:

- ◆ виживання;
- ◆ стійкого розвитку;
- ◆ зростання.

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

7.2. Організаційно-підготовчі заходи та підготовка до реєстрації

Створенню підприємства та започаткуванню підприємницької діяльності завжди передують *організаційно-підготовчі заходи*. Основне завдання цього етапу — підготувати нормативну базу для реєстрації суб'єкта підприємництва та опрацювати загальну модель його діяльності.

До основних організаційно-підготовчих заходів належать:

- ◆ вироблення підприємницької ідеї (наміру);
- ◆ експертне оцінювання і самоаналіз підприємницької ідеї;
- ◆ добір (уявний) складових підприємництва (люди, продукт, ринок, фінанси, партнери тощо);
- ◆ розроблення засновницьких документів та державна реєстрація;
- ◆ розроблення бізнес-плану або іншого плану діяльності та способів (варіантів) реалізації їх.

Підприємницька ідея — уявні дії та способи здійснення підприємництва. Підприємець формує ідею, намір, уявлення про майбутню підприємницьку діяльність.

Коли підприємницька ідея пройшла експертизу та набула певних конкретних обрисів, потрібно визначити, якими ресурсами вона реалізовуватиметься на практиці. Йдеться про так званий добір складових підприємництва.

Деякі дослідники вважають, що добір складових доцільно розглядати в розрізі таких основних рубрик:

- ◆ персонал;
 - ◆ продукт підприємництва;
 - ◆ середовище;
 - ◆ фінанси.
- ◆ Особливу увагу необхідно приділити підготовці установчого договору та статуту, які є своєрідною «внутрішньою конституцією» юридичної особи.

Для реєстрації необхідно підготувати 5 примірників статуту (власне для реєстрації — 2 оригінали і 1 нотаріально завірнену копію) та 3 примірники установчого договору (2 оригінали і 1 копію).

В умовах правової держави та структуризованого підприємницького середовища розроблення установчих документів доручають спеціалізованим юридичним фірмам або адвокатським конторам. У багатьох випадках практикується «купівля» підприємства «під ключ», коли підприємець купує не лише вже діюче підприємство, а й спеціально зареєстроване іншою особою нове підприємство. В Україні така практика не набула поширення і не може бути рекомендованою з огляду на низку причин.

7.3. Державна реєстрація фізичних та юридичних осіб підприємництва

Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців — це засвідчення факту створення або припинення юридичної особи, набуття або

позбавлення статусу підприємця фізичною особою, а також вчинення інших реєстраційних дій, передбачених Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців», внесенням відповідних записів до Єдиного державного реєстру.

Державна реєстрація фізичної особи — підприємця

Проводиться державним реєстратором винятково у виконавчому комітеті міської ради міста обласного значення або у районній державній адміністрації за місцем проживання цієї фізичної особи (житловий будинок, квартира, інше приміщення, придатне для проживання в ньому (гуртожиток, готель тощо) у відповідному населеному пункті, в якому фізична особа проживає постійно, переважно або тимчасово, розташоване за певною адресою).

Для проведення державної реєстрації підприємець має подати особисто чи надіслати рекомендованим листом з описом вкладення державному реєстратору за місцем проживання такі документи:

◆заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця;

◆копію довідки про включення до Державного реєстру фізичних осіб — платників податків та інших обов'язкових платежів;

◆копію квитанції, виданої банком, що підтверджує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця.

Документи, які подають для проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця, приймають за описом, копію якого видають (надсилають рекомендованим листом) у день надходження документів із зазначенням дати надходження документів.

Дата внесення до Єдиного державного реєстру запису про проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця є *датою державної реєстрації* фізичної особи — підприємця.

Термін державної реєстрації фізичної особи становить 2 робочих дні з дати надходження документів для проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця.

Державний реєстратор не пізніше від наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи — підприємця передає відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування повідомлення про проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця із зазначенням номера і дати внесення відповідного запису до Єдиного державного реєстру та відомості з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця для взяття фізичної особи — підприємця на облік.

Наступним вашим кроком має бути звернення до вказаних вище органів для реєстрації.

Взяття фізичної особи — підприємця на облік платників податків в органі державної податкової служби.

Після взяття вас на облік як платника податків буде сформована облікова справа.

Реєстрація фізичної особи — підприємця в органі Пенсійного фонду України. Реєстрація відбувається в органі Пенсійного фонду України за постійним місцем проживання в 10-денний термін від дня отримання свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця.

Реєстрація фізичної особи — підприємця в органі Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття. Зазвичай, у Фонді реєструють підприємців лише за повідомленням реєстратора. Однак інколи слід додати інші документи.

Реєстрація фізичної особи — підприємця в органі Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України. Фізичні особи — підприємці, які використовують працю найманих працівників, зобов'язані зареєструватися в робочих органах виконавчої дирекції Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України за місцем знаходження в 10-денний термін після укладання трудового договору (контракту) з першим із найманих працівників.

Реєстрація фізичної особи — підприємця в органі Фонду соціального страхування України з тимчасової втрати працездатності. Якщо підприємець використовує працю найманих працівників, то має зареєструватися у відповідній виконавчій дирекції відділення Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності. Це треба зробити в 10-денний термін від дня укладання трудового договору з найманим працівником.

Після реєстрації присвоюється реєстраційний номер і видається повідомлення про реєстрацію платника.

Отримання суб'єктом підприємницької діяльності — фізичною особою дозволу на виготовлення печаток і штампів.

На печатках і штампах зазначають ідентифікаційний номер фізичної особи — підприємця. Напис на печатках і штампах має відповідати назві, яка зазначена у свідоцтві про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця.

У книзі реєстрації замовлень необхідно підписатися і зазначити серію, номер паспорта, дату та орган внутрішніх справ, що його видав. Після цього роблять відтиски печаток і штампів.

Відкриття поточного банківського рахунку фізичною особою — підприємцем. Відповідно до вимог законодавства підприємцю — фізичній особі не обов'язково мати банківський рахунок.

Реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності — юридичної особи. В Україні найбільшу популярність у сфері малого та середнього бізнесу мають приватні підприємства, а серед господарських товариств — товариства з обмеженою відповідальністю. Тому докладніше спинимося на особливостях реєстрації саме цих організаційно-правових форм.

Підготовка установчих документів підприємства. Згідно із Господарським та Цивільним кодексами України підприємства діють на підставі установчих документів, затверджених засновником (засновниками) підприємства.

Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців» передбачає право засновника юридичної особи зарезервувати найменування юридичної особи терміном на два місяці, а для відкритих акціонерних товариств — на дев'ять місяців, та визначає порядок резервування.

Державна реєстрація юридичної особи.

Першим кроком до легалізації підприємства є його державна реєстрація як суб'єкта підприємницької діяльності — юридичної особи.

Включення юридичної особи до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України. Для цього впродовж 10 днів після державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності — юридичної особи необхідно звернутися до територіального органу державної статистики за місцезнаходженням підприємства.

Реєстрація юридичної особи в органі Пенсійного фонду України. Оскільки всі підприємства в Україні є платниками збору на обов'язкове державне пенсійне страхування, існує обов'язок зареєструвати новостворене підприємство в органі Пенсійного фонду України. Це необхідно зробити впродовж 10 днів від дня отримання свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності.

♦**Реєстрація юридичної особи як платника страхових внесків до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття.** Власники підприємств або уповноважені ними органи як роботодавці є платниками страхових внесків до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття. Крім того, підприємство повинно утримувати та фактично сплачувати реєстраційний номер підприємства;

♦розмір та терміни перерахування страхових внесків;

♦реквізити банківського рахунку, на який потрібно перераховувати страхові внески;

♦терміни подання розрахункової відомості про нарахування та перерахування страхових внесків до Фонду.

Реєстрація юридичної особи як платника страхових внесків до Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України. Усі підприємства, як роботодавці, є платниками страхових внесків до Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України.

Новостворене підприємство зобов'язане зареєструватися в робочому органі виконавчої дирекції Фонду за своїм місцезнаходженням упродовж 10 днів від дня отримання свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи.

Факт реєстрації підприємства Фондом засвідчується страховим свідоцтвом.

Реєстрація юридичної особи як платника страхових внесків до Фонду соціального страхування України з тимчасової втрати працездатності. Для реєстрації необхідно подати заяву встановленої форми.

Взяття юридичної особи на облік в органі державної податкової служби. Наступним кроком у реєстрації новоствореного підприємства є візит до органу

державної податкової служби за місцезнаходженням підприємства для взяття його на облік платників податків.

Пам'ятайте: якщо ви не повідомите податковій інспекції про відкриття рахунків у банках, то до підприємства можуть застосувати штрафні санкції.

Юридичні особи можуть мати тільки по одному примірнику основної каучукової або металевої печатки.

На всіх печатках і штампах зазначають ідентифікаційний код підприємства, а напис на них має відповідати назві, зазначеній у свідоцтві про державну реєстрацію підприємства.

Печатки з емблемами, товарними знаками тощо з відповідним описом можуть бути виготовлені тільки в тому разі, якщо вони зареєстровані у встановленому законодавством України порядку або передбачені в статуті чи положенні підприємства.

Штемпельно-граверні майстерні та дільниці приймають від суб'єктів підприємницької діяльності замовлення на виготовлення печаток і штампів за умови подання разом з листами та заявами самих зразків (ескізів) печаток та штампів і дозволів органів внутрішніх справ на їх виготовлення.

Виготовлені печатки та штампи видають лише після пред'явлення паспорта та доручення.

Відкриття поточного банківського рахунку юридичною особою. Юридична особа може відкрити поточні, депозитні, карткові та інші рахунки у будь-яких банках України за власним вибором. Обов'язковою є вимога щодо відкриття поточного рахунку в національній валюті, де зберігаються грошові кошти й здійснюються всі банківські операції під час провадження підприємницької діяльності.

Реєстрація фермерських господарств (ФГ) здійснюється на загальних підставах. Однак існують деякі особливості. **Важливою особливістю реєстрації ФГ є те, що їх засновниками можуть бути винятково громадяни України, а одним із задекларованих у статуті видів діяльності має бути «виробництво сільськогосподарської продукції».**

У разі зміни назви, організаційної форми, відносин власності підприємство повинно у місячний термін подати документи для перереєстрації. Перереєстрація проводиться у порядку, встановленому для реєстрації. В необхідних випадках підприємство подає документи для внесення змін у свідоцтво про реєстрацію.

Законодавство передбачає можливість скасування реєстрації за заявою засновників або рішенням суду. Скасування реєстрації є підставою ліквідації підприємницької структури.

7.4. Порядок формування статутного фонду та дозволу і погодження на початок роботи

Важливим кроком започаткування підприємства є **формування статутного фонду**, що регулюється чинним законодавством, установчим договором та

статутом підприємства. Розмір статутного фонду визначається установчими документами. Однак розмір статутного фонду господарських товариств (товариств з обмеженою відповідальністю (ТОВ), акціонерних товариств (АТ) та інших видів товариств) визначається Законом. *Статутний фонд може формуватися за рахунок:*

- ◆ грошових коштів;
- ◆ майнових та фінансових прав і зобов'язань;
- ◆ внесеного майна;
- ◆ нематеріальних цінностей.

