

А. М. Мельников, О. А. Коваленко, Н. Б. Пундяк

ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Під загальною редакцією
кандидата технічних наук, доцента
А. М. Мельникова

«Видавництво
«Центр учбової літератури»
Київ – 2013

УДК 330.101.542(075.8)
ББК 65.012.1я73
М 48

Рецензенти:

Пилипенко Ю. І. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії та основ підприємництва Державного ВНЗ «Національний гірничий університет»;

Черкавський О. В. – кандидат економічних наук, доцент, директор Дніпропетровської філії ВНЗ «Університет економіки та права (КРОК)».

М 48 **Мельников А. М.** Основи організації бізнесу [текст] : навч. посіб./ за заг. ред. А. М. Мельникова [А. М. Мельников, О. А. Коваленко, Н. Б. Пундяк] – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 200 с.

ISBN 978-617-673-200-6

Навчальний посібник призначений для вивчення теоретичних засад організації бізнесу, набуття загальнонаукових вмінь, якими повинен володіти студент. В посібнику розглянуті питання організації створення бізнесу, його організаційно-правові форми, фінансове забезпечення бізнесу, організації інфраструктури бізнесу, управління персоналом, організацією роботи з інформацією, організацією укладення угод, захист комерційної таємниці, страхування та управління ризиком в бізнесі, ділову етику в управлінні бізнесом. Детально розглянуто основні завдання індивідуальної роботи студентів при вивченні даної дисципліни.

Посібник направлений на підготовку бакалаврів в галузі знань 03.05 Економіка і підприємництво, а також може бути використаний керівним персоналом в малому та середньому бізнесі.

УДК 330.101.542(075.8)
ББК 65.012.1я73

ISBN 978-617-673-200-6

© А. М. Мельников, О. А. Коваленко, Н. Б. Пундяк., 2013
© «Видавництво «Центр учбової літератури», 2013

ЗМІСТ

Передмова	6
1. Організація створення бізнесу	8
1.1. Пошук ідеї бізнесу та умови його створення.....	8
1.2. Створення початкового капіталу у бізнесі та його використання.....	10
1.3. Легалізація бізнесу	11
Рекомендована література до лекції теми 1.....	15
Питання для самостійної роботи щодо змісту лекції теми 1.....	15
Тести для перевірки знань до лекції теми 1.....	15
Ключові терміни і поняття до лекції теми 1.....	17
2. Форми організації бізнесу	18
2.1. Підприємство як основа архітектури бізнесу	18
2.2. Об'єднання підприємств та господарські товариства	20
2.3. Організаційно-правові форми бізнесу.....	23
Рекомендована література до лекції теми 2.....	26
Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 2	27
Тести для перевірки знань до лекції теми 2.....	27
Ключові терміни і поняття до лекції теми 2.....	28
3. Організація фінансового забезпечення бізнесу	29
3.1. Організація фінансування бізнесу	29
3.2. Організація фінансового обслуговування бізнесу	32
3.3. Кредитування бізнесу.....	37
Рекомендована література до лекції теми 3:.....	44
Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 3	44
Тести для перевірки знань до лекції теми 3.....	45
Ключові терміни і поняття до лекції теми 3.....	46
4. Організація інфраструктури бізнесу	47
4.1. Елементи інфраструктури бізнесу	47
4.2. Організація банківської інфраструктури бізнесу	48
4.3. Біржова інфраструктура в бізнесі	51
4.4. Митна система в інфраструктурі бізнесу	56
4.5. Податкова система в інфраструктурі бізнесу.....	59
4.6. Система арбітражу в інфраструктурі бізнесу.....	66
Рекомендована література до лекції теми 4.....	71
Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 4	71

Тести для перевірки знань до лекції теми 4.....	72
Ключові терміни і поняття до лекції теми 4.....	73
5. Організація управління персоналом у бізнесі	74
5.1. Підходи до управління персоналом.....	74
5.2. Системи зв'язків із громадськістю.....	77
5.3. Стимулювання праці найманих робітників у бізнесі.....	78
Рекомендована література до лекції теми 5.....	82
Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 5.....	82
Тести для перевірки знань до лекції теми 5.....	83
Ключові терміни і поняття до лекції теми 5.....	84
6. Організація роботи з інформацією	85
6.1. Особливості інформації при прийнятті рішень у бізнесі.....	85
6.2. Економічні інформаційні системи в бізнесі	87
6.3. Вартість інформації та інформаційних продуктів.....	94
Рекомендована література до лекції теми 6.....	96
Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 6.....	96
Тести для перевірки знань до лекції теми 6.....	96
Ключові терміни і поняття до лекції теми 6.....	97
7. Організація укладання комерційних угод.....	98
7.1. Визначення й види комерційних угод у бізнесі.....	98
7.2. Організація ціноутворення при укладанні угод в бізнесі	100
7.3. Організація укладання комерційної угоди	110
7.4. Зміст контракту купівлі-продажу	111
Рекомендована література до лекції теми 7.....	115
Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 7.....	115
Тести для перевірки знань до лекції теми 7.....	116
Ключові терміни і поняття до лекції теми 7.....	117
8. Організація захисту комерційної таємниці	118
8.1. Поняття комерційної таємниці	118
8.2. Критерії визнання інформації комерційною таємницею.....	121
8.3. Організація захисту комерційної таємниці	126
Рекомендована література до лекції теми 8.....	133
Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 8.....	134
Тести для перевірки знань до лекції теми 8.....	134
Ключові терміни і поняття до лекції теми 8.....	135
9. Страхування та управління ризиками в бізнесі	136
9.1. Визначення ризику в бізнесі.....	136
9.2. Страхування від втрат у бізнесі	139
9.3. Страхування комерційних ризиків.....	143

9.4. Керування ризиками в бізнесі	148
Рекомендована література до лекції теми 9.....	154
Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 9	154
Тести для перевірки знань до лекції теми 9.....	154
Ключові терміни і поняття до лекції теми 9.....	156
10. Ділова етика в бізнесі	157
10.1. Етика в дотриманні ділових зобов'язань.....	157
10.2. Використання силового тиску в бізнесі.....	159
10.3. Організація взаємовідносин із владою при веденні бізнесу.....	160
10.4. Принципи ділової моралі.....	162
Рекомендована література до лекції теми 10:	164
Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 10:.....	164
Тести до перевірки знань до лекції 10.....	164
Ключові терміни і поняття до лекції теми 10	165
11. Збірка тестових завдань до лекційного модульного контролю з дисципліни	166
12. Критерії оцінювання лекційної модульної контрольної роботи.....	180
13. Методичні рекомендації до забезпечення підготовки індивідуального завдання з дисципліни.....	182
13.1. Навчальні цілі індивідуального завдання та загальнонаукові компетенції студента при його написанні.....	182
13.2. Тематика та завдання досліджень в індивідуальних завданнях.....	182
13.3. Перелік питань, що виносяться на захист індивідуальних завдань.....	190
13.4. Організація виконання індивідуального завдання.....	193
13.5. Структура індивідуального завдання та вимоги до його складових	193
13.6. Критерії оцінювання індивідуального завдання	195
13.7. Список літератури до виконання індивідуального завдання.....	196

Чтобы преуспеть в бизнесе, как, впрочем, и почти во всем другом, самое главное — это уметь сосредоточиться и рационально пользоваться своим временем
Ли Якокка

ПЕРЕДМОВА

Зміни в суспільно-політичному житті дежави призвели до коріної перебудови економічних відносин. Було покінчено з однопартійною системою так командно-адміністративними принципами керівництва в економіці, які затримували розвиток економічних процесів у рамках соціалістичної моделі економічного розвитку, що відірвана від сучасних досягнень загальносвітового розвитку. Однак перехід від командно-адміністративної економіки до ринкової не міг пройти безболісно. Перехідний період в Україні характеризується глибокою соціально-економічною кризою, яка виразилася в падінні виробництва, зниженні життєвого рівня народу, розладі фінансової системи, інфляційних процесах, безробітті та інших негативних економічних явищ.

Єдиною можливістю виходу із кризового стану є подальше перетворення економіки, створення умов для всестороннього розвитку бізнесу та ринкових відносин. Бізнес — це особлива економічна діяльність яка не кожному під силу, що вимагає не тільки економічних знань, рішучості, ділової хватки, готовності ризикувати, але й спроможності до творчості, неординарного мислення. Значний потенціал, який закладений у бізнесі, дозволяє розглядати його як фактор виробництва поряд з матеріальними, людськими та фінансовими ресурсами. В Україні бізнес не отримав такого розвитку, що дозволило йому зіграти гідну роль у реформуванні економіки держави. Можливості бізнесу в Україні не тільки не вичерпані, але й навіть не задіяні достатньо. Бізнес несе свою позитивну роль, активно сприяє збільшенню числа власників, формуванню середнього класу, росту долі економічно активного населення і створення нових робочих місць.

Навчальний посібник складається із лекційного та практичного модулів. Лекційний модуль охоплює питання дисципліни, які розглядають організацію створення бізнесу, форми його організації, фінансове забезпечення бізнесу, організації інфраструктури бізнесу, управління персоналом, організацію роботи з інформацією, організацію укладення угод, захист комерційної таємниці, страхування та управління ризиком в бізнесі, етику в управлінні бізнесом. Кожен змістовний модуль супроводжується метою

викладення матеріалу, планом, типовим завданням та переліком компетенцій, якими повинен оволодіти студент. Наприкінці кожного змістовного модулю подається перелік рекомендованої літератури, питання до самостійної роботи, тести, ключові поняття та терміни. До лекційного модульного контролю надається збірка тестових завдань, яка охоплює запитання репродуктивного, алгоритмічного та евристичного рівня складності. Для оцінювання лекційної модульної роботи подаються критерії оцінки. Практичний модуль представлений методичними рекомендаціями до забезпечення підготовки індивідуальних завдань з дисципліни, які включають навчальні цілі індивідуального завдання та загальнонаукові компетенції студента при його виконанні, наведена тематика і завдання досліджень, перелік питань, що виносяться на захист індивідуальних завдань, які являють собою оглядову наукову роботу у вигляді реферату. Приведена структура реферату та вимоги до його складових, як практичної модульної контрольної роботи та надані критерії її оцінки.

Навчальний посібник написаний на базі курсу «Системи технологій та організації бізнесу» напряму підготовки бакалаврів 6.030504 Економіка підприємства, що розроблений на кафедрі економіки підприємства Державного вищого навчального закладу «Національний гірничий університет».

У навчальному посібнику передмова написана А.М. Мельниковим, 1, 3, 4, 5, 7, 10 — А.М. Мельников, О.А. Коваленко; 2, 6, 8, 9, 11, 12, 13 — А.М. Мельников, Н.Б. Пундяк. Загальна редакція виконана канд. техн. наук, доцентом А.М. Мельниковим.

1. ОРГАНІЗАЦІЯ СТВОРЕННЯ БІЗНЕСУ

Мета лекції — формування системного уявлення про організацію створення бізнесу.

План лекції

- 1.1. Пошук ідеї бізнесу та умови його створення.
- 1.2. Створення початкового капіталу у бізнесі та його використання.
- 1.3. Легалізація бізнесу.

Типове завдання діяльності бакалавра — забезпечення умов створення та діяльності бізнесу.

Компетенції, якими повинен оволодіти студент:

- виявляти загальноекономічну сутність проблем;
- враховувати соціальні аспекти впливу держави на суспільство.

1.1. Пошук ідеї бізнесу та умови його створення

Приставаючи до організації бізнесу, підприємець ставить перед собою питання: що він може і хоче створити, на основі чого. Для організації бізнесу необхідні кошти, статутний фонд, приміщення. Для організації підприємницької діяльності — виробничі потужності, обладнання, відповідна технологія, підготовлені виробничі кадри тощо. Важливу роль відіграють результати вивчення ринку: попиту і пропозиції, ціна тієї продукції, яку підприємець передбачає виготовляти, стан конкурентів, можливість забезпечення виробництва продукції необхідними матеріальними і сировинними ресурсами. І, як результат підготовки до організації бізнесу, визначитись, який буде прибуток за тієї умови, що продукція буде конкурентноздатною і користуватиметься попитом на ринку.

Ідея бізнесу — це одержання прибутку підприємцем в результаті організації справи із задоволення суспільної потреби.

Сформулювавши ідею, суб'єкт підприємницької діяльності, як фізична або юридична особа, яка здійснює підприємницьку діяльність легітимно, визначається, який для нього прийнятний вид бізнесу: власна справа чи товариство (партнерство), що дозволяється створювати в Україні згідно з

ст. 45 Господарського Кодексу України підприємство в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах, передбачених законом, на вибір підприємця (наприклад, акціонерні товариства, які за типом поділяються на публічні акціонерні товариства та приватні акціонерні товариства).

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

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

У разі якщо в статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як десять відсотків, воно визнається підприємством з іноземними інвестиціями. Підприємство, в статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить сто відсотків, вважається іноземним підприємством. Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного капіталу в Україні діють підприємства унітарні (створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який ним призначається, керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства) та корпоративні (утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства).

Вибравши вид бізнесу, підприємець приступає до створення підприємства.

Суб'єкт господарювання може бути утворений за рішенням власника (власників) майна або уповноваженого ним (ними) органу, а у випадках, спеціально передбачених законодавством, також за рішенням інших органів, організацій і громадян шляхом заснування нового, реорганізації (злиття, приєднання, виділення, поділу, перетворення) діючого (діючих) суб'єкта

господарювання з додержанням вимог законодавства. Крім цього можуть утворюватися шляхом примусового поділу (виділення) діючого суб'єкта господарювання за розпорядженням антимонопольних органів відповідно до антимонопольно-конкуренсного законодавства України.

У випадках, коли для створення і діяльності підприємства потрібні природні ресурси, дозвіл на їх використання видається відповідно радою народних депутатів, а в передбачених законодавчими актами випадках — Верховною Радою України за поданням первинного природокористувача і при наявності позитивного висновку державної екологічної експертизи або відповідної ради народних депутатів.

Підприємству може бути передана в колективну власність або надана в користування, у тому числі на умовах оренди, земельна ділянка в порядку, встановленому Земельним кодексом України. Підприємство набуває прав юридичної особи від дня його державної реєстрації.

1.2. Створення початкового капіталу у бізнесі та його використання

Початковий капітал — це статутний фонд, виділені підприємству або залучені ним на засадах, визначених чинним законодавством, фінансові ресурси у вигляді грошових коштів або вкладень у майно, цінності, нематеріальні активи, цінні папери, закріплені за підприємством на праві власності або повного господарського відання. За рахунок статутного фонду підприємство формує свої власні основні та оборотні фонди (кошти).

Права підприємців щодо формування статутного фонду закріплені в законах України «Про господарські товариства» від 19.09.1991 № 1576-XII, «Про акціонерні товариства» від 17.09.2008 № 514-VI та у Господарському Кодексі України від 16.01.2003 № 436-IV та Цивільному Кодексі України від 16.01.2003 № 435-IV.

Майно підприємства становлять виробничі і невиробничі фонди, а також інші цінності, вартість яких відображається в самостійному балансі підприємства.

Джерелами формування майна підприємства є:

- грошові та матеріальні внески засновників;
- доходи, одержані від реалізації продукції, послуг, інших видів господарської діяльності;
- доходи від цінних паперів;
- кредити банків та інших кредиторів;

- капітальні вкладення і дотації з бюджетів;
- майно, придбане в інших суб'єктів господарювання, організацій та громадян у встановленому законодавством порядку;
- інші джерела, не заборонені законодавством України.

Цілісний майновий комплекс підприємства визнається нерухомістю і може бути об'єктом купівлі-продажу та інших угод, на умовах і в порядку, визначених цим Господарським Кодексом України та відповідними законами.

Наприклад, господарське товариство є власником:

- 1) майна, переданого йому учасниками товариства у власність як вклад до статутного (складеного) капіталу;
- 2) продукції, виробленої товариством у результаті господарської діяльності;
- 3) одержаних доходів;
- 4) іншого майна, набутого на підставах, що не заборонені законом.

Внеском до статутного (складеного) капіталу господарського товариства можуть бути гроші, цінні папери, інші речі або майнові чи інші відчужувані права, що мають грошову оцінку.

1.3. Легалізація бізнесу

Підприємство вважається легалізованим і набуває прав юридичної особи з дня його державної реєстрації. Державна реєстрація підприємства здійснюється у виконавчому комітеті міської, районної адміністрації за місцем знаходження або місцем проживання даного суб'єкта підприємницької діяльності, якщо інше не передбачено законом.

Згідно ст. 4 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» від 15.05.2003 № 755-IV державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців – засвідчення факту створення або припинення юридичної особи, засвідчення факту набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, а також вчинення інших реєстраційних дій, які передбачені цим Законом, шляхом внесення відповідних записів до Єдиного державного реєстру.

Для державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи подаються такі документи:

- рішення власника (власників) майна або уповноваженого ним органу про створення юридичної особи (крім приватного підприємства). Якщо власників або уповноважених ними органів два і більше, таким рішенням є установчий;

- договір, а також протокол установчих зборів (конференції) у випадках, передбачених законом;
- статут, як установчий документ, якщо це необхідно для створеної організаційної форми підприємництва;
- реєстраційна картка встановленого зразка, яка є водночас заявою про державну реєстрацію;
- документ, що засвідчує сплату власником (власниками) внеску до статутного фонду суб'єкта підприємницької діяльності в розмірі, передбаченому законом;
- документ, що засвідчує внесення плати за державну реєстрацію.

Установчими документами суб'єкта господарювання є рішення про його утворення або засновницький договір, а у випадках, передбачених законом, статут (положення) суб'єкта господарювання. В установчих документах повинні бути зазначені найменування суб'єкта господарювання, мета і предмет господарської діяльності, склад і компетенція його органів управління, порядок прийняття ними рішень, порядок формування майна, розподілу прибутків та збитків, умови його реорганізації та ліквідації, якщо інше не передбачено законом.

Для проведення державної реєстрації фізична особа (ст. 42 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» від 15.05.2003 № 755-IV), яка має намір стати підприємцем та має реєстраційний номер облікової картки платника податків, або уповноважена нею особа повинна подати особисто (надіслати поштовим відправленням з описом вкладення або в разі подання електронних документів подати опис, що містить відомості про надіслані електронні документи, в електронній формі) або через уповноважену особу державному реєстратору за місцем проживання такі документи:

- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації фізичної особи підприємця;
- копію документа, що засвідчує реєстрацію у Державному реєстрі фізичних осіб – платників податків;
- документ, що підтверджує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця;
- нотаріально посвідчену письмову згоду батьків (усиновлювачів) або піклувальника, або органу опіки та піклування, якщо заявником є фізична особа, яка досягла шістнадцяти років і має бажання займатися підприємницькою діяльністю.

Місцезнаходженням суб'єкта підприємницької діяльності (юридичної особи) на дату державної реєстрації може бути місце знаходження (місце проживання) одного із засновників або місце знаходження за іншою адре-

сою, що підтверджується договором оренди або іншим відповідним договором. Органам державної реєстрації забороняється вимагати від суб'єктів підприємницької діяльності додаткові документи, не передбачені цим законом.

Державна реєстрація суб'єктів бізнесу здійснюється за наявності всіх необхідних документів за заявочним принципом протягом п'яти робочих днів. Органи державної реєстрації зобов'язані протягом цього терміну внести дані з реєстраційної картки до реєстру суб'єктів підприємницької діяльності та видати свідоцтво про державну реєстрацію встановленого зразка з поставленим ідентифікаційним кодом (для юридичних осіб), який надається органам державної реєстрації органами державної статистики, або ідентифікаційним номером фізичної особи — платника податків та інших обов'язкових платежів. У визначений термін із дати реєстрації органи державної реєстрації направляють примірник реєстраційної картки з відміткою про державну реєстрацію відповідному державному податковому органу й органу державної статистики та подають відомості про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності до органів соціального страхування і Пенсійного фонду України.

Не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи — підприємця державним реєстратором видається (надсилається поштовим відправленням) заявнику виписки з Єдиного державного реєстру.

У виписці зазначаються:

- найменування юридичної особи або ім'я фізичної особи — підприємця;
- ідентифікаційний код юридичної особи або реєстраційний номер облікової картки платника податків;
- місцезнаходження юридичної особи або місце проживання фізичної особи — підприємця;
- прізвище, ім'я та по батькові осіб, які мають право вчиняти юридичні дії від імені юридичної особи або від імені фізичної особи — підприємця без довіреності, у тому числі підписувати договори, їх реєстраційні номери облікових карток платників податків;
- наявність обмежень щодо представництва від імені юридичної особи або фізичної особи — підприємця;
- дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі;
- дата видачі виписки.

Виписки з Єдиного державного реєстру підписується державним реєстратором і засвідчується його печаткою.

Підставами для постановлення судового рішення про припинення підприємницької діяльності фізичної особи — підприємця є (ст. 46 ч.2 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців» від 15.05.2003 № 755-IV):

- визнання фізичної особи – підприємця банкрутом;
- провадження нею підприємницької діяльності, що заборонена законом;
- неподання протягом року органам державної податкової служби податкових декларацій, документів фінансової звітності відповідно до закону;
- наявність в Єдиному державному реєстрі запису про відсутність фізичної особи – підприємця за зазначеним місцем проживання.

Орган державної реєстрації в десятиденний термін позбавляє суб'єкта підприємництва прав юридичної особи, що є підставою для виключення його з єдиного державного реєстру підприємств і організацій України.

Підприємство діє на основі статуту. Статут затверджується власником (власниками) майна, а для державних підприємств – власниками майна за участю трудового колективу.

У статуті підприємства визначаються власник та найменування підприємства, його місцезнаходження, предмет і цілі діяльності, його органи управління, порядок їх формування, компетенція та повноваження трудового колективу і його виборчих органів, порядок утворення майна підприємства, умови реорганізації та припинення діяльності підприємства. У найменуванні підприємства визначається його назва (завод, фабрика, майстерня та інші) і вид (індивідуальне, приватне, колективне, державне та інше). У статуті підприємства визначається орган, який має право представляти інтереси трудового колективу (рада трудового колективу, рада підприємства, профспілковий комітет та інше).

Відповідальність суб'єктів бізнесу передбачається у ст. 49 Господарського Кодексу України:

- підприємці зобов'язані не завдавати шкоди довкіллю;
- не порушувати права та законні інтереси громадян і їх об'єднань, інших суб'єктів господарювання, установ, організацій, права місцевого самоврядування і держави.
- за завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність.

Діяльність підприємства припиняється:

- з власної ініціативи підприємця;
- у разі закінчення строку дії ліцензії;
- у разі припинення існування підприємця.

Ліквідація підприємства здійснюється ліквідаційною комісією, яка утворюється власником або уповноваженим ним органом. За їх рішенням ліквідація може проводитися самим підприємством в особі його органу управління.

Рекомендована література до лекції теми 1

а) основна

1. *Варналій З. С.* Основи підприємництва: Навч. посібн. — 3-тє вид., випр. і доп. / Варналій З. С. — К.: Знання, 2006. — 330 с.

2. *Захарчин Г. М.* Основи підприємництва: Навч. посібн. / Захарчин Г. М. — К.: Знання, 2008. — 437 с.

б) додаткова

1. *Игнатъев А. М.* Основы бизнеса и предпринимательства: Учебн. пособ. / Игнатъев А. М., Крутин А. Б. — СПб.: СПбУЭФ, 1993. — 261 с.

2. *Крутин А. Б.* Введение в предпринимательство. Учебн. пособ. / Крутин А. Б., Пименова А. Л. — СПб.: СПбУЭФ, 1995. — 583 с

Питання для самостійної роботи щодо змісту лекції теми 1

1. Що необхідно для реалізації ідеї у бізнесі?
2. Які види підприємств згідно законодавства України дозволяється створювати для організації бізнесу?
3. Що таке примусовий поділ підприємства та як він здійснюється?
4. Що є початковим капіталом у бізнесі і як він створюється?
5. Від чого залежить зміна величини початкового капіталу?
6. Що таке легалізація бізнесу і як вона здійснюється?
7. Що є підставою для рішення суду про скасування державної реєстрації підприємства?
8. Що таке статут підприємства та його зміст?
9. В чому полягає відповідальність суб'єктів бізнесу?
10. Які умови ліквідації підприємства?

Тести для перевірки знань до лекції теми 1

1. Підприємство створюється згідно:

- а) рішення місцевих органів влади;
- б) власника майна;
- в) уповноваженої особи власника;
- г) рішення трудового колективу.

2. Статутний фонд підприємства може зростати за рахунок:

- а) прибутку підприємства;
- б) кредитів, одержаних підприємством;
- в) внесків держбюджетних організацій;
- г) дооцінки основних фондів.

3. Статутний фонд підприємства може зменшуватися за рахунок:

- а) рішення одного з його засновників;
- б) збитковості підприємницької діяльності;
- в) виходу одного з його засновників;
- г) рішення суду.

4. Діяльність підприємства може припинятися:

- а) згідно з рішенням одного з його засновників;
- б) згідно з рішенням всіх його учасників;
- в) на підставі рішення суду;
- г) по закінченню строку дії ліцензії або її анулювання.

5. Статутний фонд підприємства формується за рахунок:

- а) коштів власника;
- б) кредитних коштів;
- в) коштів інвестора;
- г) майна.

6. Величина статутного фонду підприємства може збільшуватися за рахунок:

- а) прибутку;
- б) собівартості;
- в) амортизаційних відрахувань;
- г) кредиту.

7. Величина статутного фонду підприємства може зменшуватися за рахунок:

- а) збитковості;
- б) ліквідності;
- в) рентабельності;
- г) прибутковості.

8. Статутний фонд акціонерного товариства формується шляхом реалізації:

- а) облігації;
- б) акцій;
- в) депозитів;
- г) кредитів.

9. Державна реєстрація підприємства здійснюється:

- а) виконавчим комітетом міської адміністрації;
- б) виконавчим комітетом міського виконкому;
- в) виконавчим комітетом районної адміністрації;
- г) виконавчим комітетом районної ради.

Ключові терміни і поняття до лекції теми 1

Власна справа

Відповідальність підприємства

Господарське товариств

Державна реєстрація

Ідея бізнесу

Казенне підприємство

Ліквідація підприємства

Початковий капітал бізнесу

Статутний фонд

Статут підприємства



2. ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

Мета лекції – узагальнення процесів створення бізнесу.

План лекції

- 2.1. Підприємство як основа архітектури бізнесу.
- 2.2. Об'єднання підприємств та господарські товариства.
- 2.3. Організаційно-правові форми бізнесу.

Типове завдання діяльності бакалавра – узагальнення процесів організації бізнесу.

Компетенції, якими повинен оволодіти студент:

- використовувати правові засади створення бізнесу;
- узагальнювати функції підприємства.

2.1. Підприємство як основа архітектури бізнесу

В Україні закінчується формування структури економіки. Свідченням цього є поява різних підприємницьких структур, властивих ринковій економіці, їх можна класифікувати за такими ознаками:

за формою власності:

- приватне підприємство;
- підприємство колективної власності;
- комунальне підприємство;
- державне підприємство;
- підприємство, засноване на змішаній формі власності;

за способом утворення (заснування):

- унітарні підприємства;
- корпоративні підприємства;

за кількістю працюючих та обсягом валового доходу від реалізації продукції за рік:

- малі підприємства;
- середні підприємства;
- великі підприємства.

Підприємство — це основна організаційна та виробнича ланка економіки країни, яка характеризується наступними ознаками: першою ознакою підприємства є самостійність у системі господарства країни; друга ознака — підприємство має самостійний баланс, розрахунковий рахунок у банку, печатку з назвою підприємства, товарний знак (для промислових підприємств); третя ознака — підприємство має закінчений цикл відтворення, тобто його продукція може в умовах поділу праці набувати форми товару; четверта ознака — підприємство має свій трудовий колектив з його специфічними інтересами.

Специфіка підприємств розкривається у наступному:

- по-перше, підприємство є технологічно і територіально відокремленою сукупністю засобів виробництва та робочої сили. Фактори виробництва — праця, земля, капітал, які є трьома «китами» економіки, — функціонують та розвиваються тільки об'єднавшись у рамках конкретних підприємств. Кожне підприємство має різні фактори виробництва і по-різному комбінує їх. На різних підприємствах застосовуються різні технології виробництва. Це означає, що дані підприємства технологічно і територіально відокремлені, як одне від одного, так і від інших підприємств. У цьому розумінні підприємство можна визначити як технологічне поєднання факторів виробництва;
- по-друге, кожне підприємство спеціалізується на виготовленні певного товару чи послуги. Поєднання факторів виробництва в процесі створення товару завершується випуском готової продукції, тобто виробничі процеси в рамках підприємства набувають завершеності у вигляді остаточного результату;
- по-третє, кожне підприємство, крім технологічно-територіальної, характеризується ще й економічною відокремленістю. Все майно підприємства, з усіма засобами виробництва та технологіями, є його власністю. Підприємство розпоряджається своїм майном, самостійно складає виробничу програму, набирає кадри, здійснює управління виробничим процесом, реалізує одержану продукцію, відшкодовує витрати та отримує прибуток. В економіці підприємства відбиваються економічні явища: виробництво, обмін, розподіл, споживання.
- по-четверте, підприємство — це завжди соціальний осередок суспільства, певний колектив співробітників. На підприємстві проходить важлива частина життя людини, за допомогою колективу відбувається її розвиток, духовне зростання. Від злагоди в колективі залежить економічний успіх підприємства.

Ця специфіка підприємства підпорядкована реалізації його основної виробничої функції — створенню максимуму товарів чи послуг для задоволення потреб суспільства за найменших витрат виробництва. Для здійснення цієї функції підприємство розгортає діяльність у різних сферах, виконуючи в кожній специфічні функції, до яких відносять:

- виробничо-технологічні функції підприємства, що пов'язані із забезпеченням процесу виробництва необхідними засобами та їх використанням, впровадженням новітніх технологій, раціоналізацією виробничих процесів і винахідництвом;
- економічні функції підприємства полягають в: управлінні процесами виробництва та збуту товарів, укладанні контрактів, найнятті працівників і раціональній організації їхньої праці, розподілі доходів (заробітної плати та прибутку), розрахунку економічної ефективності, ціноутворенні, вивченні ринку;
- соціальні функції підприємства — це поліпшення умов праці та відпочинку співробітників, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, надання допомоги та підтримки працівникам і членам їхніх сімей, благодійна діяльність;
- зовнішньоекономічні функції, за допомогою яких підприємство бере участь у міжнародному обміні товарів, спільному з іноземними партнерами виробництві, будівництві, науково-технічному співробітництві.

Таким чином, підприємство — це основна організаційна ланка народного господарства України, яка має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу).

2.2. Об'єднання підприємств та господарські товариства

Згідно із законодавством та відповідно до форм власності в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- приватне підприємство, засноване на власності фізичної особи;
- колективне підприємство, засноване на власності трудового колективу підприємства;
- господарське товариство;
- підприємство, яке засноване на власності об'єднання громадян;
- комунальне підприємство, засноване на власності відповідної територіальної громади;
- державне підприємство, засноване на державній власності, у тому числі казенне підприємство.

Державне підприємство, яке відповідно до законодавства України не підлягає приватизації, за рішенням Кабінету Міністрів України може бути перетворене в казенне підприємство. Рішення про перетворення державного підприємства в казенне приймається за однією з таких умов: підприємство проводить виробничу або іншу діяльність, яка відповідно до законодавства може здійснюватись тільки державним підприємством; головним споживачем продукції підприємства (більш як 50%) є держава; підприємство є суб'єктом природних монополій.

Підприємства мають право на добровільних засадах об'єднувати виробничу, наукову, комерційну та інші види діяльності, якщо це не суперечить антимонопольному законодавству України.

Підприємства можуть об'єднуватися в:

- **асоціації** — договірні об'єднання, створені з метою постійної координації господарської діяльності. Асоціація не має права втручатися у виробничу і комерційну діяльність будь-кого з її учасників;
- **корпорації** — договірні об'єднання, створені на основі поєднання виробничих, наукових та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників;
- **консорціуми** — тимчасові статутні об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення спільної мети;
- **концерни** — статутні об'єднання підприємств промисловості, наукових організацій, транспорту, банків, торгівлі тощо на основі повної фінансової залежності від одного або групи підприємців;
- інші об'єднання за галузевим, територіальним та іншими принципами.

Господарські товариства — це підприємства, установи, організації, створені на засадах угоди юридичними особами і громадянами шляхом об'єднання їхнього майна та підприємницької діяльності з метою одержання прибутку.

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

Товариства є юридичними особами, можуть займатися будь-якою підприємницькою діяльністю, яка не суперечить законодавству України.

Акціонерне товариство — господарське товариство, статутний капітал якого поділено на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями (згідно з ст. 3 Закону України «Про акціонерні товариства» від 17.09.2008 № 514-VI).

Акціонери відповідають за зобов'язаннями товариства тільки в межах належних їм акцій. У випадках, передбачених статутом, акціонери, які не повністю оплатили акції, несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства також у межах несплаченої суми.

Акціонерні товариства за типом поділяються на публічні акціонерні товариства та приватні акціонерні товариства. Кількісний склад акціонерів приватного акціонерного товариства не може перевищувати 100 акціонерів. Публічне акціонерне товариство може здійснювати публічне та приватне розміщення акцій. Приватне акціонерне товариство може здійснювати тільки приватне розміщення акцій. У разі прийняття загальними зборами приватного акціонерного товариства рішення про здійснення публічного розміщення акцій до статуту товариства вносяться відповідні зміни, у тому числі про зміну типу товариства — з приватного на публічне.

Засновниками акціонерного товариства визнаються держава в особі органу, уповноваженого управляти державним майном, територіальна громада в особі органу, уповноваженого управляти комунальним майном, а також фізичні та/або юридичні особи, що прийняли рішення про його заснування. Діяльність акціонерного товариства засновники повинні провести закрито (приватне) розміщення його акцій, установчі збори та здійснити державну реєстрацію акціонерного товариства. Засновницький договір не є установчим документом товариства і діє до дати реєстрації Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку звіту про результати закритого (приватного) розміщення акцій. Засновницький договір укладається в письмовій формі. Якщо товариство створюється за участю фізичних осіб, їх підписи на засновницькому договорі підлягають нотаріальному засвідченню. У разі заснування товариства однією особою засновницький договір не укладається.

Товариство з обмеженою відповідальністю — це товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Учасники товариства несуть відповідальність у межах їхніх вкладів. У випадках, передбачених установчими документами, учасники, які не повністю внесли вклади, відповідають за зобов'язаннями товариства також у межах невнесеної частини вкладу.

У товаристві з обмеженою відповідальністю створюється статутний фонд, розмір якого має бути не менше суми, еквівалентної 1 мінімальна заробітна плата, виходячи зі ставки мінімальної заробітної плати, діючої на момент створення товариства з обмеженою відповідальністю. До моменту реєстрації товариства з обмеженою відповідальністю кожен з учасників зобов'язаний внести не менше 50% вказаного в установчих документах

вкладу, що підтверджується документами, виданими банківською установою. Учасник зобов'язаний повністю внести свій вклад не пізніше року після реєстрації товариства.

Товариство з додатковою відповідальністю — це товариство, статутний фонд якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів. Учасники такого товариства відповідають за його боргами своїми внесками до статутного фонду, а коли цих сум недостатньо — додатково належним їм майном у розмірі, кратному до внеску кожного учасника. Граничний розмір відповідальності учасників передбачається в установчих документах.

Повне товариство — це товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном.

Командитне товариство — це товариство, яке включає поряд з одним або більшістю учасників, які несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, також одного або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства (вкладників). Якщо в командитному товаристві беруть участь два або більше учасників з повною відповідальністю, вони несуть солідарну відповідальність за борги товариства.

2.3. Організаційно-правові форми бізнесу

Загальновідомі три основні організаційно-правові форми підприємницької діяльності.

- одноосібні володіння;
- партнерства (товариства);
- корпорації.

Розглянемо детальніше ці форми.

Суть одноосібного володіння полягає в тому, що все майно підприємства належить одному власникові, який самостійно ним управляє, одержує прибуток і несе повну особисту відповідальність за всі його зобов'язання. Одноосібні володіння мають наступні переваги.

1) оскільки весь прибуток належить підприємцеві, він зацікавлений в ефективній праці. Зосередження прибутку в одних руках дає можливість безпосередньо використовувати його в інтересах справи. До того ж прибуток підприємця в ринковій економіці розглядається як його індивідуальний дохід і оподатковується лише індивідуальним прибутковим податком;

2) у власника підприємства витрати на організацію виробництва є великими. Його управлінські рішення негайно втілюються в життя. Він не підзвітний співвласникам чи будь-яким керівним органам. Невеликі розміри приватного підприємства дають змогу підприємцеві підтримувати прямі контакти зі своїми працівниками та клієнтами. Повна незалежність дуже цінується підприємцями;

3) одноосібному володінню властива простота в організації підприємства та його ліквідації. В обох випадках достатньо лише рішення самого підприємця.

Недоліки одноосібного володіння:

- мають місце труднощі із залученням великих кредитів, а власних фінансових ресурсів одноосібного підприємця здебільшого не вистачає для розвитку своєї справи. Через невисокий рівень платоспроможності комерційні банки неохоче надають таким підприємцям великі кредити, вимагаючи більш високу плату за користування ними;
- повна відповідальність за борги. Це означає, що у випадку невдалого господарювання одноосібний власник може втратити не лише особисті заощадження, а й усе майно, яке піде на сплату боргів кредиторам;
- відсутність спеціалізованого менеджменту, що негативно позначається на ефективності підприємницької діяльності. Адже одноосібний власник сам виконує всі управлінські функції;
- невизначеність термінів функціонування. Підприємницька діяльність такої організаційної форми юридично припиняється у разі банкрутства, позбавлення волі за карний злочин, психічного захворювання або смерті одноосібного власника.

Партнерство (товариство). Ця форма організації підприємництва є логічним продовженням розвитку одноосібного володіння. Така організаційно-правова форма підприємницької діяльності передбачає об'єднання капіталів двох і більше окремих фізичних або юридичних осіб за умов розподілу ризику, прибутку і збитків на основі рівності; спільного контролю результатів бізнесу; активної участі в його веденні.