◆ **Порядок формування статутного фонду** визначається законодавством України, установчими документами та статутом підприємства. Під час створення господарських товариств чинним законодавством передбачене обов'язкове внесення в рахунок статутного фонду платіжних засобів і майна в сумі не менше ніж 30 % мінімального статутного фонду. Впродовж року всі засновники повинні внести повний розмір вкладу до статутного фонду. Зміна розміру статутного фонду будь-якого суб'єкта підприємництва до завершення його формування або використання цього фонду на покриття поточних витрат не допускається.

◆ Формування статутного фонду та господарсько-майнового комплексу в сільській місцевості, особливо в реформованих підприємствах, має деякі особливості.

Видача **дозвільних документів** є однією з найобтяжливіших процедур під час започаткування підприємницької діяльності в Україні. Залежно від виду діяльності підприємець не має права розпочати будівництво, виробництво чи торгівлю без отримання низки дозвільних документів від центральних та місцевих органів влади.

До цих документів належать:

- ◆ дозволи на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг;
- ◆ ліцензії;
- ◆ дозволи на будівництво та виконання будівельних робіт;
- ◆ технічні умови на проектування;
- ◆ експертні висновки та погодження, особливо для проектної документації, під час атестацій та обстежень виробництв і прийняття об'єктів в експлуатацію;
- ◆ дозволи на початок роботи від органів пожежної охорони, санітарно-епідеміологічної служби та державного нагляду за охороною праці;
- ◆ дозволи на розміщення реклами та об'єктів торгівлі і сфери послуг, а також багато інших.

7.5. Ліцензування підприємницької діяльності

Складним і неоднозначним проявом державного втручання в підприємницьку діяльність є її **ліцензування**. Воно, з офіційної точки зору, має на меті захистити інтереси держави та права споживачів. Однак досить часто ліцензування стає серйозною перепорою в розвитку підприємницьких структур. У розвиток політики дерегуляції кількість ліцензованих видів

підприємництва значно скоротилася, однак у практику майже одразу було запроваджено патентування і сертифікацію окремих видів діяльності.

Ліцензія. Окремі види підприємництва, які безпосередньо впливають на здоров'я людей, навколишнє природне середовище та безпеку держави і суспільства, потребують спеціального дозволу — ліцензії.

Ліцензія — це дозвільний документ, що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженим ним органом виконавчої влади, згідно з яким його власник має право на здійснення певного виду підприємницької діяльності, який потребує такого дозволу. Ліцензуванню підлягають понад 50 видів діяльності, вичерпний перелік яких наведено у ст. 9 Закону.

Орган ліцензування приймає рішення про видачу ліцензії або про відмову в її видачі у термін не пізніше ніж 10 робочих днів з дати надходження заяви з переліком необхідних документів (ст. 10 Закону).

Орган ліцензування повинен оформити ліцензію не пізніше ніж за 3 робочих дні з дня надходження документа, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії (ст. 14 Закону). Термін дії ліцензії не менше ніж 3 роки.

Торговий патент. Для здійснення роздрібно́ї та оптової торговельної діяльності, надання побутових та інших платних послуг населенню суб'єкт підприємництва має отримати торговий патент.

Торговий патент — державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності займатися деякими видами підприємницької діяльності, зазначеними у Законі України «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності» від 23.03.96 р. № 98/96-ВР.

Торговий патент є також державним свідоцтвом, що засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності чи його відокремленого структурного підрозділу займатися зазначеними у ньому видами підприємницької діяльності.

Якщо суб'єкт підприємницької діяльності має відокремлені підрозділи, торговий патент слід придбати окремо для кожного підрозділу (торгової точки).

Термін дії торгового патенту на здійснення торговельної діяльності становить 12 календарних місяців, а короткотермінового торгового патенту на здійснення торговельної діяльності — від 1 до 15 днів.

Оригінал або завірєну копію торгового патенту вивішують на видному і доступному місці та пред'являють на першу вимогу споживачів та контролюючих структур.

7.6. Ліквідація та санація підприємницьких структур

Конкуренція та ринкове змагання приводить одні підприємницькі структури до розквіту, інші — до занепаду.

Припинення підприємницької діяльності може відбуватися:

- ◆ реорганізацією;
- ◆ ліквідацією.

Найчастіше реорганізація відбувається виділенням з великих підприємницьких структур дрібніших. Досить часто фінансово слабкі підприємства зливаються або приєднуються до більш потужних.

Під час реорганізації підприємства його права та зобов'язання (обов'язки) переходять до правонаступника. правонаступництво — це перехід від одного суб'єкта до іншого безпосередніх та опосередкованих прав і зобов'язань згідно із законом та угодою сторін.

Ліквідація підприємства відбувається:

- ◆ за ініціативою засновників (власників, співвласників);
- ◆ за рішенням суду або господарського суду;
- ◆ після досягнення мети, поставленої перед його створенням;
- ◆ по закінченні терміну, на який створювалося підприємство;
- ◆ за рішенням вищого органу управління господарського товариства;
- ◆ за рішенням інших уповноважених законом органів управління у разі грубого і систематичного порушення вимог закону та установчих документів (лише щодо окремих видів діяльності).

Крім ліквідації за рішенням суду всі інші варіанти вважають добровільною ліквідацією.

Банкрутство. Процедура банкрутства є одним із способів реалізації ринкового принципу припинення існування (ліквідації) неефективних суб'єктів підприємництва. Банкрутство — встановлена законом процедура примусового задоволення претензій кредиторів, які не можуть бути задоволені юридичною особою у встановлені законом терміни з огляду на брак грошових засобів та ліквідних активів.

Процедура банкрутства сільськогосподарських підприємств має певні термінові обмеження і провадиться згідно з чинним законодавством.

Ліквідаційні процедури. Після прийняття рішення про ліквідацію суб'єкта підприємницької діяльності (СПД) до подання документів для державної реєстрації припинення діяльності слід здійснити низку процедур, необхідних для цього.

Під час ліквідації власної справи інколи виникає потреба в її оцінюванні. Купівля-продаж готового бізнесу є не тільки ефективним для започаткування власної справи, а й вигідним способом її завершення, причиною якого можуть бути різні обставини — від втрати інтересу до власного бізнесу до прагнення виручити значні кошти від продажу високорентабельного бізнесу. Як і в разі купівлі готового бізнесу, так і продажу необхідною умовою є визначення реальної ринкової вартості власної справи — оцінювання вартості бізнесу.

Оцінювання вартості бізнесу навряд чи можна назвати абсолютно точним з погляду науки, величина такої вартості може коливатися залежно від типу бізнесу і причини, що зумовлює це оцінювання.

Вартість бізнесу, визначена на основі методів оцінки, полягає у визначенні орієнтовної вартості, починаючи з якої покупець і продавець можуть вести торги, визначаючи ціну, що задовольнила б обох.

У разі загрозливого погіршення показників діяльності підприємства, загрози банкрутства або значних збитків засновники (власники) часто вдаються до його санації.

Санація — система спеціальних заходів та прийомів поліпшення показників роботи, оздоровлення фінансового стану підприємства.

Санація є надзвичайно складною та комплексною процедурою, здійснення якої зазвичай доручають спеціалізованим консалтинговим підприємствам або групам фахівців.

Контрольні питання

1. Які основні чинники мотивації до підприємництва?
2. Які основні етапи розвитку підприємницької діяльності?
3. Розкрийте зміст установчих документів суб'єктів підприємництва.
4. Який порядок державної реєстрації суб'єктів підприємництва?
5. Які особливості державної реєстрації фізичної особи — підприємця?
6. Які особливості державної реєстрації юридичної особи — підприємця?
7. Який порядок формування статутного фонду суб'єктів підприємництва?
8. Як проводиться ліцензування підприємницької діяльності?

ТЕМА 8. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

- 8.1. Сутність, завдання та основне призначення бізнес-плану
- 8.2. Концепція, функції і мета бізнес-плану
- 8.3. Бізнес-аналіз — основна передумова планування в підприємстві
- 8.4. Чинники успіху у бізнесі
- 8.5. Технологія складання бізнес-плану. Структура бізнес-плану
- 8.6. Технологія складання фінансового плану

8.1. Сутність, завдання та основне призначення бізнес-плану

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

Бізнес-план — це докладний, чітко структурований і ретельно підготовлений документ, який описує, до чого прагне фірма, як вона збирається досягти поставленої мети і який матиме вигляд після її досягнення. Це зручна, загальноприйнята форма ознайомлення постійних інвесторів з проектом, в якому їм пропонується взяти участь.

Відповіддю на запитання «Для чого потрібно складати бізнес-план?» є дві найважливіші причини для підготовки бізнес-плану:

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

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

Складання *бізнес-плану* забезпечує менеджерам отримання таких вигод: з'ясування ідей, створення команди, практику в проведенні аналізу і презентації, допомогу в отриманні грошей.

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

- ◆ усвідомити місце підприємства на ринку;
- ◆ проаналізувати перспективи розвитку галузі, ринку, товару (послуги);
- ◆ з іншого боку подивитися на діяльність підприємства, його проблеми, перспективи;
- ◆ водночас зрозуміти й обмеження *бізнес-плану*.

Проте *бізнес-план* не є панацеєю від усіх невдач, не може дати відповіді на всі запитання і проблеми, що виникають перед підприємством, і залежить від кваліфікації людей, які його складають і реалізовуватимуть.

8.2. Концепція, функції і мета *бізнес-плану*

Розроблення концепції — це єдине, що привносить у *бізнесі* емоційний аспект. Вона в загальних рисах засвідчує бачення того, яким буде ваше підприємство і переконує інших у важливості його.

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

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

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

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

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

Вдало розроблений план охоплює три основні функції.

По-перше, *бізнес-плану* належить роль техніко-економічного обґрунтування (ТЕО). Розроблення *бізнес-плану* примушує власника або менеджера-підприємця викласти свої дії на папері й обґрунтувати та оцінити ті пропозиції, на які вони спираються. Техніко-економічне обґрунтування допомагає визначити необхідність і належне розміщення ресурсів, указуючи власнику на

всі слабкі місця й упущення; одночасно бізнес-план покликаний скоротити до мінімуму можливі непередбачені труднощі.

По-друге, такий план буде інструментом управління і виступатиме у ролі керівництва до перетворення задуманого в життя, а також критерієм, за допомогою якого оцінюватиметься робота підприємства. За умов умілого використання він дає можливість директору або власнику бізнесу звернути увагу на проблеми, що можуть виникнути у майбутньому, і на існуючі можливості до того, поки вони не будуть упущені.

По-третє, бізнес-план є інструментом для забезпечення фінансування певного підприємства. Незалежно від того, який характер мають капіталовкладення, на які ви розраховуєте (банківські інвестиції, внутрішні чи іноземні капіталовкладення з боку приватних осіб, державні субсидії або фонди для фінансування підприємств з високим ризиком), докладно опрацьований, вдало складений бізнес-план потрібний за будь-яких обставин.

8.3. Бізнес-аналіз — основна передумова планування в підприємстві

Аналіз внутрішнього середовища передбачає планування і прогнозування, що дає менеджерам змогу підготувати основу для подальшої роботи, а не ризикувати у сподіванні на вдачу. Маємо багато прикладів, коли сміливі й ризиковані ініціативи чудово себе виправдали, проте ще більше випадків, коли результатом ризику був повний крах.

Інакше кажучи, планування і прогнозування мають свої межі, і потрібні досвідчені фахівці в цих галузях, щоб підготувати основу для отримання максимальної вигоди з діяльності фірми.

Бізнес-аналіз зовнішнього середовища і поточного стану фірми є необхідною передумовою розроблення ефективного плану. Він спрямований на отримання й узагальнення об'єктивної інформації про стан фірми (силу, слабкість, можливості фірми, безпеку для неї).

Аналіз зовнішнього середовища — це процес, за допомогою якого підприємець або менеджер оцінює зовнішню безпеку і можливості, що можуть перешкоджати або сприяти досягненню поставленої мети.

Кон'юнктура ринку — це ситуація, яка склалася на ринку. Її характеризують співвідношення попиту і пропозиції товарів на ринку, рівень цін, товарні запаси, ступінь конкуренції, наявність товарів-замінників, тенденції розвитку науково-технічного прогресу щодо певного виробництва та інші показники.

Аналізуючи стан фірми на ринку, слід керуватися тим, що всі ринки безперервно змінюються, тому потрібно знати динаміку вашої частки на ринку.

Джерелами коштів фірми є: гроші на рахунку; цінні папери, що швидко реалізуються; дебіторська заборгованість; амортизація; довготерміновий борг; нерозподілені прибутки. Напрями використання і розміщення коштів фірми такі: сировина і матеріали; фіксовані активи; кредиторська заборгованість; короткотермінові позики; інші борги.

Отже, аналіз джерел і напрямів використання та розміщення коштів показує, як фінансується фірма і як використовуються її ресурси. Цей аналіз є складовою фінансового планування і контролю. Зменшення суми активів, зростання заборгованості і капіталу — це джерела коштів. Зростання суми активів, зменшення заборгованості й капіталу — це використання коштів.

Основною проблемою під час аналізу конкуренції в бізнес-плані є те, що досить складно спостерігати за всіма реальними і потенційними конкурентами, тому слід виділити їхні стратегічні групи, завести на них картотеку. *Стратегічна група* — це група фірм у галузі, які є вашими прямими конкурентами або використовують подібні стратегії діяльності на ринку.

Ключ до успішного підприємництва — у щирій зацікавленості бізнесмена до структури потреб покупців. Аналіз збуту продукції — одна з найважливіших складових у бізнес-плануванні. Нині існує кілька методів прогнозування обсягу продажу. Проте жодний з них не може дати точної картини реальних можливостей збуту.

Основні методи прогнозування обсягів продажу такі: *інтуїція, огляд ринку, аналіз динаміки продажу, економетричні моделі*.

Ефективність збутової діяльності досліджують за обсягом продажу, виручки, часом збуту і територією поширення.

У бізнес-плані обов'язково зазначають, як установлюватиметься ціна на продукцію, і порівнюють свої ціни з цінами конкурентів (вищі, нижчі, на рівні цін конкурентів).

Визначення ціни — досить важливий процес, який обов'язково має враховувати еластичність попиту.

Просування товарів на ринок — це комплекс заходів, спрямованих на формування попиту і стимулювання збуту продукції, тобто врешті-решт — на збільшення обсягу продажу.

З метою розширення обсягу продажу своєї традиційної продукції фірми завдяки наданню додаткових послуг споживачам, рекламі й активізації діяльності щодо просування товару розробляють різні стратегії. До них належать, зокрема, стратегії: розроблення товару; розвитку ринку товару; диверсифікації.

8.4. Чинники успіху у бізнесі

Конкурентні переваги — це ті унікальні відчутні і невідчутні активи, якими володіє фірма, ті стратегічно важливі для певного бізнесу галузі діяльності, що допомагають перемагати в конкурентній боротьбі. Вони існують тоді, коли ви можете отримати рентабельність, вищу від середньої для фірм певної галузі або сегмента ринку.

Помітні, або відчутні, ресурси — це фізичні і фінансові активи фірми, відображені в бухгалтерському балансі (основні фонди, запаси, грошові засоби тощо).

Невідчутні ресурси, або нематеріальні активи — це зазвичай якісні характеристики фірми.

На практиці конкурентні переваги можуть мати різноманітні форми залежно від специфіки галузі, товару і ринку. Основна вимога — ви повинні відрізнитися від конкурентів реально, виразно й істотно. Намагайтеся захистити свої конкурентні переваги (монополія, патенти, таємність тощо).

Провівши докладний аналіз діяльності фірми в минулому та стану галузі, можна переходити до наступного етапу складання бізнес-плану — визначення цілей діяльності фірми.

Використовуючи результати аналізу зовнішнього середовища і внутрішніх можливостей фірми, визначте загальну довготермінову мету фірми.

Мета має бути зрозумілою, вимірною і досяжною.

Звичайно, ця мета охоплює практично всі сфери фірми і взаємопов'язана з багатьма чинниками. Встановити ці чинники і взаємозв'язки — ваше завдання.

Якість-ціна: поліпшення якості сприяє підвищенню ціни на товари.

Якість-персонал: має відповідати кваліфікація працівників, система контролю якості.

Якість-репутація фірми тощо.

Сьогодні фірми виявляють підвищену зацікавленість до комерційної і економічної інформації. Інформація стає товаром, причому особливим, специфічним товаром, реалізація якого не зменшує його запаси.

Планування ніколи не може виключати ризик із економічних рішень, воно зумовлює потребу у кількісному оцінюванні усвідомленого ризику.

8.5. Технологія складання бізнес-плану. Структура бізнес-плану

Оскільки підприємцям доводиться вести справи в різних галузях агропромислового комплексу і сферах діяльності, то і форми бізнес-плану будуть різними у кожному конкретному випадку.

Складовими будь-якого бізнес-плану є три М — Management, Marketing, Money (управління, маркетинг, фінанси).

Основні розділи, які потрібно відображувати в бізнес-плані.

1. **Короткий огляд, або резюме, проекту.**
2. **Компанія і галузь, у якій вона зайнята.**
3. **Продукція (послуги).**
4. **Ринок і маркетинг.**
5. **Стратегія маркетингу.**
6. **Виробнича діяльність.**
7. **Управління і права власності.**
8. **Стратегія фінансування.**
9. **Ризики та їх облік.**

Рекомендації щодо оформлення бізнес-плану:

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

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

3. Не перенавантажуйте бізнес-план надмірними викладками і цифрами, у разі потреби винесіть їх у додатки. Ідеальний розмір бізнес-плану для зовнішнього користувача — до 10 сторінок тексту, доповненого фінансовими розрахунками. Здебільшого простежується прямий зв'язок між необхідною сумою грошей і розміром бізнес-плану: що більша сума грошей, то більше сторінок у бізнес-плані.

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

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

8.6. Технологія складання фінансового плану

Фінансовий план є одним із основних розділів бізнес-плану. Саме на основі даних фінансового плану підприємець, а також і його інвестори і кредитори, отримують відомості про дохідність запропонованих інвестицій, потребу у матеріальних і фінансових ресурсах, джерела їх надходження і витрат.

Під час складання фінансового плану потрібно вирішити дві основні проблеми:

1. Визначити, яка бажана динаміка (крива) показників норми прибутку — співвідношення прибутку і вкладеного капіталу.

2. Оптимізувати кожний із показників, які впливають на норму прибутку.

Складаючи фінансовий план вашої майбутньої діяльності, треба підготувати ті самі документи, що і під час аналізу поточного фінансового стану вашої фірми. Проте послідовність підготовки може бути різною.

Планування фінансового стану фірми в бізнес-плані розпочинають зі складання прогнозних фінансових звітів. На основі прогнозу продажу складають такі фінансові документи: баланси комерційної діяльності, звіт про доходи і звіт про зміни фінансового стану. Прогнозні звіти складають методом відсоткового співвідношення до продажу. Він ґрунтується на тому, що на рух активів фірми впливають зміни в обсязі реалізації.

Важливим завданням фінансового планування є прогнозування грошових потоків, що дає змогу визначити майбутні грошові надходження фірми та її витрати.

Надзвичайно важливим є розділ бізнес-плану з менеджменту. Рідко кому вдається подати управлінську команду, яка реалізовуватиме проект, її досвід, зрілість і кваліфікацію, а також описати механізм реалізації проекту.

Часто з міркувань конфіденційності автори плану не бажають зазначити власників фірми, засоби, якими вони володіють, та інші комерційні дані. Ці

дані можуть виноситися у додатки і надаватися лише під час проведення конкретних переговорів з кредиторами.

Досить часто в плані не розглядають ризики, проблеми і ускладнення, що можуть виникнути під час його реалізації.

Контрольні питання

1. Яка основна сутність та призначення бізнес-плану?
2. Назвіть функцію і мету бізнес-плану.
3. Які основні завдання бізнес-плану?
4. У чому полягає бізнес-аналіз та які його складові?
5. Поясніть необхідність проведення фінансового аналізу та його зміст.
6. Які основні чинники успіху в бізнесі?
7. Дайте характеристику інформаційній базі під час бізнес-планування.
8. Які основні розділи містить бізнес-план та їх основний зміст?
9. Назвіть основні вимоги до складання бізнес-плану.
10. Розкрийте зміст та методику складання фінансового плану.
11. Які основні помилки та недоліки під час складання бізнес-планів?

МОДУЛЬ 3.

ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОЇ ТА КРЕДИТНОЇ СИСТЕМИ, РОЗВИТОК ВЗАЄМОВІДНОСИН ТА ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

ТЕМА 9. ПОДАТКОВА ТА КРЕДИТНА СИСТЕМИ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

- 9.1. Система оподаткування малого та середнього бізнесу
- 9.2. Сутність акцій, облігацій і векселів
- 9.3. Лізингове кредитування
- 9.4. Умови отримання та повернення кредитів та їх різновид.
- 9.5. Кредитний договір. Спотові, форвардні і ф'ючерсні контракти

9.1. Система оподаткування малого та середнього бізнесу

Податки — це система примусового стягнення державою за встановленими правилами з фізичних та юридичних осіб з метою майбутнього використання їх для задоволення суспільних потреб.

Податки класифікують за такими ознаками:

◆ *за напрямками використання* — на загальнодержавні податки та інші обов'язкові платежі; місцеві податки, збори та інші обов'язкові платежі. Такий поділ податків зумовлений необхідністю формування бюджетів різних рівнів і, виходячи з цього, різним їх статусом щодо формування і використання;

◆ *за характером дії* — на непрямі і прямі. Прямі податки зазвичай пов'язані з об'єктом оподаткування і залежать від фінансових його результатів, тоді як принцип сплати непрямих податків зовсім інший — вони пов'язані з ціною і платник не відчуває їх прямої дії;

◆ *за способом стягнення* — на прогресивні, регресивні, пропорційні. Залежно від цього формують податкові ставки і шкали оподаткування;

◆ *за суб'єктами оподаткування* — на податки, що стягуються з підприємств, і податки на особисті доходи;

за джерелами сплати — на такі, що сплачуються за рахунок прибутку підприємств, і такі, що включають до витрат виробництва. Цей поділ має принципове значення, бо від цього залежить кінцевий фінансовий результат.

Податок на додану вартість (ПДВ) — непрямий податок на додану вартість, що створюється на всіх стадіях виробництва та обігу, включається у вигляді надбавки до ціни товару і повністю сплачується кінцевим споживачем.

Чинним законодавством платниками податку на додану вартість визначені особи, на яких покладено обов'язок здійснювати утримання та внесення до бюджету податку, що сплачується покупцем, а також особи, які ввозять (пересилають) товари на митну територію України.

Акцизний збір — це непрямий податок на високорентабельні та монополні товари (продукцію), який включають до ціни цих товарів (продукції). Перелік товарів (продукції), на які встановлюється акцизний збір, та його ставки затверджуються Верховною Радою України. Акцизний збір стягується з готового товару на кінцевій стадії виробництва або передавання для реалізації в торгівлю.