За ступенем участі засновників (партнерів) у діяльності підприємства прийнято розрізняти товариства: повні (з повною відповідальністю); командитні; товариства з додатковою та обмеженою відповідальністю.

Переваги партнерства перед одноосібними володіннями слідуючи.

- зростають фінансові можливості підприємства внаслідок об'єднання кількох капіталів. Банки більш охоче дають кредити таким підприємствам;

- вдосконалюється управління підприємством, оскільки з'являється спеціалізація в управлінні, тобто розподіл управлінських функцій між партнерами, а також є можливість найняти професійних менеджерів;
- велика свобода та оперативність господарських дій;
- як і одноосібні володіння, партнерства користуються податковими пільгами, оскільки прибуток кожного учасника оподатковується як його індивідуальний дохід.

Недоліки партнерства:

- необмежена відповідальність товариства може загрожувати всім партнерам так само, як і одноосібному власнику. Крах одного з партнерів може спричинити банкрутство товариства в цілому, оскільки в більшості випадків учасники несуть солідарну відповідальність;
- недостатність досвіду господарювання і несумісність інтересів партнерів можуть провокувати малоефективну діяльність, а колективний менеджмент — негнучке управління товариством;
- непередбачуваність процесу і результатів діяльності товариства як нестійкої організаційно-правової форми підприємництва значно збільшують господарський ризик і зменшують впевненість у досягненні очікуваного зиску.

Корпорація (акціонерне товариство) є домінуючою формою підприємницької діяльності. Її власниками вважаються акціонери, що мають обмежену відповідальність у розмірі свого внеску до акціонерного капіталу корпорації. Весь прибуток корпорації належить її акціонерам. Виокремлюють дві його частини. Одна частина розподіляється серед акціонерів у вигляді дивідендів, друга — це нерозподілений прибуток, що використовується на реінвестування. Функції власності та контролю поділені між акціонерами (власниками акцій) і менеджерами.

Переваги корпорації (акціонерного товариства) наступні:

- корпорація є найефективнішою формою організації підприємницької діяльності з огляду на реальну можливість залучення необхідних інвестицій. Саме через ринок цінних паперів (фондову біржу) вона може об'єднувати різні за розмірами капітали великої кількості фізичних і юридичних осіб для фінансування сучасних напрямів науково-технічного й організаційного прогресу, нарощування виробничого потенціалу;
- потужній корпорації значно простіше постійно збільшувати обсяги виробництва або послуг. Це дає добру можливість отримувати прибуток, що постійно зростає;

- кожен акціонер як співвласник корпорації несе лише обмежену відповідальність (за банкрутства фірми він втрачає тільки вартість своїх акцій). Важливо й те, що окрема особа може зменшити свій власний фінансовий ризик, якщо купуватиме акції кількох корпорацій. Кредитори можуть пред'явити претензії лише корпорації як юридичній особі, а не окремим акціонерам як фізичним особам;
- корпорація — це організаційно-правове утворення, яке може функціонувати дуже тривалий період (постійно), що створює необмежені можливості для перспективного розвитку.

Корпоративна форма організації підприємницької діяльності має недоліки:

- мають місце певні розбіжності між функціями власності й контролю, що негативно впливає на необхідну гнучкість оперативного управління корпорацією. Розподіл функцій власності та контролю може призвести до виникнення соціальних суперечностей (конфліктів) між менеджерами і акціонерами корпорації;
- корпорація сплачує більші податки в розрахунку на одиницю отриманого прибутку, ніж інші організаційні форми бізнесу. Адже оподаткуванню підлягає спочатку отриманий корпорацією прибуток, а потім — дивіденди акціонерів, тобто є проблема подвійного оподаткування;
- у корпоративній формі бізнесу існують потенційні можливості для зловживань посадових осіб, оскільки керівництво корпорації може організувати емісію акцій для покриття збитків, спричинених безгосподарністю певних структурних ланок.

Рекомендована література до лекції теми 2

а) основна:

1. *Цигилик І.І.* Основи підприємництва. Навч. посібн. / Цигилик І.І., Паневник Т.М., Криховецька З.М.— К: Центр навчальної літератури, 2005.— 240 с.
2. *Варналій З.С.* Основи підприємництва: Навч. посібн.— 3-тє вид., випр. і доп. / Варналій З.С.— К: Знання, 2006.— 330 с.

б) додаткова:

1. *Навч. посібн.* / [Подсаленко В. А., Процай А.Ф., Миронова І.А., Василенко В.С.] — К.: Центр навчальної літератури, 2003.— 636 с.
2. *Сизоненко В.О.* Підприємництво. Підручник / Сизоненко В.О.— К: Вікар, 1999.— 435 с.

Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 2

1. Які розрізняють види підприємств за класифікаційними ознаками?
2. Які ознаки характеризують підприємство?
3. Які специфічні функції характеризують діяльність підприємства?
4. Які розрізняють види підприємств відповідно до форми власності на Україні?
5. Які існують об'єднання підприємств згідно антимонопольного законодавства України?
6. Які існують види господарських товариств відповідно до господарського законодавства України?
7. Які організаційно-правові форми бізнесу існують на Україні та їх визначення?
8. Які переваги та недоліки характерні для одноосібного товариства?
9. Які переваги та недоліки характерні для партнерства?
10. Які переваги та недоліки характерні для корпорації?

Тести для перевірки знань до лекції теми 2

1. За формою власності підприємства підрозділяються на:
 - а) приватні;
 - б) регіональні;
 - в) колективні;
 - г) державні.
2. За формою організації підприємством може бути:
 - а) одноосібне володіння;
 - б) партнерство;
 - в) фірма;
 - г) корпорація.
3. За масштабом виробництва підприємства підрозділяються на:
 - а) індивідуальні;
 - б) місцеві;
 - в) серійні;
 - г) масові.
4. За сферою діяльності підприємства підрозділяються на:
 - а) виробничі;
 - б) комерційні;
 - в) сільськогосподарські;
 - г) посередницькі.
5. Виробничо-технологічна функція підприємства полягає в:
 - а) забезпеченні процесу виробництва необхідними ресурсами;

- б) економії ресурсів;
- в) впровадженні новітніх технологій;
- г) збут продукції.

6. Економічна функція підприємства полягає в:

- а) розподілі доходу;
- б) організації праці;
- в) ціноутворенні;
- г) благодійній діяльності.

7. Соціальна функція підприємства полягає в:

- а) поліпшенні умов праці працюючих;
- б) оплаті праці працюючих;
- в) створенні сприятливого клімату в колективі;
- г) наданні матеріальної допомоги працюючим.

8. Види підприємств відповідно до Законодавства України:

- а) приватне;
- б) регіональне;
- в) комунальне;
- г) казенне.

9. Види господарських товариств відповідно до Законодавства України:

- а) приватне;
- б) акціонерне;
- в) повне;
- г) командитне

10. До моменту реєстрації товариства з обмеженою відповідальністю повинно бути внесено суми статутного фонду:

- а) 30 %
- б) 50 %
- в) 75 %
- г) 100 %

Ключові терміни і поняття до лекції теми 2

Акціонерне товариство
Казенне підприємство
Корпорація
Одноосібне володіння
Партнерство
Повне товариство

Підприємство
Товариство з додатковою відповідальністю
Товариство з обмеженою відповідальністю

3. ОРГАНІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БІЗНЕСУ

Мета лекції — забезпечення необхідного рівня початкового капіталу в бізнесі.

План лекції

- 3.1. Організація фінансування бізнесу
- 3.2. Організація фінансового обслуговування
- 3.3. Кредитування бізнесу

Типове завдання діяльності бакалавра — забезпечення фінансування бізнесу.

Компетенції, якими повинен оволодіти студент:

- оцінювати економічні явища;
- розпізнавати види кредитування та давати їм оцінку.

3.1. Організація фінансування бізнесу

В економічних відносинах суб'єктів бізнесу особливе місце займають фінанси. Тому при організації бізнесу слід особливу увагу приділяти фінансовій діяльності, формуванню і використанню фінансових ресурсів, дотриманню вимог фінансової дисципліни. Фінанси суб'єктів бізнесу — це особливі економічні відносини, що пов'язані з формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів на мікрорівні у процесі їх відтворення.

Фінансові відносини, які розкривають суть фінансів на рівні суб'єктів бізнесу, охоплюють такі відносини:

- між засновниками бізнесу в процесі формування статутного капіталу;
- підприємства з іншими підприємствами й організаціями з приводу постачання сировини, матеріалів, реалізації продукції;
- між підприємствами та банківською системою з приводу банківських послуг при отриманні й погашенні кредитів, купівлі й продажу валюти та інших операціях;
- підприємства зі страховими компаніями з приводу страхування активів, комерційних і фінансових ризиків;
- між підприємствами та інвестиційними інститутами під час розміщення інвестицій;

- підприємства з його філіями та дочірніми підприємствами;
- між підприємствами і державою з приводу сплати податків та інших платежів до бюджету і позабюджетних фондів, отримання фінансування з бюджету, надання підприємствам податкових пільг;
- підприємства з інституціями фінансового ринку: товарними, сировинними, фондовими біржами;
- між підприємствами та зовнішніми інвесторами, акціонерами, власниками облігацій підприємства;
- всередині самого підприємства у зв'язку з внутрішньовиробничим розподілом доходів і фондів;
- між підприємством і його працівниками з приводу виплати заробітної плати, премій, дивідендів тощо;
- підприємства з аудиторськими органами.

Фінанси бізнесу, обслуговуючи процес створення нової вартості, яка знаходить своє відображення у вартості продукції, здійснюють первинний його розподіл на фонди нагромадження, споживання, відновлення матеріальних елементів процесу виробництва. Організація фінансової діяльності підприємства передбачає форми, методи і способи формування та використання фінансових ресурсів, контроль за їх кругообігом із метою досягнення економічних цілей.

Організація фінансування бізнесу за умов ринкової економіки ґрунтується на засадах комерційного розрахунку, який здійснюється шляхом реалізації таких принципів:

- повна господарська і юридична самостійність підприємства;
- невтручання держави у внутрішні справи підприємства;
- отримання максимального прибутку при мінімальних витратах;
- фінансова відповідальність підприємства за результати своєї діяльності, своєчасне виконання зобов'язань, сплату податків, зборів та інших платежів;
- самоокупність — покриття витрат на просте відтворення виробництва за рахунок отриманих доходів;
- самофінансування — покриття витрат на розвиток та розширене відтворення підприємства за рахунок своїх доходів.

Організація фінансів підприємства, структура фінансових ресурсів, на прямих використанні прибутку, взаємовідносини з бюджетом залежать від форми власності, галузі діяльності, обсягу діяльності, характеру виробництва ті ін. Фінансові ресурси — це акумульовані підприємством грошові кошти з різних джерел, які призначені для формування основних і оборотних засобів підприємства та здійснення виробничо-фінансової діяльності з метою одержання відповідного доходу.

За джерелами формування фінансові ресурси підприємства поділяються на такі:

- сформовані під час заснування підприємства (статутний фонд);
- сформовані за рахунок власних та прирівняних до власних коштів (прибуток від основної діяльності, фінансових операцій, інших видів діяльності, амортизаційні відрахування, виручка від реалізації зайвих товарно-матеріальних цінностей тощо);
- мобілізовані на фінансовому ринку (кошти від випуску цінних паперів, кредитні інвестиції);
- одержані в порядку перерозподілу (страхові відшкодування, бюджетне фінансування, кошти позабюджетних фондів, надходження від керівної організації, дивіденди та відсотки від цінних паперів інших емітентів). За правом власності фінансові ресурси бувають:
- власні (статутний капітал, додатковий капітал, резервний капітал, нерозподілений прибуток, цільове фінансування);
- залучені (кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги; поточні зобов'язання підприємства за розрахунками);
- позикові кошти (довгострокові і короткострокові кредити банків, інші довгострокові фінансові зобов'язання).

Матеріально-технічною основою процесу виробництва на підприємстві є основні виробничі фонди і оборотні активи. Основні виробничі фонди — це матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва чи інших видів діяльності, очікуваний строк використання яких більше одного року. Вони зберігають товарно-речову форму і по частинах переносять свою вартість на виготовлений продукт. Первісне формування основних фондів, їх функціонування і розширене відтворення здійснюється за участю фінансів, за допомогою яких створюються та використовуються грошові фонди цільового призначення. Формування основних засобів на підприємствах, що створюються, відбувається за рахунок фінансових ресурсів статутного капіталу. В міру участі у виробничому процесі основні фонди поступово зношуються. Та частина їхньої вартості, що дорівнює зносу, переноситься на вартість готової продукції та в міру реалізації останньої поступово нагромаджується в грошовій формі в спеціальному амортизаційному фонді, що створюється за рахунок щорічних амортизаційних відрахувань. Інша частина вартості наявних основних фондів виражає залишкову вартість.

Просте відтворення основних фондів здійснюється шляхом заміни окремих зношених частин основних засобів через проведення ремонтів чи шляхом придбання нових фондів на заміну старих. Це відновлення основних

фондів у тому самому обсязі, у якому вони були зношені та вибули. Розширене відтворення передбачає розширення діючих основних фондів через здійснення нового будівництва, технічного переозброєння, реконструкції і розширення діючих підприємств, модернізації обладнання. Розширене відтворення основних фондів здійснюється у формі капітальних вкладень. У складі власних фінансових ресурсів, що використовуються підприємствами на розширене відтворення основних фондів, важливе місце займає прибуток підприємства. На капітальні вкладення спрямовуються також акціонерний і пайовий капітали, що мобілізуються на фінансовому ринку, залучаються довгострокові кредитні ресурси, інвестиційний податковий кредит, в особливих випадках — бюджетні асигнування та кошти позабюджетних фондів, придбання основних фондів на основі фінансового лізингу.

Для здійснення виробничого процесу підприємству поряд із основними фондами необхідні обігові виробничі фонди, до складу яких входять запаси сировини, матеріалів, палива, допоміжних матеріалів, залишки незавершеного виробництва, витрати майбутніх періодів. Обігові виробничі фонди — активи, які беруть безпосередню участь у процесі виробництва, споживаються в одному виробничому циклі, і їхня вартість повністю переноситься на готову продукцію. Спожиті в процесі виробництва обігові фонди залучаються до сфери обігу вже в товарній формі у вигляді готової продукції на складі та відвантажених товарів, які в міру реалізації переходять у грошову форму — грошові засоби в розрахунках, грошові засоби в касі підприємства, на рахунку в банку. Товарна і грошова форми ресурсів, які перебувають у сфері обігу, становлять фонди обігу.

З метою забезпечення безперервності процесу виробництва й реалізації продукції кожне підприємство повинно володіти водночас обіговими виробничими фондами та фондами обігу. Грошові засоби, авансовані в обігові виробничі фонди і фонди обігу, становлять обігові кошти підприємства, для нарощування яких підприємство використовує як власні, так і позикові ресурси.

Основні і обігові фонди підприємство використовує для здійснення своєї діяльності, мета якої — отримання доходу (прибутку). Частина доходу у вигляді податку підприємство перераховує в бюджет.

3.2. Організація фінансового обслуговування бізнесу

Банки — це фінансові посередники, які акумулюють тимчасово цільні кошти, надають їх у кредит, здійснюють розрахунки та інші фінансові опе-

рації. Сукупність різних банків, що функціонують у державі, становлять банківську систему. Банківська система в економіці України є дворівневою:

- перший рівень становить Національний банк України (НБУ), який виконує функції управління процесами організації кредитно-розрахункового й фінансового обслуговування економіки країни, проводить державну політику в сфері грошового обігу та кредиту, координує роботу банків, здійснює контроль за їх діяльністю;
- другий рівень — банківські установи, що безпосередньо забезпечують процес кредитно-розрахункового та фінансового обслуговування економіки.

Класифікація банків наступна:

- за сферою діяльності: універсальні, які здійснюють різноманітні операції; спеціалізовані, які виконують окремі специфічні операції та обслуговують певні галузі економіки, певні сегменти ринку (іпотечні, інвестиційні, ощадні, зовнішньоекономічні);
- за територіальним характером діяльності: місцеві кооперативні, регіональні, міжрегіональні, міжнародні;
- за розміром активів: найбільші, великі, середні та малі.

З метою забезпечення функціонування суб'єктів бізнесу банки здійснюють такі види операцій: відкриття і ведення рахунків суб'єктів підприємницької діяльності, проведення безготівкових розрахунків, касові, кредитні, інвестиційні, трастові та інші операції. Для забезпечення господарської діяльності та інших потреб підприємств банки відкривають їм рахунки в національній та іноземних валютах. Клієнти мають право вільного вибору банку для відкриття власного рахунку за умови згоди банку. На сьогодні немає жодних обмежень щодо кількості банківських рахунків, які можуть відкривати підприємства.

Депозитні рахунки відкриваються на підставі укладення в письмовій формі договору банківського вкладу між банком і позичальником, а поточні рахунки відкриваються за договором банківського рахунку. Депозитні рахунки — це рахунки, які відкриваються банком підприємствам та їх структурним підрозділам на визначений строк або без зазначення такого строку на відповідній платній основі. На підставі укладення договору банківського вкладу між власником рахунку та установою банку клієнт зобов'язується надавати банку в тимчасове користування певну суму вільних коштів, а банк — зберігати залучені грошові кошти, виплатити дохід у формі процентів у встановлений договором термін та повернути депозит разом із процентами у визначений договором строк.

Поточні рахунки відкривають підприємства всіх видів і форм власності, а також їх відокремлені підрозділи для зберігання грошових коштів і

здійснення розрахунково-касових операцій за цими рахунками за допомогою платіжних інструментів відповідно до умов договору та вимог чинного законодавства. Для відкриття поточних рахунків підприємства подають установам банків такі документи:

- заяву на відкриття поточного рахунку встановленого зразка;
- копію виписки з державного реєстру, засвідчену нотаріально або органом, який видав дану виписку (крім установ, що утримуються за рахунок бюджетів);
- копію належним чином зареєстрованого установчого документа (статуту, засновницького договору, установчого акта), засвідчену органом, який здійснив реєстрацію, або нотаріально;
- копію довідки про внесення юридичної особи до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, засвідчену органом, який видав довідку, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку;
- копію документа, що підтверджує взяття підприємства на податковий облік, засвідчену податковим органом або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку;
- довідку про реєстрацію в органах Пенсійного фонду України, засвідчену органом, який видав довідку, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку;
- картку зі зразками підписів і відбитка печатки, завірену нотаріально (до картки включаються зразки підписів осіб, яким відповідно до чинного законодавства чи установчих документів надано право розпорядження рахунком і підписання розрахункових документів).