Ставки акцизного збору встановлюють по групах товарів і є єдиними на всій території України. Перелік товарів та ставки акцизного збору регулюються Верховною Радою України. Податкові ставки акцизного збору мають різну розмірність — установлюють як у твердих, так у відсоткових ставках. Тверді ставки встановлюють в євро, а відсоткові — щодо оподаткованого обороту, який включає суму акцизу.

Товари та інші предмети, що ввозять на митну територію України і вивозять за межі цієї території, підлягають оподаткуванню митом. Мито є непрямим податком на товари та інші предмети, що стягуються митницею, які переміщуються через митний кордон України. Це переміщення може бути пов'язане з ввезенням, вивезенням або перевезенням транзитом товарів чи транспортних засобів.

В Україні застосовують такі види мита:

◆ *адвалерне*, що нараховують у відсотках до митної вартості товарів та інших предметів, які оподатковуються митом;

◆ *мірі* на одиницю товарів та інших предметів, які оподатковуються митом;

◆ *комбіноване*, що поєднує обидва ці види митного оподаткування.

Ввізне мито нараховують на товари та інші предмети під час ввезення їх на митну територію України.

Вивізне мито нараховують на товари та інші предмети під час вивезення їх за межі митної території України. Вивізне мито нараховують за ставками, передбаченими Єдиним митним тарифом України.

Спеціальне мито застосовують: як засіб захисту українських виробників, як засіб захисту національного товаровиробника у разі, коли товари ввозять на

митну територію України в обсягах та (або) за таких умов, що заподіюють значної шкоди або створюють загрозу заподіяння значної шкоди національному товаровиробнику; як запобіжний засіб щодо учасників зовнішньоекономічної діяльності, які порушують національні інтереси у сфері зовнішньоекономічної діяльності; як заходи у відповідь на дискримінаційні та (або) недружні дії інших держав, митних союзів та економічних угруповань, які обмежують здійснення законних прав та інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та (або) ущемляють інтереси України.

Антидемпінгове мито застосовують: у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом демпінгу, яке заподіює шкоду національному товаровиробнику; у разі вивезення за межі митної території України товарів за ціною, істотно нижчою за ціни інших експортерів подібних або безпосередньо конкуруючих товарів на момент цього вивезення, якщо таке вивезення заподіює шкоду.

Компенсаційне мито застосовують: у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом субсидованого імпорту, яке заподіює шкоду національному товаровиробнику; у разі вивезення за межі митної території України товарів, для виробництва, переробки, продажу, транспортування, експорту або споживання яких безпосередньо або опосередковано надавалася субсидія, якщо таке вивезення заподіює шкоду.

Платниками мита є фізичні та юридичні особи, які переміщують товари та транспортні засоби через митний кордон України.

Скоригований валовий дохід — валовий дохід без врахування доходів, які за своєю суттю підлягають виключенню з метою оподаткування.

Валовий дохід — загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) впродовж звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, її континентальному шельфі, виключній (морській) економічній зоні, так і за їх межами.

Валові витрати виробництва та обігу (далі — валові витрати) — сума будь-яких витрат платника податку у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах, здійснюваних як компенсація вартості товарів (робіт, послуг), які купуються (виготовляються) таким платником податку для їх подальшого використання у власній господарській діяльності.

Амортизаційні відрахування (амортизація) — це поступове віднесення витрат на їх придбання, виготовлення або поліпшення, на зменшення оподаткованого прибутку платника податку у межах норм амортизаційних відрахувань. З метою нарахування амортизації основні фонди поділяють на такі групи:

група 1 — будівлі, споруди, їх структурні компоненти та передавальні пристрої, у тому числі житлові будинки та їх пристрої, житлові будинки та їх частини (квартири і місця загального користування), вартість капітального поліпшення землі;

група 2 — автомобільний транспорт та вузли до нього; меблі; конторське (офісне) обладнання; побутові, електронні, оптичні, електромеханічні прилади

та інструменти, інше конторське (офісне) обладнання, устаткування та приладдя до них;

група 3 — будь-які інші основні фонди, що не увійшли до груп 1, 2 і 4;

група 4 — електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичного оброблення інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друку інформації, інші інформаційні системи, комп'ютерні програми, телефони (у тому числі стільникові), мікрофони і рації, вартість яких перевищує вартість малоцінних товарів (предметів).

Плата за землю запроваджується з метою формування джерела коштів для фінансування заходів щодо раціонального використання та охорони земель, підвищення родючості ґрунтів, відшкодування витрат власників землі і землекористувачів, пов'язаних з господарюванням на землях гіршої якості, ведення земельного кадастру, здійснення землеустрою та моніторингу земель, проведення земельної реформи та розвитку інфраструктури населених пунктів.

Оподаткування сільськогосподарських угідь. Згідно із Законом України «Про плату за землю» ставки земельного податку за сільськогосподарські угіддя, що надані у встановленому порядку та використовуються за цільовим призначенням, незалежно від того, до якої категорії земель вони віднесені, встановлені у відсотках від їх грошової оцінки у таких розмірах: для ріллі, сіножатей та пасовищ — 0,1; для багаторічних насаджень — 0,03.

Отже, для визначення розміру земельного податку необхідно знати площу сільськогосподарських угідь, їх грошову оцінку та ставку податку.

Оподаткування земельних ділянок у межах населених пунктів. Ставки земельного податку з земель, грошову оцінку яких визначено, встановлюють у розмірі 1 % їх грошової оцінки, за винятком земельних ділянок, зазначених нижче.

Спрощену систему оподаткування було введено у 1998 р. Указом Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів підприємницької діяльності» від

03.07.98р. № 727/98. Нині діє редакція цього Указу № 746/99. Упродовж часу її функціонування спрощена система оподаткування для суб'єктів малого підприємництва набула значного поширення в Україні. Причинами цього стали такі чинники, як відносна простота нарахування та сплати єдиного податку, його зрозумілість для платників, врахування особливостей ведення господарської діяльності юридичними та фізичними особами, зниження податкового навантаження на них завдяки невисоким ставкам податку та відсутності потреби у веденні складного податкового та бухгалтерського обліку, що має місце у разі оподаткування на загальних підставах.

Податок з власників наземних транспортних засобів та інших самохідних машин та механізмів встановлюється як джерело фінансування будівництва, реконструкції, ремонту та утримання автомобільних шляхів загального користування та проведення природоохоронних заходів на водоймах. Цей податок сплачується за місцезнаходженням юридичних осіб і місцем проживання фізичних осіб на спеціальні рахунки територіальних дорожніх

фондів. В Україні в основу податку з власників транспортних засобів покладено об'єм циліндрів (потужність) двигуна.

Фіксований сільськогосподарський податок запроваджено Законом України «Про фіксований сільськогосподарський податок» від 17.12.98 р. № 320-ХІУ. Цей податок справляється з одиниці земельної площі і не змінюватиметься до 31 грудня 2009 р. Він є прямим податком, різновидом майнового податку. Фіксований сільськогосподарський податку включає такі податки і збори: податок на прибуток підприємств, земельний податок, податок з власників транспортних засобів, комунальний податок, збір за геологорозвідувальні роботи, виконані за рахунок бюджету, плату за придбання торгового патенту торгівельної діяльності, збір за спеціальне водокористування.

9.2. Сутність акцій, облігацій і векселів

Умови і порядок випуску цінних паперів, регулювання посередницької діяльності визначає Закон України «Про цінні папери і фондову біржу».

Цінні папери — це грошові документи, що засвідчують право володіння або відносин позики, визначають взаємовідносини між особою, яка їх випустила, та її власником і передбачають виплату доходу у вигляді дивіденду або відсотків.

Акція — це цінний папір без установленого терміну обігу, що засвідчує часткову участь у статутному фонді акціонерного товариства, підтверджує членство в акціонерному товаристві та право участі в управлінні ним, дає право його власникові на отримання частини прибутку у вигляді дивіденду, а також на участь у розподіленні майна в разі ліквідації акціонерного товариства.

Акції поділяють на іменні та на пред'явника, привілейовані та прості.

Облігація — це цінний папір, що засвідчує внесення її власником грошових коштів і підтверджує зобов'язання відшкодувати йому номінальну вартість цього цінного паперу в передбачений у ньому термін з виплатою фіксованого відсотка.

Облігації поділяють на такі види: внутрішніх державних і місцевих позик; підприємств усіх форм власності.

Облігації можуть випускатися іменними і на пред'явника, відсотковими і безвідсотковими або цільовими, що перебувають у вільному обігу або з обмеженим колом обігу.

Облігації внутрішніх республіканських і місцевих позик випускають на пред'явника. Облігації, запропоновані для відкритого продажу з подальшим вільним обігом, крім безвідсоткових, мають і купонний листок.

Вексель — це письмове зобов'язання, боргова розписка стандартної форми, що дає право її власникові вимагати сплати відповідної суми (визначеної у векселі) від особи, яка видала вексель, у відповідний термін і у відповідному місці.

За угодами, що обслуговуються, векселі бувають фінансові і товарні або комерційні.

Застосування векселів сприяє розвитку комерційного кредиту, дотриманню платіжної дисципліни, спрощенню безготівкових розрахунків і скороченню потреби в банківських кредитних ресурсах.

9.3. Лізингове кредитування

Під *лізингом* розуміють довготермінову оренду машин і обладнання або договір оренди машин і обладнання, куплених лізингодавцем для лізингоодержувача з метою виробничого використання за збереження права власності на них за лізингодавцем на весь термін договору. Лізинг можна розглядати як специфічну форму фінансування вкладень в основні фонди за посередництва спеціалізованої лізингової компанії, котра здійснює придбання майна для третьої особи і віддає йому в оренду на довготерміновий період.

Суб'єктами кредитних відносин тут виступають: у ролі кредитора — лізингодавець, позичальника — лізингоодержувач.

Об'єктами лізингу можуть бути: машини та обладнання; засоби обчислювальної техніки; транспортні засоби; виробничі будівлі і споруди та інші основні фонди. До об'єктів лізингу не належать: об'єкти оренди державного майна; земельні ділянки та інші природні об'єкти.

Лізингодавець — це суб'єкт підприємницької діяльності, який передає об'єкт лізингу згідно з договором.

Лізингодавцями можуть бути лізингові компанії; комерційні банки; виробники машин, обладнання; державні і місцеві органи влади.

Лізингоодержувач — це суб'єкт підприємницької діяльності, який отримує об'єкт лізингу за договором.

Лізингоодержувачами можуть бути юридичні і фізичні особи.

Постачальник лізингового майна — це суб'єкт підприємницької діяльності, який виготовляє машини і обладнання та передає власне майно, яке є об'єктом лізингу.

До категорії продавців майна належать: виробники машин та обладнання; оптово-збутові організації; торгові фірми; власники майна та інші учасники лізингової угоди.

Розрізняють два види лізингу: оперативний і фінансовий.

Оперативний лізинг — це лізингова угода, за якої витрати лізингодавця, пов'язані з придбанням та утриманням об'єктів, що здають у лізинг, не покриваються орендними платежами впродовж одного лізингового контракту.

Фінансовий лізинг — це лізингова угода, яка передбачає впродовж періоду своєї дії виплату лізингових платежів, що покривають повну вартість обладнання або більшу її частину, додаткові витрати та прибуток лізингодавця.

Лізингові відносини ґрунтуються на лізинговій угоді.