Банки здійснюють безготівкові розрахунки в господарському обороті України між суб'єктами господарювання шляхом перерахунку грошових коштів із поточних рахунків платників на поточні рахунки одержувачів. Клієнти можуть давати банкам доручення на перерахування грошей зі своїх рахунків лише в межах наявних на цих рахунках коштів. Основні форми розрахункових документів, за якими здійснюються безготівкові розрахункові операції, такі:

- **платіжне доручення** — письмове розпорядження платника банківської установі, яка його обслуговує, перерахувати відповідну суму грошових коштів із його рахунку;
- **платіжна вимога-доручення** — комбінований розрахунковий документ, який складається з двох частин: вимоги постачальника до покупця оплатити вартість відвантаженої йому продукції чи виконаних робіт, наданих послуг та доручення покупця своєму банку перерахувати з його рахунку відповідну суму на користь постачальника;

- **чек** — письмове доручення власника рахунку (чекодавця) банківській установі (банку-емітенту) переказати кошти з рахунку чекодавця на рахунок пред'явника чека (одержувача коштів) чи оплатити пред'явнику чека зазначену в чеку суму;
- **акредитив** — розрахунковий документ із дорученням однієї кредитної установи іншій здійснити за рахунок спеціально задепонованих коштів оплату товарно-транспортних документів за відвантажений товар, причому документи постачальника оплачуються банком тільки на умовах, передбачених в акредитивній заяві покупця;
- **платіжна вимога** — письмове розпорядження одержувача коштів обслуговуючому його банку списати кошти з рахунку платника без згоди останнього;
- **інкасове доручення** — це розрахунковий документ, який складають фінансові органи, банки, підприємства в тих випадках, коли їм надане право безспірного стягування коштів;
- **вексель** — письмове безумовне зобов'язання, боргова розписка стандартної форми, що дає право її власнику вимагати сплати визначеної у векселі суми від особи, яка видала вексель, у визначений строк та у визначеному місці.

Розрахункові документи повинні відповідати вимогам встановлених стандартів. Підприємство, виходячи зі встановлених можливостей, може подавати в банк розрахунковий документ як у паперовій формі, так і у формі електронного розрахункового документа. Якщо рахунки клієнтів відкриті в різних банках, то міжбанківські розрахунки проводяться за допомогою кореспондентських відносин. Усі міжбанківські розрахунки в Україні здійснюються через систему електронних платежів НБУ. Установи банків здійснюють контроль за додержанням правил розрахунків, а також станом розрахунків у підприємств.

Незважаючи на інтенсивний розвиток сучасних платіжних систем і форм безготівкових розрахунків, велика частка в грошовому обороті вітчизняного бізнесу припадає на готівкові кошти. Тому банки прагнуть забезпечити якісне виконання операцій із касового обслуговування клієнтів. Касове обслуговування являє собою прийняття готівкових коштів від клієнтів і зарахування їх на відповідні банківські рахунки та видачу з клієнтських рахунків через касу банку готівкових коштів за розпорядженнями клієнтів на цілі, передбачені законодавством. Банки виконують касові операції на основі єдиних правил, встановлених НБУ, які визначають порядок прийняття, видачі, перерахування, упакування, зберігання, обліку грошей.

Для прийому, зберігання і видачі грошей та цінностей кожен банк має касовий відділ. При обслуговуванні рахунків суб'єктів підприємницької діяльності банки здійснюють видаткові і приходні касові операції.

Операції з обслуговування готівково-грошового обороту клієнтів проводяться через операційні каси банків. Прийом готівки здійснюється денними і вечірніми приходними касами за такими документами, як оголошення на внесення готівки з видачею квитанції та прибутковий касовий ордер. Видача грошей із кас банку здійснюється видатковими касами й оформляється грошовими чеками та видатковими касовими ордерами. Денні каси проводять прийом готівкових коштів протягом операційного дня. Для організації прийому готівки після завершення операційного дня в усіх банках працюють вечірні каси. Видаткових операцій вони не проводять, а прийняті гроші зараховуються на рахунки власників не пізніше наступного дня.

Кредитні операції — вид активних операцій, пов'язаних із наданням клієнтам коштів у тимчасове користування або прийняттям зобов'язань про надання коштів у тимчасове користування за певних умов, а також надання гарантій, врахування векселів тощо. Кредитні операції, як правило, забезпечують банкам основну частину їхніх доходів.

Інвестиційні операції банків передбачають:

- купівлю цінних паперів на продаж;
- купівлю цінних паперів на інвестиції, тобто для їх утримання до настання строку погашення й отримання дивідендного доходу;
- довгострокові вкладення капіталу банку в асоційовані компанії, де банк володіє 20 % або більшою частиною їх капіталів і на його частку виплачуються дивіденди;
- вкладення капіталу в дочірні компанії, при цьому банк повинен володіти 50 % або більшою частиною їх капіталів і на його частку виплачуються дивіденди.

Трастові (довірчі) операції — операції банків, пов'язані з управлінням майном, виконанням інших послуг в інтересах і за дорученням клієнта на правах його довіреної особи. Трастові операції для підприємств включають розпорядження портфелем цінних паперів підприємств, заставленим майном, під яке підприємства випускають облігації, тимчасове управління справами підприємства в разі його реорганізації, агентські операції з виплати дивідендів на акції корпорацій, процентів на облігації. Крім того, банк може здійснювати збереження цінностей клієнтів у власному депозитарії; ведення реєстрів власників цінних паперів, розміщення цінних паперів, емітованих клієнтами, за їх дорученням тощо, за що стягує плату у вигляді комісії А також пропонує своїм клієнтам консультаційні послуги, які полягають у наданні роз'яснень, інформації, рекомендацій із різноманітних банківських, правових, фінансових питань, проблем ведення бізнесу тощо.

3.3. Кредитування бізнесу

За своєю сутністю кредит — це економічні відносини, що виникають між суб'єктами бізнесу у зв'язку з переданням один одному в тимчасове користування вільних коштів на засадах добровільності, повернення і платності. Економічною основою кредиту є мобілізація й нагромадження тимчасово вільних коштів і формування з них позичкового капіталу. У кредитних відносинах беруть участь дві сторони — кредитор і позичальник, які називаються суб'єктами кредитної угоди; а ті грошові чи матеріальні цінності, витрати чи проекти, стосовно яких укладається кредитна угода, є об'єктами кредитування. Кредитні відносини не змінюють власника цінностей, із приводу яких вони виникають, кредитор залишається власником переданої в борг власності, а позичальник одержує її лише в тимчасове розпорядження, після чого повинен повернути власникові. Суб'єкти, які хочуть вступити в кредитні відносини, повинні бути економічно самостійними, здатними нести майнову відповідальність один перед одним, мати взаємний інтерес у співробітництві між собою.

За умов товарного виробництва кредит є обов'язковим атрибутом бізнесу. Кредитна підтримка сприяє утворенню і становленню нових підприємств малого та середнього бізнесу, запровадженню нових технологій і вдосконаленню видів підприємницької діяльності. Кредит необхідний для підтримки безперервного кругообігу фондів підприємств із метою компенсації тимчасового розриву між виробничим циклом і періодом реалізації продукції, між здійсненням поточних витрат і надходженням виручки. Необхідність кредиту зумовлюється особливостями індивідуального кругообігу засобів підприємства, що пов'язані з коливаннями потреби в додаткових коштах. Ці особливості визначаються як об'єктивними, так і суб'єктивними факторами. До об'єктивних факторів відносять: галузеву належність підприємства, характер виробничого процесу, умови постачання матеріалів і сировини, сезонність виробництва. До суб'єктивних факторів відносять: рівень організації виробництва, рівень організації збуту і постачання, інші фактори.

Кредиту притаманні такі функції:

- перерозподільна, яка полягає в тому, що матеріальні та грошові ресурси, які були вже розподілені й передані в користування економічним суб'єктам, через кредит перерозподіляються і спрямовуються в тимчасове користування іншим суб'єктам;
- забезпечення потреб обороту в платіжних засобах, яке полягає в тому, що кредит дає можливість гнучко розширити масу платіжних засобів в обороті, коли потреба в них зростає, і навпаки, тобто забезпечує передумови для ефективного регулювання обороту грошей;

- контрольна, яка впливає з самої природи кредиту і полягає в тому, що в процесі кредитування забезпечується контроль за дотриманням умов та принципів кредиту з боку суб'єктів кредитної угоди;
- стимулююча, яка полягає в тому, що позичальник зобов'язаний ефективно використовувати отриману позику, щоб на зароблені кошти не тільки повернути основну суму боргу і сплатити відсотки за користування кредитом, а й отримати прибуток.

За користування кредитом позичальники сплачують процент, суму якого не включають до собівартості продукції, а відносять до витрат фінансової діяльності підприємства. У податковому обліку витрати підприємства на сплату відсотків за користування кредитом відносять до складу валових витрат підприємства, унаслідок чого зменшується сума об'єкта оподаткування податку на прибуток. Кредиторами підприємства можуть бути банки, небанківські установи (лізингові, інвестиційні, факторингові, страхові компанії, кредитні спілки, ломбарди), інші підприємства, держава, міжнародні фінансово-кредитні організації, а формами кредитування — грошова і товарна.

Основна частка кредитів надається банками. Банківський кредит являє собою економічні відносини між банком і позичальником з приводу надання коштів у тимчасове користування на умовах повернення та платності. Банки надають позики суб'єктам господарювання всіх форм власності на умовах, передбачених кредитним договором.

Банківська система через надання кредитів організовує й обслуговує рух капіталу, забезпечує його залучення й перерозподіл у ті сфери виробництва й обігу, де виникає дефіцит капіталу.

Видача банками кредитів суб'єктам бізнесу здійснюється при дотриманні принципів цілеспрямованості, терміновості, забезпеченості, диференційованості та платності.

Суть принципу цілеспрямованості, або цільового використання кредиту, полягає в тому, що останній має використовуватися лише на визначені цілі — на задоволення тимчасової потреби позичальника в додаткових коштах.

Принцип терміновості повернення кредиту передбачає повернення кредиту в заздалегідь обумовлений термін. Строк кредитування встановлюється відповідно до періоду окупності здійснюваних витрат і можливостей позичальника отримати дохід для погашення кредиту та процентів за користування ним.

Принцип забезпеченості кредиту виражає можливість реалізації майнових інтересів кредитора щодо наданих у тимчасове користування коштів у разі відсутності в позичальника можливостей повернення кредиту.

Принцип диференційованості кредиту означає зважений підхід із боку комерційного банку до різних категорій потенційних позичальників. Диференціація кредитування здійснюється на основі аналізу кредитоспроможності потенційних боржників, характеру їхнього забезпечення, прибутковості вкладень у тих чи інших позичальників, тривалості використання кредитних ресурсів останніми тощо.

Принцип платності означає необхідність не лише прямого повернення позичальником отриманих у банку коштів, але й оплати права на їх використання. Реалізація цього принципу здійснюється через механізм позичкового процента. Банківський позичковий процент відображає економічні відносини перерозподілу й привласнення банком частини прибутку, що створюється на підприємствах-позичальниках унаслідок продуктивного використання наданої позики.

Кредити, що надаються банками, класифікують за наступними ознаками:

- за строками надання банківські кредити поділяються на короткострокові (до 1 року), середньострокові (до 3 років), довгострокові (понад 3 роки). Короткострокові кредити надаються позичальникам на цілі поточної господарської діяльності в разі виникнення в них тимчасових фінансових труднощів у зв'язку із витратами, які не забезпечені надходженнями коштів у відповідному періоді. Середньострокові кредити надаються на оплату обладнання, на поточні витрати, фінансування капіталовкладень. Довгострокові кредити — на фінансування капітальних витрат на реконструкцію, модернізацію та розширення діючих основних фондів, будівництво нових об'єктів та ін.;
- за строками погашення кредити поділяються на: строкові, прострочені (кредити, термін повернення яких, встановлений у кредитному договорі, закінчився, а борг іще не повернуто кредитору), пролонговані (кредити, стосовно яких на прохання позичальника банк прийняв рішення про перенесення на пізніший строк повернення боргу), до запитання (кредити, що видаються на невизначний термін), онкольний (погашається на першу вимогу банку);
- за валютою виділяють кредити в національній та в іноземній валютах;
- за характером виплати відсотка розрізняють кредити з фіксованим, плаваючим, змішаним відсотком;
- за забезпеченням кредити бувають: забезпечені заставою (майном, майновим правами, цінними паперами), з гарантійним забезпеченням, з іншим забезпеченням (іпотека, поручництво, страхова угода), незабезпечені (бланкові);

- за кількістю кредиторів розрізняють: кредити, які надаються одним банком, консорціальні кредити (кредити, що надаються консорціумом банків, у якому один з банків виконує роль менеджера, збирає з банків-учасників необхідну клієнтові суму кредиту), паралельні кредити (надаються одному клієнту кількома банками на однакових, заздалегідь погоджених договірних умовах);
- за ступенем ризику кредити поділяють на такі: стандартні – з мінімальним ступенем ризику, та нестандартні, до яких належать кредити під контролем, субстандартні, сумнівні та безнадійні;
- за формою розрізняють лізингові (довгострокові кредити в майновій, товарній формі з приводу надання довгострокової оренди), іпотечні (надаються під заставу нерухомого майна), бланкові кредити (незабезпечені кредити, що надаються фінансово стійким підприємствам на термін 1–10 днів);
- за метою використання кредити поділяються на кредити на формування обігових коштів та кредити на фінансування основних фондів, приватизацію державного майна;
- за методами надання: кредити, що надаються в разовому порядку (коли рішення про надання кредиту приймається банком окремо щодо кожної позики клієнта), відповідно до відкритої кредитної лінії.

Кредити видаються, як правило, із простого позичкового рахунку в безготівковій формі шляхом оплати розрахункових документів на умовах контрактів.

Первинним джерелом погашення кредиту є доходи позичальника. У разі фінансової неспроможності позичальника повернути кредит джерелом відшкодування наданих у позику коштів для банку може виступати виручка від реалізації заставленого майна, перерахування коштів гарантом або страховою компанією.

Протягом усього строку кредитування до повного погашення кредиту кредитний працівник банку здійснює супровід кредитних проектів, тобто контроль за виконанням умов кредитного договору.

Крім банківського кредитування, є і небанківські форми кредитування, до яких відносять:

- комерційний кредит — це угода між продавцем (кредитором) і покупцем (позичальником) щодо надання першим відстрочки платежу за товари, надані послуги, виконані роботи. Це товарна форма кредиту, яка визначає відносини щодо перерозподілу матеріальних ресурсів між суб'єктами бізнесу. Призначенням комерційного кредиту є прискорення реалізації товарів та одержання прибутку. Традиційний

механізм комерційного кредиту передбачає проведення вексельного кредитування, суть якого полягає в тому, що платник (позичальник) надає постачальнику (кредитору) комерційний вексель — фінансовий інструмент, цінний папір, який містить зобов'язання сплатити позичальником кредитору зазначену у векселі суму у визначений у векселі термін. Погашення кредиту може здійснюватися через оплату боржником векселя, передаванням векселя іншій особі, шляхом переоформлення комерційного кредиту на банківський. Крім того, комерційний кредит може здійснюватися шляхом записів вартості проданих у кредит товарів за відкритим рахунком. За цієї форми комерційного кредитування постачання наступної партії товарів можливе до моменту погашення попередньої заборгованості. Різновидом комерційного кредиту є податковий кредит, який являє собою відстрочку сплати підприємством податку до бюджету в календарному році;

– лізинговий кредит надається в товарній формі і являє собою довгострокову оренду майна. Це угода, за якою кредитор зобов'язується придбати майно і передати його в користування позичальнику на визначений термін за відповідну плату. Виділяють три суб'єкти лізингових відносин:

а) **лізингодавець (кредитор)** — суб'єкт підприємницької діяльності, який передає в користування майно за лізинговою угодою;

б) **лізингоотримувач (позичальник)** — суб'єкт підприємницької діяльності, який одержує в користування майно за лізинговою угодою;

в) продавець лізингового майна або його безпосередній виробник.

Кредиторами при лізингу можуть бути лізингові компанії, банки та інші фінансово-кредитні установи.

Доцільність використання лізингу для лізингоотримувача:

1. Він дозволяє підприємствам, не вдаючись до залучення кредитів чи значних одноразових витрат власного капіталу, використовувати у виробництві нове технологічне обладнання й технології, а морально застаріле періодично поновлювати.

2. Лізингоотримувач не залучає позичкового капіталу, що підвищує його ліквідність, тобто підтримується оптимальне співвідношення власного та позичкового капіталів.

3. Придбане в розстрочку обладнання дозволяє знизити і собівартість продукції, і базу оподаткування (оскільки лізингові платежі входять до складу валових витрат), і податкові платежі.

4. Підприємству простіше отримати майно в лізинг, ніж кредит на його придбання, тому що об'єкт лізингу є заставою і право власності на нього має лізингодавець.

Залежно від особливостей здійснення лізингових операцій (ступеня окупності) виділяють оперативний і фінансовий лізинг. Фінансовий лізинг — це угода, яка передбачає протягом періоду своєї дії виплату лізингових платежів, які покривають повну вартість амортизації майна або більшу його частину, додаткові витрати та прибуток орендодавця (процент за лізинг). А при оперативному лізингу угода укладається на термін, менший за період амортизації орендованого майна, тому для нього характерне часткове відшкодування вартості майна, що здається в лізинг, і витрати лізингодавця не покриваються орендними платежами протягом одного лізингового контракту;

– **державний кредит** — це економічні відносини, які виникають між підприємством і державою щодо купівлі підприємством державних цінних паперів, а також отримання останнім бюджетних і позабюджетних кредитів. Державний кредит надається на капітальні вкладення виробничого призначення шляхом бюджетних позичок безпосередньо міністерствам і відомствам, іншим державним органам виконавчої влади для фінансування підприємствами через банківські установи об'єктів, будівництво яких тільки починається, на конкурсній основі, а також для фінансування раніше початих перспективних будов, технічного переоснащення та реконструкції діючих підприємств, які належать до державної власності, за пріоритетними напрямками економіки України;

– **кредити від міжнародних фінансово-кредитних організацій**, серед яких велику роль відіграють Європейський банк реконструкції та розвитку, Міжнародний банк реконструкції та розвитку, Німецько-український фонд та ін. Головною метою кредитів Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) є сприяння розвитку бізнесу, фінансова підтримка малого та середнього бізнесу. Основними напрямками діяльності ЄБРР в Україні є надання прямих кредитів та участь у спільному (з іншими кредиторами) фінансуванні, інвестування акціонерного капіталу підприємств приватного та державного секторів, полегшення доступу підприємствам до внутрішніх та міжнародних ринків капіталу шляхом надання гарантій і сприяння в інших формах.

ЄБРР надає позики в доларах США для:

- довгострокового фінансування засобів виробництва та пов'язаного з ним збільшення оборотного капіталу;
- короткострокового фінансування витрат на імпортовану сировину та запасні частини для подальшої переробки або використання у виробництві;
- фінансування лізингу
- короткострокового фінансування експортних контрактів.

Короткострокові позики надаються на термін до 12 місяців, а довгострокові — до 5 років з максимальною відстрочкою погашення до 2 років. За рахунок коштів ЄБРР кредитуванню підлягають тільки фінансово окупні та забезпечені заставою проекти.

Міжнародний банк реконструкції та розвитку (МБРР), який входить до Групи Світового банку, сприяє економічному зростанню країн, що розвиваються. Позики банку надаються під гарантії уряду на термін до 15–20 років і мають 5-річний термін відстрочення. МБРР кредитує інвестиційні проекти, метою яких є технічна реконструкція окремих існуючих підприємств певної галузі або регіону, створення нових підприємств або надання коштів на поповнення оборотних коштів підприємств. Основними напрямками кредитування є транспорт, зв'язок, енергетика, сільське господарство. При цьому чітко визначається перелік товарів, послуг і робіт, які закуповуватимуться за рахунок позики банку. При впровадженні інвестиційних проектів кредитна угода підписується між Україною та МБРР.

За результатами оцінки фінансового стану банк зараховує позичальника до відповідного класу.

Клас А — фінансова діяльність позичальника дуже добра, що свідчить про можливість своєчасного виконання зобов'язань за кредитними операціями, зокрема погашення основної суми боргу та відсотків за ним відповідно до умов кредитного договору, економічні показники в межах установлених значень, відмінна ділова репутація керівництва, бездоганна кредитна історія.

Клас Б — фінансова діяльність позичальника близька до класу А, але ймовірність підтримування її на цьому рівні протягом тривалого часу є низькою, позичальники потребують більшої уваги через потенційні недоліки, що ставить під загрозу достатність надходжень для обслуговування боргу та стабільність одержання позитивного фінансового результату їх діяльності.

Клас В — фінансова діяльність задовільна і потребує більш детального контролю. Надходження коштів і платоспроможність позичальника свідчать про ймовірність несвоечасного погашення боргу в повній сумі та в строки, передбачені договором, однак спостерігається можливість виправдання ситуації та поліпшення фінансового стану.

Клас Г — фінансова діяльність незадовільна (економічні показники не відповідають встановленим значенням), і спостерігається її нестабільність протягом року, високий ризик значних збитків, низька ймовірність своєчасного й повного погашення боргу.

Клас Д — фінансова діяльність незадовільна, наявні збитки, показники не відповідають встановленим значенням, забезпечення кредиту є неліквідним, відсутня ймовірність своєчасного й повного погашення боргу.

Рекомендована література до лекції теми 3:

а) основна:

1. *Випрущ В. П.* Основи бізнесу. Навч. посібн. / Випрущ В. П.— Тернопіль: Збруч, 1998.— 243 с.
2. *Зубовський В. М.* Економіка підприємства. Навч. посібн. / Зубовський В. М.— К.: Укр. фін. інст. Менеджменту і бізнесу — К.: Праця, 1997.— 335 с.
3. *Фінанси підприємств.* Навч. посібн. / Поддєрьогіна А. М.— К.: КНЕУ, 2000.— 460 с.

б) додаткова:

1. *Гриньова В. М.* Фінанси підприємств. Навч. посібн. / Гриньова В. М.— Харків: ХДЕУ, 2001.— 168 с.
2. *Покропивний С. Ф.* Підприємство: стратегія, організація, ефективність. Навч. посібн. / Покропивний С. Ф., Колот В. М.— К.: КНЕУ, 1998.— 348 с.

Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 3

1. Між якими суб'єктами бізнесу виникають фінансові відносини?
2. Принципи організації фінансування бізнесу.
3. Фінансові ресурси бізнесу та джерела їх формування.
4. Основні виробничі фонди підприємства, їх просте та розширене відтворення.
5. Обігові виробничі фонди та фонди обігу підприємства.
6. Банківська система України та її рівні.
7. Класифікація банків.
8. Види операцій банків та їх суть.
9. Які документи подають для відкриття поточних рахунків підприємства банківським установам?
10. Які основні форми розрахункових документів на перерахування коштів по безготівковим розрахунковим операціям?
11. Касове обслуговування банків та їх суть.
12. Кредитні операції банків та їх суть.
13. Трстові операції банків та їх суть.
14. Кредитні відносини та їх суть.
15. Функції кредиту та їх суть.
16. Принципи кредитування та їх суть.
17. Класифікація кредитів.
18. Джерела погашення кредиту та їх суть.
19. Комерційний кредит та механізм його забезпечення.
20. Лізинговий кредит та механізм його забезпечення.
21. Державний кредит та механізм його забезпечення.
22. Міжнародний кредит та механізм його забезпечення.

Тести для перевірки знань до лекції теми 3

1. За строками погашення кредити бувають:

- а) онкольні;
- б) пролонговані;
- в) прострочені;
- г) непокриті.

2. За характером виплати відсотка розрізняють кредити:

- а) з фіксованим відсотком;
- б) з плаваючим відсотком;
- в) з ступеневим відсотком;
- г) із змішаним відсотком.

3. За ступенем ризику кредити поділяють на

- а) субстандартні;
- б) стандартні;
- в) сумнівні;
- г) безнадійні.

4. Залежно від кількості кредиторів розрізняють кредити:

- а) консорціальні;
- б) ланцюгові;
- в) паралельні;
- г) змішані.

5. За методами надання розрізняють кредити:

- а) разові;
- б) револьверні;
- в) лімітні;
- г) гарантові.

6. Позичальник, фінансова діяльність якого дуже добре, фінансові показники в межах установлених значень, бездоганна кредитна історія відноситься до:

- а) класу Г;
- б) класу Б;
- в) класу А;
- г) класу В.

7. Позичальник, фінансова діяльність якого добра, але ймовірність підтримання її на цьому рівні протягом тривалого часу є низькою відноситься до:

- а) класу В;
- б) класу Б;
- в) класу Д;
- г) класу Г.

8. Позичальник, фінансова діяльність якого незадовільна, наявні збитки, показники не відповідають встановленим значенням, забезпечення кредиту є неліквідним відноситься до:

- а) класу Б
- б) класу А;
- в) класу Д;
- г) класу В.

9. Позичальник, фінансова діяльність якого незадовільна і потребує детального контролю, є ризик несвоєчасного повернення боргу в повній сумі і передбачені строки відноситься до:

- а) класу Г;
- б) класу В;
- в) класу Б;
- г) класу Д.

10. Позичальник, фінансова діяльність якого незадовільна, спостерігається її нестабільність протягом року, високий ризик значних збитків відноситься до:

- а) класу Д;
- б) класу Г;
- в) класу А;
- г) класу В.

11. Що відноситься до принципів банківського кредитування:

- а) платність;
- б) диференційованість;
- в) забезпеченість;
- г) зворотність.

Ключові терміни і поняття до лекції теми 3

Акредитив	Основні виробничі фонди
Банківський кредит	Платіжна вимога
Вексель	Платіжна вимога-доручення
Депозитний рахунок підприємства	Платіжне доручення
Державний кредит	Поточний рахунок підприємства
Інвестиційні операції банку	Трастові операції банку
Інкасове доручення	Фонди обігу
Комерційний кредит	Фінанси суб'єктів бізнесу
Кредитні операції банку	Фінансові ресурси підприємств
Лізинговий кредит	Чек
Обігові виробничі фонди	

*Хто швидше, той багатше
(Дитячий постулат бізнесу)*

4. ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФРАСТРУКТУРИ БІЗНЕСУ

Мета лекції — створення уявлення про механізм забезпечення функціонування бізнесу.

План лекції

- 4.1. Елементи інфраструктури бізнесу.
- 4.2. Організація банківської інфраструктури бізнесу.
- 4.3. Біржова інфраструктура в бізнесі.
- 4.4. Митна система в інфраструктурі бізнесу.
- 4.5. Податкова система в інфраструктурі бізнесу.
- 4.6. Система арбітражу в інфраструктурі бізнесу.

Типове завдання діяльності бакалавра — забезпечення фінансування бізнесу.

Компетенції, якими повинен оволодіти студент:

- орієнтуватися в проблемах діяльності і функціонування бізнесу;
- забезпечувати правові підґрунтя функціонування бізнесу.

4.1. Елементи інфраструктури бізнесу

Термін інфраструктура вперше використали в економічному аналізі для позначення об'єктів і споруджень, що забезпечують нормальну діяльність збройних сил. Інфраструктура — обов'язковий компонент будь-якої цілісної економічної системи. Цей термін позначає підставу, фундамент, внутрішню будову. Стосовно до бізнесу інфраструктура — це сукупність організаційно-правових форм, що опосередкують ділові відносини, та погоджують ці відносини, різноманітні й різносуб'єктні, в одне ціле.

У відносини між підприємцями, найманими робітниками та споживачами існує величезна кількість проміжних структур, що встановлюють ці відносини та допомагають названим суб'єктам реалізувати ділові інтереси. Елементами інфраструктури бізнесу є:

- кредитна система і комерційні банки;
- емісійна система та емісійні банки;
- організаційно оформлене посередництво на товарних, сировинних, фондових і валютних біржах;

- аукціони, ярмарки та інші форми організаційного позабіржового посередництва;
- система регулювання зайнятості населення й центри сприяння зайнятості (біржі праці);
- інформаційні технології та засоби ділової комунікації;
- податкова система та податкові інспекції;
- система страхування комерційного, господарського ризику й страхові (державні й недержавні) компанії;
- спеціальні рекламні, інформаційні агентства та засоби масової інформації;
- торговельні палати, інші суспільні й добровільні державні суспільні об'єднання ділових кіл;
- митна система;
- професійні союзи працюючих за наймом;
- комерційно-виставочні комплекси;
- система вищої та середньої економічної освіти;
- консультаційні (консалтингові) компанії;
- аудиторські компанії;
- суспільні й державно-суспільні фонди, призначені для стимулювання ділової активності;
- спеціальні зони вільного підприємництва.

4.2. Організація банківської інфраструктури бізнесу

Банківська система в ринковій економіці виконує триєдину роль. По-перше, розгалужена структура комерційних банків управляє платежами. У розвинених ринкових системах лівова частина комерційних угод зводиться до перерозподілу засобів між різними банківськими рахунками на підставі платіжних документів. По-друге, поряд з іншими фінансовими посередниками банки вкладають заощадження населення в розвиток виробництва тощо, надаючи позики суб'єктам бізнесу, що гарантують їхнє оптимальне використання. По-третє, комерційні банки, приводячи в життя грошово-кредитну політику, що установлюється центральними державними емісійними банками, регулюють кількість грошей, що перебувають в обігу в тій або іншій економічній системі. Стабільний і помірний ріст грошової маси — це запорука забезпечення постійного рівня цін, при досягненні якого ринкові відносини впливають на економічну систему найефективнішим і вигіднішим чином.

Завдання відновлення ринку капіталів є багатоплановим. Воно містить у собі короткостроковий і середньостроковий аспекти (підвищення ефективності функціонування банківської системи), а також довгостроковий, пов'язаний з розвитком ринку акціонерних капіталів і державних цінних паперів.

Нижній рівень банківської системи представлений, насамперед, широкою мережею комерційних банків, які забезпечують кредитно-розрахункове обслуговування суб'єктів бізнесу.

Комерційний банк — це установа, створена для залучення грошових засобів і розміщення їх від свого імені на умовах зворотності, платності й терміновості. Основне призначення комерційного банку — здійснювати посередництво в переміщенні коштів від кредиторів до позичальників.

Поряд з банками переміщенням коштів на ринках займаються й інші фінансові й кредитно-фінансові установи: інвестиційні фонди, страхові компанії, брокерські, дилерські фірми тощо. Але банки як суб'єкти фінансового ринку мають дві істотні ознаки, що відрізняють їх від усіх інших суб'єктів.

По-перше, для банків характерний подвійний обмін борговими зобов'язаннями: вони розміщують свої боргові зобов'язання (депозити, вкладні свідоцтва, ощадні сертифікати та ін.), а мобілізовані на цій основі кошти вкладають у боргові зобов'язання й цінні папери, випущені іншими. Це відрізняє банки від фінансових брокерів і дилерів, що діють на фінансовому ринку, не випускаючи власних боргових зобов'язань.

По-друге, банки беруть на себе безумовні зобов'язання з фіксованою сумою боргу перед юридичними й фізичними особами, наприклад, при переміщенні коштів клієнтів на рахунки та у вклади, при випуску депозитних сертифікатів і т.п. Цим банки відрізняються від інвестиційних фондів, які мобілізують ресурси на основі випуску власних акцій. Фіксовані за сумою боргу зобов'язання несуть у собі найбільший ризик для банків, оскільки повинні бути оплачені в повному обсязі незалежно від ринкової кон'юнктури, у той час як інвестиційна компанія (фонд) усі ризики, пов'язані зі зміною вартості її активів і пасивів, розподіляє серед своїх акціонерів.

Центральні емісійні банки в більшості країн виконують роль «банку банків» і касира держави. Допомога центрального банку проявляється в різних формах. Центральний банк звичайно виступає в якості «кредитора останньої інстанції», тобто до його послуг удаються, коли інші операції, наприклад міжбанківські, уже не спрацьовують. Комерційний банк може отримати гроші шляхом переобліку комерційних векселів у центральному банку або шляхом продажу йому частини портфеля цінних паперів. Це найпоширеніші варіанти.

Аналогічні прийоми використовуються центральними банками для проведення кредитно-грошової політики. Центральні банки пропонують комерційним придбати казначейські векселі з метою скорочення кредитних операцій або, навпаки, купують у них цінні папери для стимулювання кредитної активності й зниження позичкової ставки за рахунок того, що збільшується пропозиція позичкового капіталу. Економісти називають це операціями на відкритому ринку.

Змінюючи процентну ставку при переобліку комерційних векселів у комерційних банків, центральні банки впливають на рівень позичкової процентної ставки. У розпорядженні центральних банків є й інші інструменти, за допомогою яких можна впливати на грошовий ринок. Інструменти ці не однакові в різних країнах. Арсенал заходів впливу включає, зокрема, обов'язок комерційних банків тримати частину своїх коштів на спеціальних резервних рахунках у центральних банках. Величина цих депозитів обчислюється у відсотках від внесків у комерційному банку.

У промислово розвинених країнах рівень позичкової ставки залежить від значної кількості факторів: рівня облікової ставки центрального банку, строків і способів погашення позички, репутації позичальника, темпів і перспектив розвитку інфляції й загальної кон'юнктури. Однак ці фактори лише звужують або розширюють рамки, обумовлені співвідношенням попиту на гроші і їх пропозиції.

Основними завданнями Національного банку України є:

- регулювання грошового обігу;
- забезпечення стійкості національної валюти;
- проведення єдиної грошово-кредитної політики;
- організація розрахунків і касового обслуговування;
- захист інтересів вкладників банків і інших кредитних установ;
- здійснення зовнішньоекономічних операцій.

Банки вправі здійснювати наступні операції:

- залучати вклади (депозити) і надавати кредити за узгодженням з позичальниками;
- проводити розрахунки за дорученням клієнтів і банків-кореспондентів та їх касове обслуговування;
- відкривати та вести рахунки клієнтів і банків-кореспондентів, у тому числі іноземних;
- фінансувати капітальні вкладення за дорученням власників і розпорядників коштів, що інвестуються, а також за рахунок власних коштів банку;
- випускати, продавати, купувати й зберігати платіжні документи й цінні папери, виконувати інші операції з ними;

- видавати поручительства, гарантії та інші зобов'язання за третіх осіб, що передбачають виконання в грошовій формі;
- здобувати права вимоги з поставки товарів і надання послуг, приймати ризики виконання таких вимог та інкасувати такі вимоги (форфейтинг), а також виконувати ці операції з додатковим контролем за рухом товарів (факторинг);
- купувати й продавати наявну іноземну валюту;
- купувати й продавати дорогоцінні метали, дорогоцінні камені, виконувати інші операції із цими цінностями відповідно до міжнародної банківської практики;
- вести трастові операції із коштами клієнтів;
- виконувати брокерські, консультаційні послуги, здійснювати лізингові операції;
- здійснювати інші операції й угоди з дозволу Національного банку.

Банкам забороняється виготовляти матеріальні цінності й торгувати ними, а також займатися страхуванням, за винятком страхування валютних і кредитних ризиків.

Статутний капітал банку складається із коштів не менше трьох його засновників.

4.3. Біржова інфраструктура в бізнесі

Предметом купівлі-продажу можуть служити: на товарній біржі — товари масового попиту, що мають стандартні споживчі якості; на фондовій біржі — цінні папери (акції акціонерних підприємств і банків, облігації й векселі); на фрахтовій біржі — фрахтові документи (різного роду страхові зобов'язання під товари, що перевозяться); на валютній біржі — валюта (іноземні банкноти, або девізи, і чеки на іноземні депозити). Крім перерахованих вище спеціальних бірж, на яких виконуються операції з одним видом цінностей, існують також загальні, де в обігу знаходяться кілька видів цінностей, наприклад товари й цінні папери (товарно-фондова біржа).

Операції, що здійснюються на біржі, залежно від об'єкта підрозділяються на валютні, дисконтні, ломбардні (у тому числі репортні операції з акціями за посередництвом брокера), фондові, товарні, страхові й фрахтові.

Залежно від строку виконання розрізняють касові операції, коли оплата товару або контракту здійснюється відразу або в найближчі 2–3 дні, і термінові, при яких покупець отримує права на товар або контракт у момент здійснення операції, а гроші виплачує через певний строк.

На товарних біржах строки ліквідації (виконання) операцій більше, ніж на фондових. Найпоширеніший термін операцій на світовому ринку до шести місяців, особливо якщо предметом операції є продовольчий товар із сезонним циклом виробництва. Наприклад, бавовну звичайно купують у липні, оговорюючи в якості термін поставки грудень.

Біржа — місце зустрічі покупців і продавців, місце, де здійснюються операції. Сама вона не виступає однією зі сторін у торговельному контракті, а лише забезпечує найбільш сприятливі умови для торгівлі цінностями. Біржа встановлює для всіх учасників торгів загальні принципи їх здійснення, надає місце для здійснення операцій у певний час дня, розробляє єдині правила й норми, на базі яких укладають контракти, а також основні умови типових контрактів.

Зупинимося на організації й функціонуванні домінуючих у ринковій інфраструктурі фондових і товарних бірж.

Хоча першими з'явилися товарні біржі, де концентрується оптовий оборот масових, головним чином сировинних і продовольчих, товарів провідна роль у світовому біржовому обороті належить фондовим біржам. Членами біржі можуть бути тільки фізичні особи, але якщо член біржі є співвласником фірми, то вся фірма також вважається членом біржі.

Місця на біржі продаються особам, які відповідають певним формальним вимогам. Щорічно своїх власників змінюють декілька десятків місць. Ціна на місце встановлюється в індивідуальному порядку, зокрема залежно від біржової кон'юнктури. У цілому контингент членів біржі характеризується високою стабільністю, що робить її одним з елітарних інститутів.

Розрізняють кілька категорій членів біржі:

- біржові брокери є співробітниками інвестиційних компаній і банків, що є членами фондової біржі, виконують накази своїх клієнтів на купівлю-продаж акцій. Вони не мають права вести операції за свій рахунок, а тільки доставляють доручення клієнтів в операційний зал так званим фахівцям;
- фахівці курирують певну групу цінних паперів. Вони здійснюють операції безпосередньо в операційному залі, діючи одночасно в якості агентів і дилерів, тобто, з одного боку, виконуючи доручення, є брокерами для брокерів, а з іншого — здійснюють купівлю-продаж цінних паперів за свій власний рахунок. Головна функція фахівців полягає в забезпеченні ліквідності акцій і стабільності ринку, тобто вони повинні продавати акції при тенденції до підвищення й купувати — при тенденції до зниження. Таким чином, фахівці покликані діяти врозріз із ринком;

- брокери торговельного залу виконують доручення інших брокерів, якщо останні самі в силу якихось причин не можуть виконати наказ свого клієнта. Вони звичайно стягують комісійні за кожну операцію;
- біржові маклери здійснюють операції в торговельному залі за свій рахунок або виконують доручення, у яких мають частку участі;
- асоційовані члени допускаються в операційний зал біржі, але не мають права здійснювати операції (до них відносяться управляючі директори та інші представники фірм – членів фондової біржі).