Важливою позицією лізингової угоди є лізингова плата, яка є ціною користування об'єктом лізингу. До лізингової плати включають: амортизаційні відрахування; суму відсотків; винагороду лізингодавця; страхові платежі та інші витрати лізингодавця, передбачені договором лізингу.

Останнім часом лізингові відносини набувають подальшого розвитку. Створено державний лізинговий фонд, кошти якого спрямовують переважно в

сільськогосподарське машинобудування. Вироблена техніка передається на умовах лізингу машино-технологічним станціям і аграрним підприємствам. Створюються лізингові компанії при деяких комерційних банках. Практика свідчить, що значна частина підприємств має потребу у залученні машин, обладнання та іншої техніки на умовах лізингу. Це особливо важливо для сільськогосподарських підприємств, котрі мають відчутний дефіцит коштів для фінансування капітальних вкладень, а лізинг може значно поліпшити оновлення основних фондів. Надання лізингових послуг необхідне селянським (фермерським) господарствам у зв'язку з їх невеликими розмірами та обмеженими фінансовими можливостями.

9.4. Умови отримання та повернення кредитів та їх різновид.

Кредит — це позика у грошовій або натуральній формі, яка надається на умовах повернення із сплатою відсотків за користування однією юридичною чи фізичною особою іншої.

В умовах ринку розрізняють такі види кредиту: банківський, комерційний, іпотечний, податковий, споживчий (товарний), державний, міжнародний (зовнішньоекономічний).

Банківський кредит — грошова позика, що надається банками та іншими кредитними установами функціонуючим підприємствам і підприємцям. Це найпоширеніша форма кредиту у період переходу до ринкової економіки.

Комерційний кредит надається споживачу постачальником продукції у вигляді грошей або товарів з відстроченням платежу. В останньому випадку оформляють вексель як заставне зобов'язання покупця, де вказують суму позичених коштів, плату за кредит, терміни платежу та інші умови, погоджені сторонами.

Іпотечний кредит — це особливий вид економічних відносин з приводу надання кредитів під заставу нерухомого майна.

Податковий кредит надається фінансовим органам на основі кредитної угоди, укладеної підприємством з податковою адміністрацією, за місцем реєстрації підприємства для сплати податків на дохід (прибуток).

Споживчий кредит надається населенню у вигляді відстрочення платежу за товари довготермінового користування, на купівлю худоби, будівництво житла, садових будиночків та інші види послуг.

Державний кредит — це сукупність кредитних відносин між позичальником, в особі держави та підприємцями і населенням, як його кредиторами.

Міжнародний (зовнішньоекономічний) кредит — це позики, що отримують держава, банки, підприємці тощо від іноземних кредиторів або надають іноземним позичальникам.

Серед названих вище видів кредиту розрізняють кредити на окремі види залежно від їхнього характеру, цільового спрямування, об'єкта кредитування та інших ознак і критеріїв.

Процедура отримання фінансового кредиту підприємством передбачає: попередні переговори, подання в банк заяви та інших документів на отримання кредиту, оцінювання банком ефективності комерційної угоди (інвестиційного проекту) підприємства, підписання кредитного договору між підприємством і банком, надання кредиту і контроль банку за виконанням підприємством умов кредитування.

Порядок погашення кредиту — це спосіб погашення основної його суми і нарахованих відсотків. Кредит погашають повністю після закінчення терміну кредитної угоди або поступово, частинами. Відсоток нараховують на суму непогашеного кредиту.

За способом погашення позики можуть бути: до запитання; з погашенням у відповідний термін; з довготерміновим погашенням.

За позиками до запитання термін повного повернення конкретно не визначається і погашення відбувається на вимогу банку.

Позика може погашатися підприємством не тільки відповідно до кредитного договору, а й достроково (на вимогу кредитора або за бажанням підприємства).

Джерелами погашення кредиту підприємством можуть бути: виручка від реалізації продукції, отримана підприємством у процесі реалізації проекту кредитування; виручка від реалізації продукції власного виробництва, не пов'язаного з проектом кредитування; інші кошти від господарської діяльності.

Умови погашення кредиту обумовлюються під час підписання договору підприємства з банком, виходячи з: цільового спрямування кредиту; обсягів та терміну позики; порядку та термінів надходження коштів на рахунок підприємства; сезонності та циклічності виробництва; рівня платоспроможності та надійності матеріального забезпечення підприємства тощо.

Відсотки за користування кредитом нараховують щомісяця в розмірі, передбаченому кредитним договором. Сплата відсотків здійснюється за фактичну кількість днів користування позикою.

Підприємство може звернутися до банківської установи з проханням переглянути графік погашення заборгованості та нарахування відсотків. Банк може зважити на клопотання, якщо підприємство доведе об'єктивну неможливість отримання передбаченого бізнес-планом доходу в обсязі, достатньому для погашення позики. За згоди банку підприємство укладає з ним або додаткову кредитну угоду, або коригує лише графік зміни термінів часткових платежів.

Умови погашення кредитів суттєво впливають на фінансовий стан суб'єктів господарювання.

9.5. Кредитний договір. Спотові, форвардні і ф'ючерсні контракти

Кредитний договір визначає взаємні зобов'язання й економічну відповідальність за дотримання принципів кредитування двох сторін: підприємства та обслуговуючого його банку. Термін дії кредитного договору зумовлюється особливостями обороту оборотних коштів агропромислових підприємств. Він може укладатися на рік чи на більш короткий період.

У кредитному договорі вказують мету кредитування, умови, порядок надання й погашення позики, спосіб забезпечення кредиту, відсоткові ставки за кредит, права і відповідальність сторін та інші умови. Кредитний договір зазвичай містить такі розділи:

1. Загальні положення.
2. Права та обов'язки позичальника.
3. Права та обов'язки банку.
4. Відповідальність сторін.
5. Порядок вирішення спорів.
6. Термін дії договору.
7. Юридичні адреси сторін.

Біржові угоди з реальним товаром (спот, форвард) укладають з метою фізичного переходу товару від продавця до покупця на умовах, передбачених угодою.

Угоди з коротким терміном поставки (спот) передбачають негайне передавання товару покупцеві на умовах контракту. Виконання угод починається з моменту їх укладання, а поставка здійснюється у термін від 1 до 30 днів. За таких угод важливою є практика розподілення витрат на зберігання та страхування товару. Так, витрати на зберігання товару та вартість його страхування до моменту продажу відносять на рахунок продавця, а після укладання угоди, тобто після продажу — на рахунок покупця.

Угоди з відстроченою поставкою, або **форвард** — це взаємне передавання прав і обов'язків на реальний товар з відстроченим терміном поставки. Такі угоди оформляють як договори поставки.

Ф'ючерсні угоди — це взаємне передавання прав і зобов'язань щодо стандартних контрактів на поставку біржового товару, отже, передбачається купівля або продаж не реального товару, а тільки контракту на нього впродовж певного періоду.

Ф'ючерсні угоди укладають не на обсяги товару, а тільки на визначену кількість контрактів. Сумарні обсяги певного виду товару за ф'ючерсними угодами визначаються кількістю контрактів, а обсяги певного виду товару в кожному контракті стандартизовані. Розрахункова палата, нараховує або сплачує брокеру-покупцю, а він — своєму клієнтові позитивну для нього різницю. Із зниженням ціни дія відбувається навпаки — покупець вносить різницю цін брокеру, а той — Розрахунковій палаті, яка передає їх продавцю.

Контрольні питання

1. Що таке податки та як їх класифікують?
2. Хто є платником податку на додану вартість?
3. Які особи (юридичні чи фізичні) підлягають обов'язковій реєстрації платниками ПДВ?
4. Дайте визначення та перелічіть об'єкти оподаткування акцизним збором.

5. Який порядок обчислення акцизного збору?
6. Схарактеризуйте класифікацію мита.
7. Назвіть суб'єктів та об'єктів плати за землю.
8. Які ставки єдиного податку для підприємств?
9. Що таке податковий кредит і податкова соціальна пільга при оподаткуванні податком з доходів фізичних осіб?

ТЕМА 10. РОЗВИТОК ВЗАЄМОВІДНОСИН ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР АГРОБІЗНЕСУ

- 10.1. Організація, форми матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств
- 10.2. Організація, передумови розвитку, класифікація підсобних виробництв
- 10.3. Організація зберігання, перероблення та реалізації продукції сільськогосподарських підприємств

10.1. Організація, форми матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств

Необхідною умовою успішної діяльності всіх підприємницьких структур АПК є ефективне функціонування системи їх матеріально-технічного забезпечення.

Система матеріально-технічного забезпечення — це сукупність підприємств-виробників матеріально-технічних ресурсів, торговельно-посередницьких організацій, сервісних підрозділів, формувань з машиновикористання та державних органів, що регулюють відносини у сфері техніко-технологічного забезпечення.

Діяльність цієї системи має спрямовуватися на відтворення і розвиток матеріально-технічної бази, комплексну механізацію і автоматизацію технологічних процесів, відновлення і збереження родючості ґрунту в сільському господарстві на основі вітчизняного машинобудування та виробництва матеріальних ресурсів.

Закон України «Про матеріально-технічне забезпечення агропромислового комплексу» передбачає такі принципи створення і функціонування цієї системи:

- ◆ спрямування цінової, фінансово-кредитної і податкової політики держави на відновлення і підтримання платоспроможності підприємств агропромислового комплексу для досягнення розширеного відтворення основних засобів виробництва забезпечення однакових економічних умов у взаємовідносинах споживачів матеріально-технічних ресурсів із структурами їх виробництва, постачання, технічного обслуговування та надання виробничих послуг;

- ◆ рівноправність розвитку всіх форм власності й господарювання;
- ◆ вільний вибір структурами системи сфери діяльності;

- ◆вільний вибір товаровиробниками постачальників техніки, обладнання, матеріальних ресурсів і технологій, а також сервісних структур;

- ◆створення умов для розвитку конкуренції в усіх ланках системи;

- ◆обмеження економічними методами монопольних формувань у сфері матеріально-технічного забезпечення;

- ◆дотримання гарантій і відповідальності партнерів агропромислового комплексу за високу якість технічних засобів та наданих послуг, термінів і умов їх поставок, своєчасність взаєморозрахунків;

- ◆створення умов для забезпечення мінімальної кількості посередників у ланцюгу виробник — споживач;

- ◆забезпечення через амортизаційну політику своєчасного відтворення матеріально-технічних засобів.

Виробництво та реалізація матеріально-технічних засобів, технічне обслуговування і надання виробничих послуг набувають характеру цілісного технологічного процесу. Управління та координацію цим процесом здійснюють органи, діяльність яких ґрунтується на особливостях функціонування агропромислового комплексу, загальнодержавних і регіональних програмах соціально-економічного розвитку, які визначає Кабінет Міністрів України.

до проекту Закону України «Про матеріально-технічне забезпечення агропромислового комплексу», *матеріально-технічне забезпечення* — це система принципів, форм, методів, важелів і структур, які спрямовані на виробництво і постачання технічних засобів, запасних частин, пально-мастильних матеріалів, інших енергоносіїв, пестицидів, а також на техніко-технологічне обслуговування та надання виробничих послуг.

Матеріально-технічні ресурси — це сукупність матеріально-речових засобів і предметів праці, що постачаються промисловістю, за допомогою яких виробляють продукцію або надають відповідні послуги.

Надалі у міру стабілізації товарного ринку, збалансування попиту і пропозиції матеріально-технічне забезпечення споживачів АПК відбуватиметься тільки вільною купівлею-продажем засобів виробництва, а це створить необхідні умови для посилення комерційно-ділових зв'язків у процесі виробництва, обігу та споживання товарів виробничого призначення.

Діюча система матеріально-технічного забезпечення АПК може трансформуватися в ринкову інфраструктуру за дотримання таких основних принципів:

- ◆економічна рівність постачальницько-посередницьких формувань з постачальниками і споживачами;

- ◆демонополізація сфери обігу, створення умов для конкуренції;

- ◆використання різних форм власності, організаційних структур і видів господарської діяльності постачальницько-посередницьких формувань та надання їм самостійності;

- ◆підвищення економічної зацікавленості працівників постачальницько-посередницьких формувань у збільшенні видів і підвищенні якості наданих послуг.

В умовах ринкової економіки важливим завданням системи матеріально-технічного забезпечення є створення на різних регіональних рівнях служби менеджменту та маркетингу.

Агропромисловий комплекс через свою специфіку (залежність виробництва під природно-кліматичних умов, сезонність, територіальне розташування споживачів тощо) більшою мірою, ніж інші галузі, потребує створення надійної резервної системи постачання, до якої мають належати:

- ◆облік і прогнозування змін потреби АПК в основних видах матеріальних ресурсів по країні загалом та по окремих регіонах упродовж року;

- ◆формування потрібних матеріальних резервів та їх розміщення по території країни;

- ◆оперативний облік і маневрування запасами матеріальних ресурсів для потреб АПК залежно від ситуації, що складається під час виконання основних виробничих процесів у сільському господарстві (сівба, збирання та реалізація урожаю тощо).

Ринок матеріально-технічних засобів має реформуватися в міру створення організаційно-правових та економічних умов розвитку товарного виробництва. Це забезпечить право товаровиробника самостійно визначати форми організації матеріально-технічного забезпечення, вільного вибору партнерів.

Удосконалення матеріального і технічного забезпечення АПК має ґрунтуватися на реформуванні відносин власності ремонтно-транспортних і постачальницьких підприємств, створенні розгалуженої мережі посередницьких підприємств, розташованих поблизу своїх споживачів, розвитку прямих зв'язків між виробниками та споживачами матеріальних і технічних засобів. Посередниками на селі мають стати створені на базі РТП, рай агро постачальників технічні центри та універсальні дилерські контори заводів на основі різних форм власності, які візьмуть на себе функції і відповідальність за постачання не тільки нової техніки, а й запасних частин, матеріалів і обладнання, організацію гарантійного ремонту, технічного обслуговування сільськогосподарської техніки впродовж усього періоду її експлуатації, відновлення та продаж частково зношених машин, забезпечення матеріалами відповідно до потрібного асортименту і термінів використання, надання техніки в оренду і прокат, виконання окремих робіт і послуг.

Основним напрямом організації ринку матеріально-технічних ресурсів та послуг в агропромисловому комплексі є розвиток прямих зв'язків між їх виробниками та споживачами, скорочення ланцюга посередників. Такого скорочення досягають, коли матеріально-технічні ресурси постачають за схемами: завод — товаровиробник; завод — дилер — товаровиробник; завод — агротехсервісні структури — товаровиробник; завод — лізингові компанії — товаровиробник. Ремонтно-обслуговуючі структури реформованих колективних сільськогосподарських підприємств можуть функціонувати як окремі підрозділи, якщо господарства переходять до кооперативної форми господарювання; розподіляються між окремими галузями або виділяються в самостійні підрозділи у разі реформування за галузевою ознакою; виділяються

в окремі підприємства та організації з наданням повної юридичної та економічної самостійності при створенні фермерських господарств.

Упорядковується закупівля технічних засобів за кордоном. Насамперед купують тільки ту техніку, аналоги якої не виробляють в Україні, переважно на умовах створення спільних підприємств та їх одночасного інвестування. Поєднання цілеспрямованого імпорту зарубіжних технічних засобів з нарощуванням власного виробництва високоякісних машин на рівні кращих світових зразків за передовими технологіями сприятиме створенню конкурентного середовища на ринку техніки.

10.2. Організація, передумови розвитку, класифікація підсобних виробництв

Розвиток ринкових відносин в економіці України потребує створення нових і розширення існуючих видів підприємницької діяльності. Особливо така тенденція спостерігається в агропромисловому комплексі. Крім того, розвинене підсобне виробництво дає змогу сільськогосподарським підприємствам в умовах економічної кризи розвивати основне виробництво, зберігати трудові колективи, тобто воно є чинником економічної стабільності.

Доцільність поєднання сільськогосподарського виробництва з іншими видами діяльності зумовлена дією таких чинників: природних, соціально-економічних, організаційних, технологічних тощо. Їх взаємодія безпосередньо впливає на результати господарювання сільськогосподарського підприємства загалом.

Здебільшого для створення потужних промислових підприємств з перероблення цієї сировини її запаси малі або діючі підприємства не спроможні охопити всю мережу сировинних джерел. Тому доцільно організовувати невеликі виробництва місцевого значення на основі одного або кількох сільськогосподарських підприємств.

Раціональне використання природної сировини для виготовлення будівельних матеріалів (гравію, цегли, вапна тощо) частково дає змогу забезпечити потребу в них господарств та населення, збільшити прибутки. У цьому разі природні чинники взаємодіють з виробничими та соціально-економічними.

Додатковим джерелом грошових надходжень є перероблення в господарстві виробленої сільськогосподарської продукції. Це, зокрема, виробництво плодоовочевих консервів, сухофруктів, борошна, олії, круп, м'ясних та молочних виробів.

Потреба у переробленні цієї продукції спричинена також технологічним чинником — максимальним збереженням вихідних властивостей виробленої продукції, що досягається дотриманням оптимальних термінів її збирання, закладанням на зберігання або перероблення, тобто запобіганням якісним втратам.

Підсобні промислові виробництва виконують важливу економічну функцію не тільки щодо сільського господарства та сільського населення. Виробляючи продукти харчування, продукцію виробничо-технічного призначення, товари

народного споживання нехарчової групи, художні вироби, будівельні матеріали, вони забезпечують потреби внутрішнього ринку, створюючи конкуренцію імпортованим товарам завдяки нижчим цінам.

Організують і ліквідують підсобні виробництва в колективних сільськогосподарських підприємствах за рішенням загальних зборів (зборів уповноважених), на міжгосподарських підприємствах (в організаціях) — за рішенням зборів уповноважених представників господарств-учасників. Зазвичай їх створюють на території господарств, в окремих випадках (заготівля деревини, видобуток нерудних матеріалів тощо) — за їхніми межами.

Продукцію підсобних підприємств реалізують згідно з договорами, укладеними з організаціями споживчої кооперації, державної та приватної торгівлі, промисловими підприємствами та іншими господарськими формуваннями на колгоспних ринках, а також через систему власної торгівлі. Останнє особливо стосується агрофірм, агрокомбінатів та агроторговельних підприємств.

Підсобні підприємства функціонують на основі затвердженого Положення про їх діяльність, яке розробляють з урахуванням конкретних умов.

Створення підсобних підприємств і промислів у сільському господарстві є економічно закономірним етапом агропромислової інтеграції. Він зумовлений постійно зростаючими потребами людей у нових видах праці, об'єктивною необхідністю розвитку продуктивних сил, удосконалення виробничих відносин.

Діяльність підсобних підприємств спрямована на збільшення доходів і прибутків сільськогосподарських підприємств завдяки ефективнішому використанню трудових ресурсів, сільськогосподарської продукції, природних ресурсів тощо. Це питання особливо актуальне в умовах економічної кризи народного господарства.

Зокрема виділяють підсобні підприємства, що:

- 1)обслуговують основне виробництво;
- 2)переробляють сільськогосподарську продукцію;
- 3)випускають промислову продукцію.

Функціонування підсобних підприємств і промислів останнім часом показало, що економічно доцільним є поєднання розвитку підприємств у всіх трьох групах.

Підсобні підприємства сільськогосподарських виробників, що існують на сучасному етапі, в перспективі трансформуватимуться в нові організаційні традиційні та нетрадиційні форми.

10.3. Організація зберігання, перероблення та реалізації продукції сільськогосподарських підприємств

Важливим елементом агропромислового комплексу України є галузі, які забезпечують зберігання та перероблення сільськогосподарської продукції. Від ступеня їх розвитку, технічного оснащення, досконалості економічних зв'язків з сільськогосподарським виробництвом, розміщення споживачів значною мірою

залежать раціональне використання продукції рослинництва і тваринництва, рівень забезпеченості потреб населення у продуктах харчування.

Сільськогосподарська продукція зберігається безпосередньо у товаровиробників, а також централізовано на великих пунктах зберігання її (елеватори, овочесховища, холодильні камери тощо). Такі пункти можуть бути державними, акціонерними, міжгосподарськими і приватними.

Поряд з цим в умовах розвитку ринкової інфраструктури особливого значення набуває також розвиток так званої малої промисловості безпосередньо у місцях виробництва сировини — в сільськогосподарських підприємствах.

Принципи розміщення переробних підприємств, які в багатьох випадках враховували переваги концентрації виробництва, призвели до певної гігантманії їх. Під час розміщення великих переробних підприємств не завжди враховували потенціал сировинної зони і потребу в реалізації продукції для реалізації у свіжому вигляді. Особливо це характерно для плодо- овоче-консервного виробництва, концентрація якого в промислових центрах негативно позначилася не лише на діяльності переробних галузей, а й на забезпеченні населення свіжими овочами і плодами. Висока концентрація м'ясо-переробної галузі у містах призводить до негативних явищ. Унаслідок цього виробники несуть великі транспортні витрати і втрати живої маси тварин під час перевезення, в разі перетримування їх у господарствах і на майданчиках м'ясокомбінатів. За таких умов частина виробленої в сільському господарстві продукції на стадії заготівлі та перероблення втрачається, а населення недоотримає продукти харчування.

За розміщення переробних підприємств у великих містах і промислових центрах не завжди враховують забезпечення виробленою ними продукцією сільського населення. В умовах переходу різних регіонів України до ринку особливо важливим є самозабезпечення населення продуктами, які воно виробляє. Розвиток переробних галузей безпосередньо в господарствах, де виробляють сільськогосподарську продукцію, за економічно обґрунтованого розміщення їх покликаний певною мірою сприяти вирішенню продовольчого питання та досягненню соціальної рівності сільських і міських трудівників у забезпеченні їх продовольчими товарами.

Виробництво сільськогосподарської сировини поєднується з переробленням у різних формах. У господарствах України нині функціонують переробні виробництва, що виробляють продукцію харчової групи, які можна розподілити за шістьма класифікаційними ознаками:

За характером сировини, що споживається

За характером призначення готової продукції

За періодом роботи упродовж року

За терміном роботи упродовж доби

За способом отримання готової продукції

За рівнем механізації й автоматизації виробничих процесів

Створення ринку сільськогосподарської продукції та продуктів її перероблення є важливою складовою аграрної політики в Україні на сучасному етапі.

Ринок України є системою грошових відносин, яка діє на основі вільного ціноутворення, економічної самостійності та конкуренції товаровиробників.

Ринок сільськогосподарської продукції складається із сукупності відносин «продавець — покупець», за допомогою яких реалізується сільськогосподарська продукція. Його структура визначається співвідношенням різних форм реалізації цієї продукції.