Головну роль на фондовій біржі відіграють дві перші групи її членів.

Брокери являють собою особливий інститут біржових посередників.

Вони надають послуги як членам, так і не членам біржі й мають право здійснювати операції тільки за дорученням клієнта. Звичайно брокери об'єднані в брокерські будинки, які надають клієнтам ряд послуг:

- надання сховища для цінних паперів;
- надання інформації про стан ринку;
- обслуговування будь-яких комбінацій розподілу фондів компанії, включаючи найрізноманітніші угоди і їх кредитування;
- збір комерційної інформації за бажанням замовника;
- створення оптимальних умов для оборотності цінних паперів;
- супровід на торги осіб, що не є членами біржі, але мають гостьові квитки.

Регулярні члени, біржі здійснюють операції із цінними паперами, як за власний рахунок, так і за рахунок клієнтів. Санторі є посередниками між покупцями й продавцями, концентрують попит і встановлюють курс цінних паперів. Спеціальні брокери спеціалізуються на операціях купівлі-продажу, здійснених між японськими біржами.

Крім загальних функцій, що виконуються біржами як установами, це здійснювати процес купівлі-продажу в рамках правил; товарні біржі приймають на себе такі специфічні завдання, як, наприклад, регламентація типових контрактів у частині кількості, якості, часу й умов поставки товару, умов платежу. Вони спостерігають за сортуванням, зважуванням і перевіркою якості товарів, що поставляються та відправляються зі складів біржі, збирають і поширюють інформацію про ціни на товари як серед членів біржі, так і серед інших зацікавлених осіб. Одним словом, товарні біржі забезпечують гарантоване виконання сторонами умов контрактів. Найбільші сучасні товарні біржі – міжнародні. Вони обслуговують світовий ринок відповідного товару.

Як правило, на товарних біржах функціонують наступні секції: торгівлі наявним (реальним) товаром, торгівлі майбутнім товаром або договорами поставки, торгівлі типовими контрактами, бартерних операцій і аукціонного продажу. Виділення секцій може здійснюватися і по групам товарів.

Найважливішою особливістю біржової торгівлі є те, що жоден товар, жоден зразок безпосередньо в торгах не бере участь. Предметом торгу є певна кількість одиниць стандартизованого товару. Товар повинен бути, по-перше, якісно однорідним і, по-друге, кількісно визначеним за числом, розміром або вагою. Третя умова — можливість заміни товару аналогічним. Ці три умови, що дозволяють укласти угоду під час відсутності товару, забезпечуються або самою природою товару (якщо це, приміром, цегла певного сорту), або відповідністю загальноприйнятому еталону. Товари, що відповідають перерахованим вище вимогам, називаються біржовими.

Асортимент біржових товарів постійно змінюється. Якщо наприкінці XIX століття він включав до 200 найменувань, то сьогодні — не більш 60–65, з яких на біржах постійно обертається не більш 45. Серед них зерно, олійні й продовольчі товари, текстильна сировина, кольорові метали. Будь-які інші вироби й напівфабрикати вважають не біржовими. На західних товарних біржах уже не котируються вугілля, фанера, чорні метали, вершкове масло, шовк, які служили предметом біржового торгу на початку XX століття й навіть пізніше. Замість старих з'явилися нові товари, такі як алюміній, нікель, мазут, бензин, дизельне паливо, пропан і т.д.

При купівлі не можна називати ціну нижче запропонованої, а при продажі — вище вже запропонованої.

Класифікація операцій, що здійснюються на товарній біржі, представлена на рис. 1.

Ціни за угодами, що формуються у періоди вільної торгівлі (на англійських біржах це торгівля між біржовими сесіями), звичайно окремо не публікують, а включають у розмах коливань біржових котирувань за день. При значних коливаннях цін, що перевищують установлені біржовими правилами межі, торгівля на біржах припиняється до наступного робочого дня, а на багатьох англійських — на кілька хвилин, після чого укладання угод відновляється зі спеціальної біржової сесії, ціни якої публікують.

Офіційним котируванням, або розрахунковою ціною, для кожної позиції на даний день є, як правило, ціна при закритті біржі.

Ціни на реальний товар, що публікуються, (спот і форвард) носять приватний характер і на практиці являють собою суб'єктивну оцінку біржовим комітетом або великою фірмою якоїсь середньої ціни, яка наведена до ціни основного сорту товару з найпоширенішими для нього умовами поставки, наприклад з митних складів основних північноєвропейських портів — для Лондона. Поряд з тим, ціни на реальний товар, що публікуються, суб'єктивні, для них характерна й обмеженість, тому що фірма або комітет не в змозі визначити реальну ціну виходячи з обмеженого числа угод.

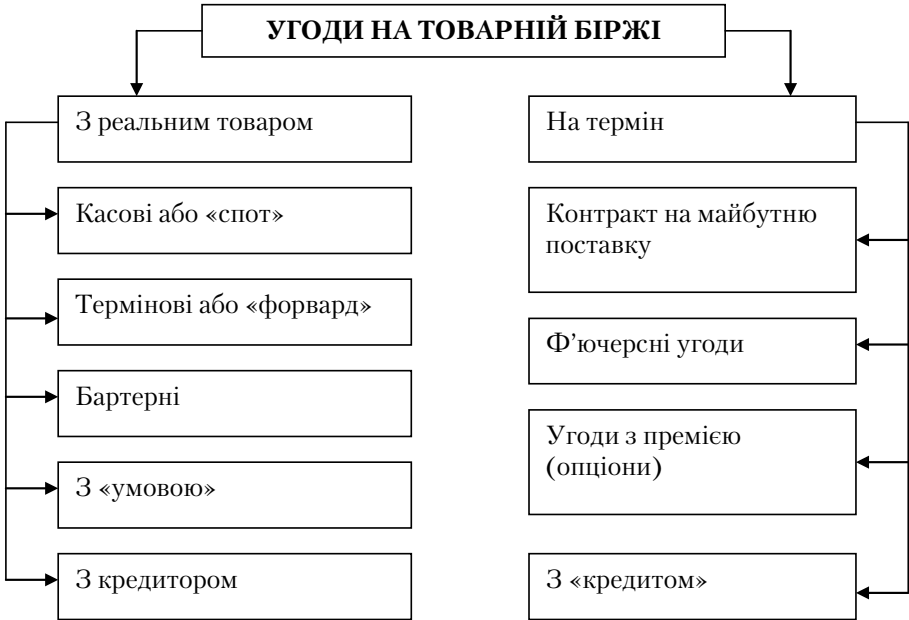


Рис. 1. Операції, що здійснюються на товарній біржі

Певний вплив на ціни формують спекулятивні фактори. Так, якщо реальний товарообіг у кілька разів менше обсягу біржових угод, то в окремі періоди, особливо протягом місяця поставки, крупні біржові спекулянти, активно виступаючи на ринку реального товару, можуть значно підсилювати коливання ціни. Причому, внаслідок того, що ємність ф'ючерсного ринку більше, у такі моменти вплив спекулятивних факторів на ціни спот і форвард може виявитися навіть сильніше, чим на біржові котирування.

Між ціною на реальний товар з найближчим терміном поставки й відповідним ф'ючерсним котируванням завжди існує різниця. Як правило, ціна реального товару вище біржового котирування, тому що за ф'ючерсними контрактами дозволена поставка не тільки основного, базисного сорту, але й інших, більш дешевих сортів, які й становлять основну масу тендерів. У зв'язку із цим ф'ючерсна ціна визначається не базисним сортом, а найдешевшим з тих, що допускаються до поставки за біржовим контрактом.

4.4. Митна система в інфраструктурі бізнесу

Розширення зовнішньоекономічної діяльності в бізнесі висуває на перший план такий елемент інфраструктури, як митниця, яка є державною установою, що контролює перевіз товарів через кордон й стягує спеціальні мита й збори.

Серед завдань митниці на перше місце законодавці поставили фіскальну функцію, поклавши на митні органи обов'язок, визначати вартість товару, країну походження й залежно від цього стягувати платежі, до яких відносять одинадцять:

- 1) мито;
- 2) податок на додану вартість;
- 3) акцизи;
- 4) збори за видачу й поновлення ліцензій;
- 5) збори за видачу й поновлення кваліфікаційного атестата фахівця з митного оформлення;
- 6) збори за митне оформлення;
- 7) збори за зберігання товарів;
- 8) збори за митний супровід товарів;
- 9) плата за інформування й консультування;
- 10) плата за ухвалення попереднього рішення;
- 11) плата за участь у митних аукціонах.

Мито являє собою збір з товарів:

- що вивозяться з держави (вивізне мито);
- що провозяться через державу (транзитне мито);
- ввезених через кордон (ввізне мито).

Уведення мита має на меті збільшення казенних доходів або захист вітчизняної промисловості за допомогою встановлення високих мит на привізні фабрикати й вивізну сировину.

Розмір мита (у відсотках до ціни товару) установлює митний тариф, який є переліком товарів, що підлягають обкладанню митом.

Розрізняють наступні види ставок мит:

- адвалорні, обчислювальні у відсотках від митної вартості;
- специфічні, обчислювальні у встановленому розмірі за одиницю товару, що обкладається;
- комбіновані, що представляють собою комбінацію перших двох.

Ставки експортного мита встановлюються виходячи з різниці світових і внутрішніх цін з такими розрахунками, щоб стимулювати виробництво товарів, що поставляються на експорт. Ціни на експортні товари,

що відвантажуються, повинні бути не нижче світових. Згідно з діючим законодавством виручка виробників від експорту товару не може перевищувати після сплати експортних мит суму надходжень від поставок на внутрішній ринок більше, ніж на 50%. Ставки експортного мита обчислюються в євро за 1000кг або в процентах до митної вартості. Їх підрозділяють на базові та ставки з товаро-обмінних (бартерних) операцій. Експортне мито сплачують до або одночасно із прийняттям до оформлення вантажної декларації.

Митний Кодекс допускає здійснення експортно-імпортних операцій у наступних режимах: випуск для вільного обігу; реімпорт; транзит; операції на митному складі; безмитна торгівля; переробка; тимчасовий ввіз (вивіз); операції у вільній митній зоні; операції на вільному складі; експорт; реекспорт; знищення; відмова на користь держави.

Зупинимося на деяких із цих режимів. Реїмпортом називають митний режим, при якому вітчизняні товари, вивезені відповідно до митного режиму експорту, ввозяться назад без стягнення мит, ПДВ, акцизів, а також без застосування до цих товарів заходів економічної політики (квотування, ліцензування та інших обмежень на ввіз або вивіз).

Транзит припускає переміщення товарів під митним контролем між двома українськими митними органами, а також через територію іноземної держави. При цьому не стягують митні платежі та не застосовують заходи економічної політики.

На транзит треба одержати дозвіл митниці, а в деяких випадках дозвіл видають після сплати митних платежів на депозит митниці. Державний митний контроль дозволяє поряд із грошовим забезпеченням використовувати банківські гарантії. Для транзиту встановлені обмеження в часі знаходження товарів в Україні, які визначають виходячи з відстані провозу вантажу по митній території (1 місяць на кожні 2000 км), і за станом перевезених вантажів. Відповідальність за транзит несе перевізник, саме з нього митниця стягує штрафи та усі належні їй платежі.

Безмитна торгівля являє собою режим, за якого товари реалізуються під митним контролем без стягнення мит, податків і застосування заходів економічної політики. Магазини безмитної торгівлі повинні розташовуватися за лінією митного контролю в міжнародних аеропортах, морських портах і т.п. Володіти ними можуть лише громадяни України, що одержали в Державному митному контролі ліцензію терміном на три роки.

Режим переробки розпадається на три різновиди. Під переробкою на митній території розуміють режим, при якому іноземні товари використовуються для переробки без застосування заходів економічної політики та з

поверненням ввізного мита і податків за умови вивозу продуктів переробки в режимі експорту. Переробка поза митною територією полягає в тому, що виготовлені товари вивозяться за кордон для переробки без застосування до них заходів економічної політики та з повним або частковим звільненням від мит і податків за умови, що продукти переробки будуть випущені у вільний обіг. Переробка товарів під митним контролем передбачає переробку іноземних товарів без застосування заходів економічної політики й стягнення ввізних мит і податків з наступним випуском їх у вільний обіг або приміщенням під інший митний режим. Термін переробки обмежено 6 місяцями.

Тимчасовий ввіз (вивіз) допускає використання товарів на території (за її межами) з повним або частковим звільненням від митних платежів і без застосування заходів економічної політики. Режим тимчасового ввозу (вивозу) заявляють при ввозі (вивозі) обладнання, наприклад для виробництва унікальних або несерійних замовлень, коли підприємцеві не вигідно закуповувати таке устаткування у власність, а також при ввозі (вивозі) виставочних експонатів, контейнерів для перевезення вантажу, автобусів для міжміських перевезень, журналістського устаткування, зразків для досліджень і т.п. Крім того, режим тимчасового ввозу заявляють ті, хто в'їжджає в країну тимчасово. Строки тимчасового ввозу не можуть бути більше 2 років, але Державний митний контроль має право продовжувати їх.

Крім фіскальної, на митницю покладена правоохоронна функція, зокрема боротьба з контрабандою й незаконними валютними операціями, ввозом і вивозом ядерної, хімічної, біологічної та іншої зброї масової поразки, психотропних речовин.

До інших правопорушень, що караються накладенням штрафу, відносяться:

- навмисне ухилення від сплати митних платежів у великих й особливо великих розмірах фізичною особою;
- порушення режиму зони митного контролю;
- неповідомлення при ввозі товарів і транспортних засобів про пересікання митного кордону;
- перешкоджання доступу посадової особи митного органа;
- порушення порядку переробки товарів;
- переміщення через митний кордон під видом товарів не комерційного призначення таких, які насправді призначені для ведення виробничої або іншої комерційної діяльності;
- недекларування або недостовірне декларування товарів і транспортних засобів;

- неповідомлення або недостовірне повідомлення про намір вивезти товари й транспортні засоби за межі митної території;
- неприйняття заходів у випадку аварії або дії непереборної сили (форс-мажор).

Митний кодекс закріпив за митниками право займатися оперативно-діяльністю, застосовувати зброю, фізичну силу та спеціальні засоби.

4.5. Податкова система в інфраструктурі бізнесу

Податковою системою іменують сукупність податків, зборів та інших платежів, що стягуються у встановленому порядку з юридичних і фізичних осіб. Податковий кодекс визначає податок як обов'язковий, індивідуально безоплатний платіж, що стягується з організацій і фізичних осіб у формі відчуження приналежних їм на праві власності, господарського ведення або оперативного управління коштів, з метою фінансового забезпечення діяльності держави та (або) муніципальних утворень. Збором вважається обов'язковий внесок, що стягується з організацій і фізичних осіб, сплата якого є однією з умов здійснення в інтересах платників вагомих дій державними органами.

У кожній країні податкова система несе в собі величезну кількість національних особливостей, що не міняє загальної суті оподаткування як вилучення державою у свою користь частини валового внутрішнього продукту за допомогою стягнення обов'язкових внесків у бюджети різних рівнів. Внески здійснюють основні учасники виробництва валового внутрішнього продукту:

- працівники, що створюють своєю працею матеріальні та нематеріальні блага і одержують дохід;
- господарюючі суб'єкти, власники капіталу.

Отже, економічний зміст оподаткування зводиться до взаємин господарюючих суб'єктів і громадян, з одного боку, і держави, з іншого, із приводу формування державних фінансів.

Функції податків. Податки виконують три найважливіші функції:

- фіскальну — вона є головною з погляду суспільної значимості й полягає у формуванні фінансових ресурсів держави, які надалі витрачаються на потреби соціальної сфери й господарства (капітальні вкладення в інфраструктуру, дотації підприємствам і сільському господарству), утримання збройних сил, проведення зовнішньої

- політики, забезпечення безпеки країни; утримання державного апарата, виплату державного боргу;
- розподільну (регулюючу) – вона реалізується через системи пільг і проявляється в зміні об'єкта оподаткування, зменшенні бази оподаткування, підвищенні або зниженні податкової ставки;
 - соціальну – вона полягає у вирівнюванні доходів різних груп населення за допомогою нерівномірного оподаткування різних сум доходів.

Основні принципи оподаткування. Податкові системи розвинених країн склалися під впливом різних економічних, політичних і соціальних умов. Звісно, вони не ідеальні. Однак законодавці різних країн не залишають спроб виробити оптимальну систему оподаткування. За загальним переконанням, такою може вважатися система, що базується на наступних основних принципах:

- простота алгоритму розрахунків окремих податків;
- відсутність дублювання;
- простота й економічність збору податків;
- стабільність;
- законодавче регламентування;
- пропорційність податкових зборів вигоді, яку взамін може надати держава;
- прийнятний розмір загального податкового тиску;
- дотримання справедливості по горизонталі (особи, що одержують рівний дохід, повинні платити рівні податки) і по вертикалі (особи, що одержують різний дохід, повинні платити різні податки).

Крім того, податкова система повинна враховувати соціально-економічні потреби країни, відповідати економічній стратегії й тактиці держави.

Податки як інструмент економічного регулювання. Як елемент фінансових відносин, пов'язаний з формуванням грошових доходів держави (бюджету й позабюджетних фондів), які потрібні йому для виконання соціальної, економічної, військово-оборонної, правоохоронної й інших функцій, податки є об'єктивною необхідністю, тому що зумовлені потребами суспільства. Податки безпосередньо впливають на всіх суб'єктів ринку: споживача, виробника, державний бюджет.

Введення податку на споживання веде до росту цін і скорочує попит на оподатковувані товари. Зниження їх дозволяє споживачам (фізичним особам) споживати більше товарів або збільшити накопичення. Вплив податків на підприємство проявляється через зміну ціни товару, обсягу виробництва, заробітної плати, засобів, що виділяються на розвиток. Якщо підприємство

переживає спад, то зниження податків дає змогу понизити ціну товарів, що випускаються, або підвищити заробітну плату.

Державний бюджет при зниженні податкових внесків скорочується, і, як наслідок, слабшає підтримка підприємств бюджетної сфери, державні інвестиції. Управління через податки — один з найбільш складних аспектів економічної політики.

Федеративні держави (США, Канада, Німеччина, Росія), що мають трьохланкову бюджетну систему, здійснюють податкову політику на трьох рівнях:

- федеральному;
- регіональному (рівні штату, департаменту, провінції);
- місцевому (рівні муніципалітету, графства, громади).

Держави, що не мають федеративного розподілу (Франція, Японія, Україна), використовують двохланкову податкову систему, що включає в себе загальнодержавний і місцевий рівні.

Державні податки та збори, що підлягають перерахуванню в бюджет, встановлюються, змінюються або скасовуються Податковим кодексом. Вони містять у собі: податок на додану вартість (ПДВ), акцизи на окремі види товарів, податок на прибуток (дохід) організацій, податок на доходи від капіталу, податок на дохід фізичних осіб, внески в державні соціальні позабюджетні фонди, державне мито, мито й митні збори, податок на користування надрами, податок на відтворення мінерально-сировинної бази, податок на додатковий дохід від видобутку вуглеводнів, збір за право користування об'єктами тваринного світу і водними біологічними ресурсами, лісовий податок, водний податок, екологічний податок, державні ліцензійні збори.