Розширення дії ринку супроводжується перебудовою системи ціноутворення та обігу товарів і формування ринкових структур.

Найважливішою особливістю формування ринкових відносин в аграрній сфері економіки є те, що сільське господарство більше, ніж будь-яка інша галузь, залежить від кон'юнктури ринку, а продовольчий ринок найуразливіший з соціальної точки зору, оскільки його розвиток безпосередньо пов'язаний з рівнем життя населення, його платоспроможністю.

Формування ринку продовольчої продукції, особливо в умовах спаду виробництва, — важлива функція держави, яка має забезпечувати створення державного фонду і запасів сировини та продуктів її переробки; централізовані державні закупівлі потрібної кількості сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки.

Спільні підприємства розвиваються в умовах поглиблення інтернаціоналізації виробництва, об'єктивних процесів усупільнення капіталу, розвитку форм і методів його концентрації та вивезення. На масштаби й динаміку створення СП на території конкретних держав впливають рівень їх розвитку, природно-ресурсний та інноваційний потенціали, а також відповідна стратегічна орієнтація.

Значущим у ринковій інфраструктурі є подальший розвиток кооперативних ринків. Їхнє значення зростає з розвитком селянських господарств, розширенням особистих підсобних господарств на селі, коли зростають потоки сільськогосподарської продукції на колгоспні ринки.

Система кооперативних ринків значно знижує витрати обігових коштів на кожен гривню товарообігу, зменшує транспортні витрати та поліпшує торговельне обслуговування населення.

Успішне функціонування ринку агропромислової сфери в Україні потребує також подальшого розвитку інформаційної служби, маркетингових служб, особливо реклами вітчизняних товарів, яка є важливим елементом конкуренції та боротьби за ринок збуту.

Контрольні питання

1. Опишіть є систему матеріально-технічного забезпечення та її функціонування в Україні.
2. Які принципи формування ринку засобів виробництва для сільського господарства?

3. Які основні форми матеріально-технічного забезпечення АПК в ринкових умовах?

4. Які основні принципи функціонування системи виробничого обслуговування сільськогосподарських товаровиробників та його види?

5. Назвіть основні шляхи удосконалення економічних взаємовідносин між обслуговуючими структурами та сільськогосподарськими товаровиробниками.

ТЕМА 11. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ АГРОБІЗНЕСУ ТА ЙОГО ОЦІНЮВАННЯ

11.1. Критерій, методи і показники ефективності

11.2. Оцінювання фінансового стану сільськогосподарського підприємства та його виробничо-фінансових результатів

11.1. Критерій, методи і показники ефективності

Питання ефективності є ключовими для будь-якого бізнесу, зокрема й аграрного. Невизначеність майбутніх умов бізнесу та їх постійна зміна, наявність значних ризиків, необхідність залучення різноманітних ресурсів, а також конкурентна боротьба та інші чинники зумовлюють складність питань ефективності для досягання й оцінювання. Проте розглядати їх потрібно у всіх випадках, оскільки відсутність ефективності може призвести до повної або часткової втрати бізнесу. Економічна ефективність є загальною економічною категорією для будь-якого виду підприємницької діяльності.

Вона визначається зіставленням економічного результату (вигод від бізнесу) з витратами на досягнення цього результату. Зазначений критерій (основний принцип, мірило) повною мірою стосується й суб'єктів малого, середнього та великого бізнесу на селі, що здійснюють діяльність з метою максимізації своїх економічних результатів і мінімізації витрат, пов'язаних з отриманням їх. Отже, слід розрізняти поняття «ефект» і «ефективність». Ефект — загальна сума вигод від бізнесу, а ефективність — частка від ділення ефекту на витрати, здійснені з метою отримання цього ефекту.

Економічний ефект від діяльності малого, середнього і великого бізнесу на селі тісно пов'язаний із **соціальними наслідками**. Нерідко відмова від ведення бізнесу призводить до негативних соціальних наслідків, подолання яких потребує майбутніх витрат. У такому разі продовження бізнесу забезпечує ефект у розмірі економії майбутніх витрат. Тому такі збитки бізнесу можуть бути компенсовані стороною, яка у майбутньому змушена буде понести зазначені витрати.

Нескоординована діяльність малого, середнього, а особливо великого, бізнесу на селі може призвести до негативних **екологічних наслідків**, тобто екологічного забруднення (ерозії земель, засолення ґрунтів, забруднення водою тощо). За економічною сутністю **екологічне забруднення** в агробізнесі — це витрати, які його суб'єкти поклали на когось без їхньої згоди.

Критерій ефективності має наскрізний характер, а тому його слід дотримуватися на всіх рівнях оцінок: бізнес-проект, підприємство, група (об'єднання) суб'єктів агробізнесу, регіон і держава загалом.

Загальний економічний результат (ефект) від діяльності малого, середнього та великого бізнесу на селі можна визначити одним або кількома показниками. Краще, якщо показник один, але максимально враховує всі види ефекту.

У кінцевому підсумку, загальний дохід суб'єкта малого, середнього і великого бізнесу на селі за певний період у ринкових умовах характеризується обсягом збільшення його економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, що зумовлюють **зростання власного капіталу** (крім зростання капіталу через додаткові інвестиції за рахунок власників).

В умовах ринкової економіки прибуток розглядають як узагальнюючий показник фінансового результату господарської діяльності підприємств, зокрема малого, середнього та великого бізнесу на селі. Розрізняють прибуток бухгалтерський і економічний. **Чистий обліковий (бухгалтерський) прибуток** визначають як різницю між вартістю реалізованої продукції (послуг) і сумою витрат на виробництво цієї продукції, а **економічний прибуток** — як різницю між чистим обліковим (бухгалтерським) прибутком і нормальним прибутком; **нормальний прибуток** характеризується розміром прибутку на капітал у вигляді відсотка.

У малому бізнесі на селі, зокрема у фермерських господарствах, їх власники є основними або й єдиними виконавцями робіт, які проте не отримують зарплату. У такому разі **показник чистого доходу фермерського господарства** - містить можливу заробітну плату, наприклад, фермера або членів його сім'ї, а також економію витрат за нарахуваннями на заробітну плату.

У агробізнесі, що здійснюють юридичні особи, беруть участь наймані працівники. їх ефект вимірюється заробітною платою та іншими вигодами, які вони отримують від підприємства, наприклад, пільги на продаж продукції за собівартістю, утримання дитячих садків, надання агротехнічних послуг тощо.

Ефект орендодавця — орендна плата: з метою врахування інтересів держави застосовують показник орендної плати до сплати з неї податку, а орендодавця — орендної плати після оподаткування, тобто суму, яка використовується власником об'єктів оренди.

Проте в оцінюванні ефективності підприємницької діяльності найбільше значення має дохід, що залишається у підприємців для використання після вирахування відповідних податків, зборів, знижок тощо, **тобто прибуток після оподаткування (чистий прибуток)**.

Оцінювання економічної ефективності малого, середнього та великого бізнесу на селі доцільно здійснювати з урахуванням інтересів:

◆ власників бізнесу (підприємств, селянських або фермерських, господарств), а також потенційних інвесторів чи власників інвестиційних ресурсів — підхід інвестора;

◆ суб'єкта підприємницької діяльності або менеджерів підприємства — комерційний підхід;

◆держави або органів місцевого самоврядування — загальноекономічний підхід;

◆працівників.

На рівні держави як загальнодержавний показник обчислюють ефект в аграрній сфері, що характеризує створений тут валовий внутрішній продукт або валову додану вартість.

Розвиток будь-якого суб'єкта агробізнесу потребує певних витрат у формі інвестицій в *основний* і *оборотний капітал*, а за умов найму працівників — крім того, у *змінний капітал*.

В оцінюванні галузевих аспектів ефективності замість капіталу можна використовувати *показник поточних витрат*, коли частина капітальних витрат відображена амортизацією, земля — орендною платою, вкладення у оборотний капітал — витратами товарно-матеріальних цінностей, а змінний капітал — оплатою праці з нарахуваннями.

Для оцінювання ефективності використовують різні системи вимірювання витрат. Залежно від домінуючих у суспільстві економічних теорій і рівня дефіцитності ресурсів у світовій практиці застосовують такі *системи вимірювання ресурсів або витрат*: у *натуральних, вартісних, трудових і енергетичних одиницях*.

В умовах товарно-грошових відносин найзручніше оцінювати *витрати у вартісних одиницях*. Критерій ефективності потребує досягнення *максимальної вартості ефекту на одиницю витрат або використуваних ресурсів*.

В оцінюваннях, що ґрунтуються на трудовій теорії, витрати визначають за сумою живої та уречевленої в ресурсах праці. У цьому разі критерій ефективності характеризується *зростанням продуктивності суспільної праці*.

У фінансовому аналізі інвестиційних проектів доходи і витрати зводять до теперішньої або майбутньої вартості, а також визначають: різницю між зведеними доходами і зведеними витратами (*чиста приведена вартість*); обсяги реалізації, за яких доходи підприємства дорівнюють його витратам (*точка беззбитковості*), ставка дисконту, за якої сумарні дисконтовані вигоди дорівнюють сумарним дисконтованим витратам (*внутрішня норма рентабельності*); *норму прибутку, термін окупності проекту* тощо.

Отже, *ґрунтуючись на загальному для всіх форм підприємницької діяльності критерії економічної ефективності, у практиці оцінювання малого, середнього та великого бізнесу на селі доцільно застосовувати показники економічного ефекту й ефективності, які найбільше враховують особливості конкретних форм підприємництва і відносин власності, а також інтереси зацікавлених сторін*

11.2. Оцінювання фінансового стану сільськогосподарського підприємства та його виробничо-фінансових результатів

Фінансовий стан — це ступінь забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами, раціонального їх розміщення для здійснення

ефективної господарської діяльності та своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями.

Виходячи із сутності поняття «фінансовий стан» його основними характеристиками слід вважати *фінансову стійкість, платоспроможність, ліквідність, прибутковість і рентабельність, ділову активність на товарному та фінансовому ринках, а також майновий стан*. Узагальнюючою характеристикою фінансового стану виступає здатність підприємства залучати додаткові фінансові джерела на позичковому й інвестиційному ринках, яку оцінюють за рівнем його кредитоспроможності та інвестиційної привабливості.

Під час оцінювання ефективності ведення бізнесу фінансовий стан підприємства вивчають за допомогою *фінансового аналізу*.

Основними функціями фінансового аналізу для цілей ефективності бізнесу є:

- ◆ об'єктивне оцінювання фінансового стану підприємства;
- ◆ визначення чинників, що зумовили формування основних характеристик фінансового стану;
- ◆ виявлення й мобілізація резервів поліпшення фінансового стану;
- ◆ обґрунтування ефективних управлінських рішень щодо поліпшення фінансового стану та підвищення ефективності господарської діяльності.

Залежно від наведених нижче класифікаційних ознак фінансовий аналіз поділяють за:

- ◆ організаційною формою проведення — на внутрішній і зовнішній;
- ◆ обсягом оцінювань — на повний і тематичний;
- ◆ об'єктом аналізу — по підприємству загалом, структурній одиниці або підрозділу (центру відповідальності) або окремі фінансові операції;
- ◆ періодом проведення досліджень — на попередній, поточний і ретроспективний.

Метод фінансового аналізу — це система теоретико-пізнавальних категорій, регулятивних принципів дослідження фінансової діяльності суб'єктів господарювання й наукового інструментарію.

У свою чергу, **категорії фінансового аналізу** — це найбільш загальні, ключові поняття цієї науки. **Принципи фінансового аналізу** регулюють процедурну сторону його методології й методики. До них належать: системність, комплексність, регулярність, наступність, об'єктивність тощо. **Науковий інструментарій** (апарат) фінансового аналізу — це сукупність загальнонаукових і конкретно-наукових способів дослідження фінансової діяльності господарюючих суб'єктів.

Крім методів вирізняють системи фінансового аналізу. Здебільшого таких систем виділяють п'ять:

- а) горизонтальний аналіз — передбачає порівняння показників у динаміці;
- б) вертикальний аналіз — ґрунтується на вивченні структури досліджуваних явищ;
- в) порівняльний аналіз — включає порівняння досліджуваних показників з нормативами, аналогічними показниками інших підприємств, середньогалузевими, середньо районними показниками тощо;

г) коефіцієнтний аналіз — передбачає визначення відносних величин, що характеризують різні сторони діяльності підприємства;

д) інтегральний аналіз — дає змогу вивчити взаємозв'язки між окремими явищами та сформувати комплексні узагальнюючі показники.

Майновий стан характеризує забезпеченість підприємства основними видами майнових активів та їх співвідношення, що створюють умови для ведення ефективної господарської діяльності.

Аналіз **майнових активів** підприємства доцільно здійснювати окремо по оборотних і необоротних.

Оборотні активи характеризуються мобільністю, ліквідністю, використанням у процесі виробництва менше від одного року тощо. Тому й оцінюють їх з позицій ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та ефективності діяльності. У процесі поглибленого аналізу майнового стану вивчають винятково необоротні активи.

Серед **необоротних активів** виділяють чотири їх основні групи — основні засоби, нематеріальні активи, довготермінові фінансові інвестиції та незавершене будівництво. За їх структурою визначають *тип стратегії розвитку підприємства*: у випадках вагомого переважання частки основних засобів та незавершеного будівництва стратегія розвитку ідентифікують як виробничу; за значної частки довготермінових фінансових інвестицій — як інвестиційну, а нематеріальних активів — як інноваційну.

Найважливішими ознаками фінансового стану підприємства є його ліквідність і платоспроможність. Це дві взаємопов'язані економічні категорії, оскільки теперішня платоспроможність зумовлюється попереднім рівнем ліквідності, а платоспроможність у найближчій перспективі повністю залежить від сучасного стану ліквідності. Водночас, незважаючи на тісний зв'язок, ліквідність і платоспроможність — різні за змістом. **Платоспроможність підприємства** характеризує здатність суб'єкта господарювання своєчасно та в повному обсягу розраховуватися з власних платіжних зобов'язань, переважно за рахунок готівкових коштів. **Ліквідність підприємства** свідчить про його здатність перетворювати активи у грошові кошти для виконання власних фінансових зобов'язань перед усіма контрагентами й державою. Крім того, виділяють поняття **ліквідності активу**, яка є здатністю самого активу трансформуватися у грошові кошти.

Виходячи з розуміння сутності зазначених економічних категорій, основними характеристиками платоспроможності є:

- ◆ наявність грошових коштів для покриття зобов'язань підприємства;
- ◆ наявність ліквідних активів, що потенційно можуть бути трансформовані у грошові кошти;
- ◆ наявність короткотермінових зобов'язань, що потребують здійснення підприємством оперативних заходів;
- ◆ співвідношення ліквідних активів та короткотермінових зобов'язань.

Аналіз платоспроможності здійснюють переважно оцінюванням покриття.

Аналізуючи ліквідність підприємства необхідно визначити:

- ◆ наявність потенційно ліквідних активів, які можуть бути
- ◆ час, необхідний для перетворення матеріальних активів у грошові. Такий аналіз проводять оцінюванням оборотності оборотних коштів та визначенням тривалості операційного й фінансового циклів;
- ◆ доцільність й обов'язковість перетворення активів у грошові кошти через аналіз маневреності.

Аналіз покриття здійснюють в основному за даними балансу підприємства. Він передбачає оцінювання співвідношень оборотних активів та їх частин з короткотерміновими зобов'язаннями підприємства, а також з метою оцінювання достатності потенційно ліквідних активів для покриття заборгованості підприємства.

Показники оборотності активів та тривалість операційного й фінансового циклів дають можливість не лише оцінити ліквідність підприємства та активів, а й слугують індикаторами та вимірниками інтенсивності діяльності господарюючого суб'єкта.

Зазначений вище аналіз ґрунтується на **оцінюванні маневреності**, що застосовується в аналізі фінансової стійкості, а в аналізі ліквідності слугує для поглиблення й розширення її.

Фінансова стійкість підприємства — це здатність суб'єкта господарювання функціонувати та розвиватися, зберігаючи рівновагу своїх активів та пасивів у мінливому внутрішньому та зовнішньому середовищі, що гарантує його прибутковість, постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість.

Виходячи із визначення поняття «фінансова стійкість» її оцінювання має включати аналіз пасивів підприємства, джерел фінансування основних видів активів і маневреності. Тому **основними методами аналізу фінансової стійкості** є: оцінювання джерел фінансування запасів; коефіцієнтний аналіз структури джерел фінансування; оцінювання власного оборотного капіталу й маневреності.

Аналіз джерел фінансування запасів передбачає ідентифікацію типу фінансової стійкості, враховуючи, за рахунок яких коштів фінансуються усі запаси підприємства. Порядок оцінювання ґрунтується на визначення **вартості запасів** (виробничих запасів, незавершеного виробництва, запасів готової продукції й товарів та тварин на вирощуванні й відгодівлі) і порівнянні цієї вартості з наявними **основними джерелами фінансування**.

Під час оцінювання **ділової активності** вивчають інтенсивність використання капіталу підприємства та його положення на ринку цінних паперів (ринкову активність).

Враховуючи, що аналіз фінансового стану може бути внутрішнім і зовнішнім, його результати також мають аналогічні напрями використання. Результати **зовнішнього аналізу** використовують зовнішні суб'єкти під час визначення **інвестиційної привабливості** підприємства та його кредитоспроможності у процесі прийняття рішень щодо залучення додаткових джерел фінансування. За **внутрішнього аналізу** результати оцінювання сприяють **поліпшенню управління** підприємством з метою підвищення

ефективності його діяльності та запобігання кризовим явищам. Основні аспекти практичного використання результатів оцінювання фінансового стану в зовнішньому й внутрішньому аналізах такі.

Під поняттям *оцінка інвестиційної привабливості* підприємства слід розуміти сукупність переваг та недоліків суб'єкта господарювання, що безпосередньо або опосередковано впливають на ефективність інвестування.

Оцінювання інвестиційної привабливості здебільшого проводиться підприємством і його потенційними прямими інвесторами.

Лише так можна забезпечити стійкий фінансовий стан та високу ефективність підприємницької діяльності в малому, середньому та великому бізнесі на селі

Контрольні питання

1. Які основний зміст критерію ефективності та особливості його вимог щодо агробізнесу?
2. Які показники характеризують економічний ефект малого, середнього і великого бізнесу на селі?
3. Які особливості оцінювання економічного ефекту від агробізнесу за різними підходами суб'єктів аналізу?
4. Які загальні показники використовують для оцінювання економічної ефективності малого, середнього та великого бізнесу на селі?
5. Розкрийте поняття фінансового стану підприємства, його складові та методичні підходи до оцінювання.
6. Охарактеризуйте показники оцінювання майнового стану підприємства.
7. Які основні показники оцінювання платоспроможності підприємства?
8. Якими фінансовими показниками характеризується ліквідність підприємства?
9. За якими показниками оцінюють ділову активність підприємства?
10. Де практично використовують результати оцінок фінансового стану підприємства?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна література

1. Конституція України: Основний Закон України від 28 червня 1996 р. №254к /96 – ВР/ Верховна Рада України //Відомість Верховної Ради України. — 1996. - № 30 – Ст. 141.
2. Закон України «Про селянське (фермерське) господарство» від 20.12.91р. [Електронний ресурс]. — режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2009-12>
3. Закон України «Про фермерське господарство» від 19.06.2003 р. № 943-ІУ [Електронний ресурс]. — режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/973-15>
4. Указ Президента України «Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки» від 03.12.99 р. // Інформаційний тижневик. - 2000. — № 7.
5. Указ Президента України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 12.05.98 р. // Офіційний вісник України. — 1998. — № 19.
6. Указ Президента України «Про усунення обмежень, що стримують розвиток підприємницької діяльності» від 03.02.98 р. // Офіційний вісник України. — 1998.№ 5.
7. Указ Президента України «Про лібералізацію підприємницької діяльності та державну підтримку підприємництва» від 12.05.2005 р. № 779 // Офіційний вісник України. — 2005. — № 49.
8. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 9 грудня 2005 р. «Про стан агропромислового комплексу та заходи щодо забезпечення продовольчої безпеки України» від 28.12.2005 р. № 1861 // Офіційний вісник України. — 2005. — № 52.

Додаткова література

1. Бідзюра І.П. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу. / Бідзюра І.П., Збарський В.К., Ільчук М.М. — К., 2001. — 310 с.
2. Губені Ю. Як відкрити власну справу: практичні поради і рекомендації. / Губені Ю., Магійович І. — Л., 2001. —
3. Губський Б.В. Біржові технології ринку. /Б. В. Губський — К., 1997. — 240с.
4. Збарський В. К., Ільчук М. М. Біржова діяльність у підприємстві України: Навч. посіб. /В.К. Збарський, М.М. Ільчук. — К., 2000.
5. Збарський В.К. Теорія і практика планування підприємницької діяльності в АПК: Метод. посіб./ Збарський В.К., Ільчук М.М. — К., 1999.
6. Зіновчук В.В. Кооперативна ідея в сільському господарстві України і США / В.В. Зіновчук. — К., 1996.
7. Ільчук М.М. Спільні міжнародні підприємства: організація та функціонування./ Ільчук М.М., Збарський В.К. — К., 1999.
8. Ільчук М. М., Основи підприємницької діяльності та агробізнесу: Навч. посібник / М. М. Ільчук, Т. Д. Іщенко, В. К. Збарський та ін.; За ред. М. М. Ільчука. —К.: Вища освіта, 2002. — 398 с

9. Ільчук М.М. Підприємницька діяльність та агробізнес: Підручник / За ред. М.М. Ільчука, Т.Д. Іщенко. — К.: Вища освіта, 2006. — 416 с.
10. Лапуста М.Г. Риски в предпринимательской деятельности. / Лапуста М.Г., Шаршукова Л.Г. — М.:, 1996. — 234с.
11. Уилсон П. Международная торговля в малом бизнесе / Под ред. Л.Е. Строковцева. — М., 1995.
12. Уилсон П. Финансовый менеджмент в малом бизнесе: Пер. с англ. / Под ред. В.А. Мырлокови. — М., 1995.
13. Філіпович С. Г. Як створити селянське (фермерське) господарство. /С. Г. Філіпович — Л.:, 2000. — 180 с.
14. Червен І.І. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу. Навчальний посібник/ За ред. І.І. Червена, В.С. Шибаніна. — Миколаїв: МДАУ, 2007. — 290 с.

Навчальне видання

Кареба Марина Іванівна

Агробізнес та підприємництво

Опорний конспект лекцій

Формат 60x84/16

Папір друк. 652/142. Друк офсетний. Ум. друк. арк.

Обл.—вид. арк.

Тираж 5 прим. Зам. №