Регіональні податки й збори встановлюються або відміняються законами держави. До них належать: податок на майно організацій, податок на нерухомість, дорожній податок, транспортний податок, податок із продажів, податок на ігровий бізнес, регіональні ліцензійні збори.

При введенні податку на нерухомість припиняється дія на відповідній території податків на майно організацій, майно фізичних осіб і землю.

Місцеві податки встановлюються, змінюються або скасовуються нормативними правовими актами органів місцевого самоврядування відповідно до Податкового кодексу й обов'язкові до сплати на всій території муніципального утворення. До цієї групи податків належать: земельний податок, податок на майно фізичних осіб, податок на рекламу, податок на спадкування й дарування, місцеві ліцензійні збори.

За ознакою об'єкта оподаткування, що стягуються податки можна розділити на такі, що сплачуються:

- із прибутку (доходів) – податок на прибуток, податок на дивіденди, податок на доходи від участь на паях у діяльності інших підприємств;
- з виторгу від продажів продукції (робіт, послуг) – ПДВ, акцизи, податок на користувачів автомобільних доріг, податок на зміст житлового фонду й соціальної сфери
- з вартості майна – податок на майно підприємств, податок із власників транспортних засобів, податок на придбання транспортних засобів;
- із платежів за природні ресурси – земельний податок і орендна плата за землю, плата за воду, лісовий дохід;
- з фонду оплати праці – єдиний соціальний податок на внески в Пенсійний фонд;
- із сум зроблених витрат – податок на рекламу;
- з доходів від певного виду фінансових операцій – податок на операції із цінними паперами;
- з вартості позовних заяв і угод майнового характеру – державне мито.

Елементи податкової системи. Елементами податкової системи виступають суб'єкти та об'єкти оподаткування, оподаткована база, ставки податків і пільги.

Суб'єктами податкових правовідносин є:

- організації й фізичні особи, на яких покладений обов'язок із сплати податків і зборів;
- податкові агенти;
- Державна податкова служба;
- Державний митний комітет;
- органи державної влади;
- Міністерство фінансів.

Об'єктами оподаткування можуть виступати майно, прибуток, дохід, вартість реалізованих товарів (виконаних робіт, зроблених послуг) або інша економічна підстава, що має вартісну, кількісну або фізичну характеристики, з наявністю якого у платника податків законодавство про податки й збори пов'язує виникнення обов'язку сплатити податок.

Оподаткована база являє собою вартісну, фізичну або іншу характеристику об'єкта оподаткування. Ставка податку є величина податкових нарахувань на одиницю податкової бази. Вона залежить від характеру предмета оподаткування й може бути твердою, обумовленою як абсолютна сума з об'єкта оподаткування, або процентною, що розраховується як частка його вартості. У свою чергу, процентні ставки бувають пропорційними й прогресивними. Пропорційні ставки побудовані за принципом єдиного відсотка, що стягується з предмету обкладання (прикладом служить ставка по-

датку на майно підприємств), а прогресивні — за принципом росту відсотка зі збільшенням вартості об'єкта обкладання.

Податкові пільги — це надані окремим категоріям платників податків переваги, включаючи можливість не сплачувати податок (у виняткових випадках можуть бути індивідуальними). Пільги встановлюють у вигляді:

- неоподатковуваного мінімуму об'єкта податку;
- вилучення з оподаткування певних елементів об'єкта податку;
- звільнення від сплати податків окремих осіб або категорії платників;
- зниження податкових ставок та іншого.

Права й обов'язки платників податків. Платниками податків і зборів є організації й фізичні особи, на які покладений обов'язок платити відповідно податки та збори.

Платники податків і платники зборів мають право:

- вимагати відшкодування в повному обсязі збитків, заподіяних незаконними рішеннями податкових органів або незаконними діями (бездіяльністю) їх посадових осіб;
- одержувати від податкових органів письмові роз'яснення з питань застосування законодавства про податки та збори;
- одержувати в податкових органах за місцем обліку інформацію про діючі податки, законодавство про податки й збори й інші акти, про права й обов'язки платників податків, повноваження податкових органів та їх посадових осіб;
- представляти свої інтереси в податкових органах, особисто або через свого представника.

Вони несуть наступні обов'язки:

- сплачувати законно встановлені податки;
- вставати на облік в органах податкової служби, якщо такий обов'язок передбачений Податковим кодексом;
- вести у встановленому порядку облік доходів (витрат) і об'єктів оподаткування;
- представляти податкові декларації;
- пред'являти податковим органам необхідні документи для нарахування та сплати податків;
- протягом трьох років забезпечувати збереження даних бухгалтерського обліку й інших документів, необхідних для сплати податків.

Права й обов'язки податкових органів. Податковими агентами визнаються особи, на яких покладені обов'язки з обчислення, утримання від платників податків і перерахування податків у бюджети. Збирачами податків вважаються державні органи, органи місцевого самоврядування, інші

уповноважені органи й посадові особи, що здійснюють приймання від платників податків кошти на сплату податків.

Податковими органами є Державна податкова служба та її територіальні підрозділи.

Податкові органи мають право:

- вимагати від платників податків та інших зобов'язаних осіб документи, що підтверджують правильність вирахування й своєчасність сплати податків;
- оглядати (обстежувати) будь-які використані платником податків для одержання доходу або пов'язані зі змістом об'єктів оподаткування приміщення й території, проводити інвентаризацію майна;
- у випадку відмови платника податків допустити посадових осіб податкового органа до обстеження приміщень або непередставлення необхідних для розрахунків податків документів — визначати суми податків, що підлягають внесенню в бюджет, розрахунковим шляхом на підставі даних сплати іншими аналогічними платниками податків;
- стягувати податкову пеню в порядку, установленому Податковим кодексом.

В обов'язки податкових органів входить:

- безкоштовно інформувати платників податків про діючі податки;
- представляти форми податкової звітності й роз'яснити порядок заповнення;
- давати роз'яснення платникам податків про порядок вирахування й сплати податків.

Податкові органи, митні органи й органи податкової міліції несуть відповідальність за збитки, заподіяні платникам податків внаслідок неправомірних дій (рішень) або бездіяльності, а також неправомірних дій (рішень) або бездіяльності своїх посадових осіб та інших робітників цих органів при виконанні ними своїх службових або посадових обов'язків.

Податковим кодексом окреслені певні види та правила проведення перевірок. Податкові перевірки діляться на камеральні, які проводяться відносно всіх платників податків, і виїзні, що проведені тільки у відношенні організацій і підприємців — фізичних осіб. Перевірки можуть охоплювати не більш ніж три календарні роки діяльності платника податків, що передують року перевірки й припускають:

- участь свідків;
- доступ посадових осіб податкових органів на територію або в приміщення;
- огляд приміщень при проведенні виїзної податкової перевірки;

- витребування документів;
- вилучення документів і предметів (при проведенні виїзних податкових перевірок);
- експертизу (при проведенні виїзних податкових перевірок);
- залучення фахівців;
- участь перекладача;
- участь понять;
- складання протоколів.

Камеральні перевірки здійснюють за місцем перебування податкового органа на основі даних податкових декларацій і документів, що служать підставою для вирахування та (або) сплати податку. Якщо перевіркою виявлені помилки в заповненні документів або протиріччя між відомостями, що є в представлених документах, то про це повідомляють платника податків, вимагають внести відповідні виправлення у встановлений строк і доплатити суми, виявлені в результаті камеральної перевірки. Камеральні перевірки вживають без якого-небудь спеціального дозволу керівника податкового органа протягом двох місяців з дати надання платником податків податкової декларації та інших документів.

Виїзні перевірки здійснюють на основі рішення керівника податкового органа (його заступника) не частіше одного разу в рік і повинні тривати не більш двох місяців (у виняткових випадках — до трьох місяців за рішенням вищого податкового органа). Незалежно від часу проведення попередньої перевірки влаштовують перевірки:

- пов'язані з ліквідацією або реорганізацією платника податків;
- ініційовані вищим податковим органом у порядку контролю.

Результати виїзної перевірки оформляють у вигляді акту встановленої Державною податковою службою форми. Акт підписують посадова особа податкових органів і керівник організації, що перевіряється. У випадку відмови підписати акт про це роблять відповідний запис. Якщо акт податкової перевірки не складений, вважають, що перевірка відбулася й правопорушень не виявлено.

Платник податків має право протягом двох тижнів представити пояснення мотивів відмови від підписання акту або заперечення по акту.

Із закінченням цього строку протягом двох тижнів акт податкової перевірки, у якому зафіксовані податкові правопорушення, та інші документи розглядає керівник податкового органа (його заступник).

Якщо платником податків представлені пояснення або заперечення, матеріали перевірки розглядають у присутності посадових осіб організації-платника податків або індивідуального підприємця або їх представників.

Основними видами податкових правопорушень є:

- відхилення від реєстрації в податкових органах у якості платника податків;
- приховання (заниження) доходу (прибутки) та інших об'єктів оподаткування;
- ведення обліку об'єкта оподаткування із грубим порушенням встановленого порядку;
- невиконання посадовими особами кредитно-фінансових установ обов'язків, передбачених податковим законодавством.

З метою приховання або заниження доходу (прибутку) та інших об'єктів оподаткування практикують наступні прийоми:

- за взаємною домовленістю керівники підприємств представляють свої розрахункові рахунки для здійснення грошових операцій, що приховуються від обліку на відповідному підприємстві;
- підприємство відкриває в різних банках кілька розрахункових рахунків і проводить через них розрахунково-грошові операції, не відображаючи в бухгалтерському обліку (веде подвійну бухгалтерію);
- підприємство реєструють в одному районі (місті), а рахунок відкривають в іншому місті, ухиляючись від сплати податків як за місцем реєстрації, так і за місцем ведення господарської діяльності;
- завищують собівартість продукції (робіт, послуг) за рахунок витрат, що не підлягають відрахуванню на собівартість, наприклад витрат на рекламу, відрядження (понад установлені норми), придбання основних фондів і реконструкцію виробництва й ін.;
- за домовленістю сторін в офіційних платіжних документах занижують вартість виконаних робіт, розрахунки здійснюють готівковими коштами;
- занижують оподаткований ПДВ;
- спотворюють звітні дані при визначенні витрат на оплату праці.

4.6. Система арбітражу в інфраструктурі бізнесу

Найважливішим елементом регулювання ринкових відносин є господарський суд, який врегульовує суперечки, що виникають у процесі господарської діяльності (економічні суперечки), або із правовідносин у сфері управління. Таким чином, предметом розгляду можуть бути конфлікти суб'єктів бізнесу, а також їх претензії до державних органів.

У завдання господарського (арбітражного) суду входять захист законом прав та інтересів організацій і громадян, однакове й правильне застосування законодавства, сприяння зміцненню законності в економічних відносинах.

Право на звернення до господарського суду конкретних суб'єктів правовідносин (право на пред'явлення позову) виникає лише після прийняття сторонами заходів щодо врегулювання суперечки у встановленому порядку. Організація, майнові права якої порушені, повинна до звернення до суду пред'явити претензії противній стороні, щоб та могла розглянути їх та задовольнити в добровільному порядку, якщо визнає вимоги законними й обґрунтованими.

Відмова від права на звернення до господарського суду недійсна. Тому в договорах фізичних осіб-підприємців і юридичних осіб не може бути застережень, умов або положень, що обмежують право сторони на звернення до суду у випадку порушення договору або невиконання зобов'язання.

Встановлена нормами господарського процесуального права форма діяльності господарських судів, спрямована на захист оскарженого або порушеного права юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців, є господарський процес. Предметом господарського процесу є економічні суперечки й спори в сфері управління. Розгляд і вирішення спорів здійснюється в певній послідовності, яка розпадається на стадіях процесуальних дій.

На стадії порушення справи суддя вивчає позовну заяву й приєднані до неї матеріали з погляду підвідомчості й підсудності справи, а також інших критеріїв, що визначають, чи можна прийняти справу до виробництва. Ґрунтуючись на цих критеріях, суддя або порушує справу, або відмовляє в прийманні заяви або повертає позовну заяву. Стадія судового розгляду полягає в розгляді суперечки на засіданні господарського суду, яке завершується ухваленням рішення, завершенням виробництва в справі або залишенням позову без розгляду. Перевірка законності й обґрунтованості рішень господарського суду проходить на стадії апеляції та касації.

Рішення суду, що вступило у законну силу, підлягає обов'язковому виконанню всіма підприємствами, організаціями, установами, посадовими особами й громадянами-підприємцями на всій території. Існують певні правила виконавчого провадження, що регулюють відносини між боржником і стягувачем.

Рішення господарського суду, що вступило у законну силу, може бути піддане перегляду із-за протиріч зазначених у законі посадових осіб господарських судів і прокуратури й певних судів господарської судової системи.

Підставою для перегляду можуть послужити нововиявлені обставини, що знову відкрилися, які існували в момент розгляду справи, але не були й не могли бути відомі суду й особам, що брали участь у розгляді.

В господарському процесі беруть участь три групи осіб. Першу групу складають судді.

Друга група включає так званих осіб, що брали участь у справі, якими є:

- сторони (позивач і відповідач);
- треті особи, що заявляють самостійні вимоги;
- треті особи, що не заявляють таких вимог;
- прокурор;
- державні й інші органи, що брати участь у процесі в силу покладених на них обов'язків і виступаючи на захист прав і інтересів інших осіб.

До третьої групи відносяться особи, що сприяють нормальному розгляду та вирішення спорів, а саме: свідки, експерти, перекладачі, представники організацій і громадян-підприємців.

Кожний з учасників процесу є носієм певних прав і обов'язків, які визначаються роллю в господарському процесі. У більшості випадків сторонами господарського процесу виступають юридичні особи, тобто організації, що мають у власності, повному господарському веденні або оперативному управлінні відособлене майно, що відповідають за своїми обов'язками цим майном, що виступають у суді, господарському й третейському суді від свого імені.

Позивачами (заявниками) є організації, органи державної влади й управління й фізичні особи-підприємці, що пред'явили позов (подали заяву), або в інтересах яких пред'явлений позов.

Відповідачами є юридичні особи й громадяни-підприємці, яким пред'явлена позовна вимога. У випадках, установлених законом, відповідачами можуть бути органи державної влади й управління, що не є юридичними особами.

Витрати, пов'язані з розглядом судових справ, іменуються судовими витратами. Витрати ці покладають на сторони й третіх осіб, що виступають із самостійними вимогами, щоб, по-перше, відшкодувати витрати держави на утримання судів, а по-друге, надихнути зацікавлених осіб до врегулювання суперечок без втручання суду. Судові витрати включають мито, яке являє собою плату за розгляд, дозвіл і перегляд судових справ, а також витрати, якими є плата за проведення призначеної судом експертизи, виклик свідків, огляд на місці, послуги перекладача. Розмір мита визначається законом і залежить від характеру й ціни позову; розміру господарських витрат, навпаки, ніяк не пов'язаний з характером суперечки й ціною позову, а визначається залежно від фактично зроблених витрат. Сплата витрат покладається або на позивача, що звертається до суду з необґрунтованими вимогами, або на відповідача, що не виконав добровільно свої обов'язки перед іншою стороною, що й привело до судового розгляду.

Відповідно до закону спори повинні бути розглянуті, а рішення — прийняті й оприлюднені в термін, що не перевищує відповідного нормативу від дня отримання судом позовної заяви. Для розгляду скарги або протесту судом апеляційної інстанції встановлений нормативний термін. У виняткових випадках термін розгляду суперечки може бути продовжений головою суду або його заступником.

Згідно із законом заяву в господарський суд можуть подати:

- організації й фізичні особи-підприємці, що звертаються за захистом законом прав та інтересів;
- державні й інші органи у випадках, передбачених законами — у захист охоронених законом прав та інтересів організацій і фізичних осіб — підприємців, державних і суспільних інтересів;
- прокурор — у захист державних і суспільних інтересів.

Подати позов — значить звернутися до суду із заявою, у якій повинно міститися адресоване суду прохання розглянути суперечку, що виникла. Суддя може не прийняти позовну заяву й повернути його без розгляду в наступних випадках:

- позовна заява підписана особою, що не має права підписувати її, або особою, посадове положення якої не зазначене;
- у позовній заяві не зазначені найменування сторін, їх поштові адреси;
- не представлені докази сплати держмита у встановленому порядку й розмірі і відсутнє клопотання про звільнення від мита або відстрочці сплати;
- в одній позовній заяві з'єднано кілька вимог до одного або декількох відповідачів, причому ці вимоги не пов'язані між собою за підставами виникнення або пред'явленими доказам;
- не пред'явлені докази того, що копії позовної заяви спрямовані відповідачеві;
- не пред'явлені докази того, що вжиті заходи до досудового врегулювання суперечки з іншою стороною (крім випадків, коли ухвалювати такі заходи не потрібно);
- не пред'явлені докази звернення до банку за одержанням з відповідача заборгованості, коли вона згідно із законом повинна бути отримана через банк;
- до порушення справи від позивача надійшла заява про врегулювання суперечки.

Якщо зміст суперечки не представляє особливої складності, позивач правильно виклав свої вимоги й представив потрібні докази, суду залишається лише визначити в присутності позивача час розгляду справи та

сповістити про це інших осіб, що беруть участь у справі. Якщо питання про прийняття справи до виробництва суддя вирішує одноосібно, то підготовка ведеться від імені суду. Вона включає наступні моменти:

- уточнення фактів, що обґрунтовують вимоги й заперечення сторін, а також інших фактів, що мають значення для правильного розгляду суперечки;
- визначення юридичних відносин осіб, що беруть участь у справі і закону, яким слід керуватися при розгляді справи;
- визначення кола осіб, що беруть участь у справі;
- розв'язання питання про те, чи варто допустити до участі в судовому розгляді представників громадських організацій і трудових колективів;
- визначення предмета доведення й доказів.

Судовий розгляд спрямований на те, щоб виробити порозуміння між сторонами. Рішення господарського суду ухвалюються обов'язково з урахуванням порозуміння, якщо воно не суперечить закону й фактам, відображеним у матеріалах справи. При цьому суд має право:

- вийти за межі позовних вимог, якщо це необхідно для захисту охоронених законом прав та інтересів організацій і фізичних осіб-підприємців;
- зменшити у виняткових випадках розмір неустойки (штрафу, пені), що підлягає стягненню за позовом організації або фізичної особи-підприємця зі сторони, що порушила зобов'язання;
- відтермінувати виконання судового рішення.

Органами примусового виконання рішень господарського суду є банки, управління юстиції й судові виконавці. Оскільки більшу частину господарських постанов становлять рішення про стягнення грошових сум, то найчастіше цей обов'язок лягає на банк.

Рекомендована література до лекції теми 4

а) основна:

1. *Муравьев А. И.* Предпринимательство: Учебник / Муравьев А. И., Игнатьев А. М., Крутик Л. Б. — СПб.: Лань, 2001. — 658 с.
2. *Підприємство*: Навч. посібн. / [Подсолонко В. А., Процай А. Ф., Миронова І. А., Василенко В. С.] — К.: ЦНЛ, 2003. — 636 с.
3. *Бусыгин А. В.* Предпринимательство: Учебник / Бусыгин А. В. — М.: Дело, 2001. — 638 с.

б) додаткова:

1. *Господарський* Кодекс України. — Харків: ТОВ «Одісей», 2004. — 248 с.
2. *Цивільний* Кодекс України. — Харків: ТОВ «Одісей», 2003. — 408 с.

Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 4

1. Що таке інфраструктура бізнесу та її елементи?
2. Яка роль банківської системи в ринковій економіці?
3. Які істотні ознаки банків?
4. Які основні завдання Національного банку України?
5. Які основні завдання комерційного банку?
6. Поняття біржі та її види?
7. Які категорії членів біржі?
8. Види операції на товарній біржі?
9. Поняття митниці та види митних платежів?
10. Види ставок мита.
11. Режим експортно-імпорتنих операцій.
12. Митні правопорушення та їх види
13. Сутність податків.
14. Функції податків.
15. Принципи оподаткування.
16. Податки, як інструмент економічного регулювання.
17. Державні податки та збори.
18. Регіональні податки та збори.
19. Місцеві податки та збори.
20. Об'єкти оподаткування та їх суть.
21. Суб'єкти податкових правовідносин.
22. Елементи податкової системи.
23. Права і обов'язки платників податків.
24. Права і обов'язки податкових органів.
25. Види податкових правопорушень.
26. Суперечки у бізнесі та їх учасники.
27. Судові витрати та їх склад.

28. Хто може подавати позовну заяву в суд?
29. Мотиви відмови в прийнятті позовної заяви.
30. Органи примусового виконання рішень господарського суду.

Тести для перевірки знань до лекції теми 4

1. Що відноситься до принципів банківського кредитування:
 - а) платність;
 - б) диференційованість;
 - в) забезпеченість;
 - г) зворотність.

2. Банкам забороняється здійснювати наступну діяльність:
 - а) страхування комерційних ризиків;
 - б) страхування валютних і кредитних ризиків;
 - в) виготовляти матеріальні цінності;
 - г) торгівля.

3. Експортно-імпортні операції здійснюються у таких режимах:
 - а) імпорт;
 - б) експорт;
 - в) знищення;
 - г) транзит.

4. Суб'єктом податкових правопорушень є:
 - а) фізичні та юридичні особи;
 - б) Міністерство фінансів;
 - в) Міністерство внутрішніх справ;
 - г) Державна податкова служба.

5. Об'єктом податкових правопорушень є:
 - а) майно;
 - б) додана вартість;
 - в) земля;
 - г) прибуток.

6. Учасниками арбітражного процесу є:
 - а) суддя;
 - б) слідчий
 - в) прокурор;
 - г) позивач.

7. Арбітражні витрати включають:

- а) мито;
- б) витрати на експертизу;
- в) зарплата судді;
- г) витрати на виклик свідка.

Ключові терміни і поняття до лекції теми 4

Арбітражний суд
Біржа
Біржові брокери
Біржові маклери
Емісійний банк
Збір
Інфраструктура
Комерційний банк
Митниця
Об'єкт оподаткування

Оподаткована база
Податкова система
Податок
Предмет арбітражного процесу
Реекспорт
Реімпорт
Ставка податку
Суб'єкт податкових відносин
Судові витрати
Транзит



*У бізнесі немає боргів та послуг, є тільки кредити
(Кредитний постулат бізнесу)*

5. ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У БІЗНЕСІ

Мета лекції — ознайомлення із принципами роботи з найманими працівниками, методами стимулювання їх праці.

План лекції

- 5.1. Підходи до управління персоналом.
- 5.2. Системи зв'язків із громадськістю.
- 5.3. Стимулювання праці найманих працівників у бізнесі.

Типове завдання діяльності бакалавра — соціальна відповідальність за діяльність у бізнесі.

Компетенції, якими повинен оволодіти студент:

- розпізнавати принципи владних відносин в бізнесі та форми стимулювання праці;
- формулювати напрямки відносин бізнесу з громадськістю.

5.1. Підходи до управління персоналом

Мистецтво управління в бізнесі передбачає професійні знання індивідуальної та групової психології. Якщо на підприємстві виготовляється продукція низької якості, винні не працівники, а декілька конкретних людей, які недостатньо зацікавлені в плодах своєї праці або не навчені. Не можна забувати, що кожний працівник є особистістю з її неповторними переживаннями та запитамі, нехтування якими може поставити під загрозу досягнення мети у бізнесі. Люди є центральним чинником будь-якої моделі управління в бізнесі.

Найбільш популярними школами управління в бізнесі є американська та японська. Американська школа управління бізнесом вважає, що головною умовою успіху в бізнесі є наявність зворотного зв'язку між керівником бізнесу і підлеглими. Підлеглі повинні знати цілі, результат своєї праці, відношення до неї керівника, в противному випадку він може проявляти невдоволення. Згідно цієї теорії не тільки керівник повинен бути зацікавлений працею підлеглою, але й останній зобов'язаний вводити його в курс своєї справи.

Успіх японської школи управління складається із багатьох складових, однак головними є вміння працювати з людьми. Щорічно практично кожна японська компанія проводить ретельний відбір серед випускників середніх та вищих навчальних закладів та в святковій обстановці приймає найдостойніших до себе на роботу, однак тільки на випробувальний період. Кожний кандидат проходить протягом року повний курс підготовки на одному з підрозділів компанії під керівництвом прикріпленого до нього досвідченого співробітника. Тих, хто довів свою здібність працювати згідно з пред'явленими вимогами, приймають на постійну роботу. Серед співробітників японських компаній постійно точиться конкуренція за право піднятися вище по службовій драбині. Завдяки високим щорічним показникам праці через 5–7 років можна добитися положення керівника середньої ланки. При досягненні 55 років в передпенсійному віці колишній керівник повинен піти працівником-наставником та вивільнити місце молодим. Для подальшого просування необхідно щорічно покращувати результати своєї праці, присвячувати не тільки робочий час, але і частину особистого часу, своїм відношенням до справи демонструвати відданість компанії, проявляти ініціативу, добиватися, щоб у керівництва склалась думка, що саме цей співробітник повинен бути підвищений по службі. Компанія гарантує співробітнику зайнятість тільки при повній його самовіддачі. Більшу частину персоналу складають позаштатні та тимчасові співробітники, що не мають особистих привілеїв та пільг.

Такий підхід до управління персоналом у бізнесі забезпечує повну самовіддачу та підсилює конкуренцію, складає умови для погодження дій. Висока інтенсивність праці забезпечується підвищеними виплатами на матеріальні та духовні потреби. При кожній компанії створюються команди керівників, які займаються питаннями виробництва і збуту, підвищенням прибутковості та рентабельності виробництва. Використовується поняття групової відповідальності, завдяки чому члени групи приймають участь в реалізації управлінських рішень і несуть рівну відповідальність за їх впровадження. Особливу увагу приділяють підготовці та перепідготовці персоналу. Кожен із робітників японських компаній вивчає, як правило, декілька спеціальних курсів з розвитку професійних знань, на що витрачає 15 годин позаробочого часу на тиждень. Перепідготовку проходить управлінський персонал, всі технічні спеціалісти та виробничі працівники. Керівників кожні 3–4 роки переводять на нову посаду в інші підрозділи компанії.

Японські керівники завжди слідують правилу: кожна раціоналізаторська пропозиція працівників повинна бути впроваджена. Рівень реалізації пропозицій досягає 85%. Вирішення на місці проблем, що виникли,

підвищення ефективності господарювання, систематичні бесіди з працівниками та фахівцями про шляхи подальшого удосконалення виробництва є нормою японського керівництва. Порівняння принципів японської та американської систем управління персоналом наведена в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняння принципів управління персоналом

Ознака	Підходи американської системи	Підходи японської системи
1. Порядок прийняття рішень	Індивідуальний	Колективний на основі єдиної згоди
2. Відповідальність	Індивідуальна	Колективна
3. Структура управління	Строго формалізована	Нестандартна, гнучка
4. Контроль	Чітко формалізований, здійснюється керівником	Неформальний, колективний
5. Оцінка результатів	Швидка	Відносно повільна
6. Якості, що найбільш ціняться у керівникові	Компетентність та ініціативність	Уміння координувати та контролювати
7. Психологічна орієнтація управління	На особистість	На групу
8. Критерій оцінки якості управління	Індивідуальний результат	Гармонія у колективі та колективний результат
9. Відношення до підлеглих	Формальні	Неформальні
10. Порядок просування по службі	Відповідно до особистих успіхів	За старшинством та стажем роботи
11. Характер підготовки керівників	Вузькоспеціалізована	Універсальна
12. Оплата праці	За індивідуальним досягненням	За результатами роботи групи і врахуванням стажу, віку та ін.
13. Термін найму	Короткий в межах, що відповідає контракту	Тривалий, часто довічний

Аналіз підходів до роботи з персоналом (табл. 1) свідчить, що американський підхід спрямовується на індивідуальну ініціативу керівника, його підприємливість, здібність діяти самостійно, на відносно вузьку спеціалізацію, на повагу ділових людей, які уміють швидко заробляти гроші. Японський підхід націлений на завоювання ринку, збільшення долі нових виробів у загальному випуску продукції, на повагу до інженерів та техніків, на виробничий бізнес.

Підготовка керівника займає багато часу та коштує багато грошей. Основну частину витрат несуть компанії, а також різні фонди приватних навчальних закладів.

5.2. Системи зв'язків із громадськістю

Говорячи про «людський аспект» сучасного управління, не можна забувати про створені на Заході системи зв'язків із громадськістю (англ. *public relations*). Їх породили, насамперед, розгалуження й ускладнення господарських зв'язків у бізнесі і відносин між різними рівнями внутрішньої ієрархії. Розрізняють зовнішні системи, що забезпечують цілеспрямований планомірний обмін інформацією між підприємством та об'єктами або суб'єктами, з яким вона стикається або може ввійти в контакт, і внутрішні, що координують роботу різних рівнів ієрархії. Основним завданням усіх систем є створення сприятливого клімату як навколо підприємства, так і усередині нього.

Сьогодні завоювання місця на ринку й високого рейтингу в системі оцінок громадськості вимагає методичної, ретельно продуманої політики. Настільки ж великі зрушення відбулися у внутрішній сфері, що системи зв'язку із громадськістю покликані зіграти головну роль в налагодженні та регулюванні всього комплексу міжособистісних відносин. Вони наслідок і в той же час причина переорієнтації психології підприємців. Будучи частиною великої соціальної системи, відносини бізнесу із громадськістю розвиваються за чотирма взаємозалежними напрямками.

Перший напрям — це саме створення системи зв'язків із громадськістю, з якою у підприємства виникає або може виникнути загальне поле інтересів. Із цього погляду громадськість підрозділяють на «свою» і «не свою». «Свою» громадськість, що цікавить фірму, вивчають і диференціюють, на основі чого й формується мережа зв'язків, обираються цілі й методи згідно яких забезпечують безперебійне функціонування каналів зв'язку. Другий напрям — координація різного роду зв'язків з громадськістю, узгодження усередині підприємства відносин відділів і міжособистісних відносин. Третій напрям передбачає запобігання або згладжування протиріч між фірмою й громадськістю, особливо серйозних, невикорінних конфліктів. Четвертий напрям може бути позначено як «виховання», «ведення» суспільної думки. Це вимагає не просто постійного, а ретельного, з урахуванням нюансів, вивчення суспільної думки про всі сторони функціонування підприємства.

5.3. Стимулювання праці найманих робітників у бізнесі

Матеріальні стимули в значній, якщо не у вирішальній мірі визначають продуктивність праці найманих робітників. Заробітну плату робітників ділять на основну (постійну) і додаткову (змінну).

Основна заробітна плата утворюється з тарифного заробітку з регулюючими його надбавками (за продуктивність праці, ріст вартості життя) і регулярних премій. Її визначають множенням тарифної ставки (годинної або денної) із зазначеними надбавками на відпрацьований час.

Додаткова заробітна плата містить у собі відрядні приробітки, різні заохочувальні надбавки, у тому числі надбавки за індивідуальними і колективними преміальними системами за якість продукції, економію сировини та матеріалів, роботу в понаднормовий і нічний час, вихідні й святкові дні, шкідливі й небезпечні умови праці, регламентовані або вимушені перерви в роботі, безперервний стаж роботи на даному підприємстві, відсутність прогулів тощо.

Тарифна ставка дуже часто встановлюється колективними договорами, які можуть бути одно- і багаторівневими. У колективних договорах встановлюють не тільки розмір базової зарплати, але й усі можливі доплати до неї, регламентують елементи додаткової зарплати. Додаткову зарплату поділяють на законодавчі (за понаднормову роботу, роботу у вихідні й святкові дні, договірно встановлені) і добровільно-партесипативні (надання одягу, харчування, житла, ювілейні премії і т.д.) елементи.

Найбільш важливими тенденціями в галузі організації й оплати праці працюючих у промисловості є:

- розробка й застосування єдиних тарифних сіток для всіх категорій робочої сили;
- розширення сфери застосування погодинної оплати при значному змінненні її сутності;
- використання новітніх методів тарифікації, в основі яких лежить аналітична оцінка робіт і особистих якостей працівників;
- поширення й удосконалення різних методів колективного стимулювання на основі систем «участі».

На практиці застосовують цілий спектр методів — від традиційних (погодинна оплата праці з нормованим завданням, погодинно-преміальна система, різні форми преміювання) до найбільш передових (плата за одиницю кваліфікації, гнучкі оклади та розцінки). Майбутнє систем стимулювання економісти й соціологи пов'язують зі зверненням до стимулів вищого порядку, створенням умов для самореалізації особистості, збагаченням праці.

Однією з найголовніших тенденцій у розвитку форм оплати праці є значне збільшення частки робітників, оплачених погодинно при відповідному зниженні частки відрядників. Погодинна оплата праці стала переважною в більшості галузей машинобудування й охоплює 98% робітників в автомобільній промисловості, 97% — у виробництві конструкційних металевих виробів, більш 80% — у загальному машинобудуванні. В умовах підвищення технічного й організаційного рівня машинобудування, поширення комплексної автоматизації й механізації виробництва вироблення стало залежати в основному від технології, устаткування, методів організації виробництва й праці, а фізичні зусилля працівника в процесі праці зведені до мінімуму. Традиційні форми відрядності (оплата, що залежить від кількості зробленої продукції) у цих умовах уже втрачають свою стимулюючу роль. Крім того, широке використання погодинної оплати праці рятує від необхідності перегляду окремих норм і розцінок, усуває найпоширеніший привід для трудових конфліктів і страйків.

У той же час праця найманих працівників підприємств закордонних фірм оплачується за двома основними системами — проста і преміальна. При простій погодинній системі заробіток нараховується на основі фіксованих тарифів залежно від тривалості відпрацьованого часу й прямо не залежить від обсягу зробленої продукції, тоді як преміальна оплата узгоджується із продуктивністю праці працівника.

У більшості випадків при виборі системи заробітної плати враховуються три основні фактори:

- рівень контролю працівником кількості і якості виробленої продукції;
- точність, з якої ця продукція може бути вирахована;
- рівень витрат, пов'язаних із впровадженням тієї або іншої системи оплати праці.

Там, де вплив на кількість або якість продукції виявляється значним, а сама зроблена продукція легко піддається вимірюванню, застосовуються заохочувальні системи оплати. На відміну від інших систем, заснованих на участі працівників у розподілі прибутку, впроваджується залежність між індивідуальними грошовими винагородами й індивідуальною продуктивністю праці. У той же час працівникам вигідно кооперуватися з метою збільшення загальної кількості грошових сум, які вони можуть заробити. В останні роки усе ширше застосовуються більш гнучкі багатофакторні системи оплати праці, орієнтовані на кількісні параметри виробництва і високу кваліфікацію працівників, у тому числі засновані на гнучких розцінках або окладах.

При використанні системи контрольованого змінного виробництва праця працівника оплачується погодинно, однак його годинну тарифну ставку

періодично (раз в 3–5 місяців) переглядають залежно від виконання норм виробітку, використання робочого часу, дотримання трудовий дисципліни, досягнень перед підприємством. Застосовують також систему подвійних ставок оплати праці, що передбачає одночасне введення двох розцінок: для робітників, що виконують високу норму виробітку, і для тих, хто цю норму не виконує. Як правило, розмір розцінок відрізняється на 20–30 %.

Гнучкість системі оплати праці надають періодичні атестації співробітників, на основі яких встановлюють рівень оплати їх праці на наступний період. Оскільки в перший рік роботи набуття професіональних навичок і навчання йде найбільш ефективно, зарплату в цей рік переглядають, як правило, через кожні три місяці. Результати праці робітників з більшим стажем оцінюються раз у півроку або рік. На деяких підприємствах застосовують нову систему оплати праці, при якій підвищення заробітної плати залежить не стільки від вироблення, скільки від росту кваліфікації працівника, а також від виробничих компетенцій — так звана система грейдів та вилок базових винагороджень.

Для систем стимулювання характерне звернення до більш високих потреб людини, що визначають його як особистість. Відповідно до теорії мотивації А. Маслоу всі потреби людини можна розділити за ієрархічним принципом. При цьому на першому місці виявляться основні фізіологічні потреби, друге займе потреба у безпеці, а далі по спадній впливають потреба в любові й соціальної активності, потреба в повазі й самоповазі, потреба у самореалізації.

До основних фізіологічних потреб відносять потреби, що дозволяють людині підтримувати життєдіяльність, а саме потреба в повітрі, воді і їжі, сні, даху, мускульній активності, сексуальному задоволенні. Потреба в безпеці проявляється крім тяги до чисто фізичної безпеки в прагненні до гарантованої роботи, страхуванні, пенсійному забезпеченні тощо.

При достатньому ступені задоволення *первинних* потреб, до яких відносять перші дві групи, починають домінувати потреби наступних рівнів, — *соціальні*. Людина прагне до об'єднання з іншими людьми, прагне зайняти гідне місце в соціумі. Крім того, вона потребує самоповаги й поваги, а тому намагається набути майстерності і компетентності у сферах своєї діяльності. Індивіду необхідні впевненість у собі й незалежність, визнання й високий соціальний статус, які завойовуються шляхом самореалізації. На відміну від первинних потреб, соціальні, вищі потреби рідко задовольняються цілком. Їхній розвиток і поглиблення практично не обмежене.

У сфері виробництва, згідно з теорією Ф. Герцберга, діють дві групи факторів мотивації. Одну становлять **гігієнічні** фактори, зовнішні стосовно

процесу роботи. Це політика підприємства й практика діяльності адміністрації, нагляд, взаємовідносини, умови праці й заробітна плата. Якщо дані фактори носять негативний для людини характер, це збільшує його незадоволеність роботою. Однак сприятливий прояв гігієнічних факторів гарантує лише нейтральну реакцію.

Задоволеність роботою визначається іншою паралельною групою факторів, яку Ф. Герцберг називає **мотиваційними**. Це досягнення в роботі, визнання з боку інших працівників, інтерес до роботи, відповідальність і просування. Позитивний вплив таких факторів збільшує задоволеність роботою й мотивує в напрямі більш активної трудової діяльності.

Таким чином, для посилення позитивної мотивації персоналу на підприємствах адміністрація повинна користуватися не стільки «гігієнічними», скільки «мотиваційними» важелями впливу. Останнього можна досягти, наділяючи працівників додатковою владою й відповідальністю, надаючи їм більше ініціативи, можливостей для творчості, більш повно використовувати їх здатності й досвід, відзначати їх заслуги просуванням по службовим сходам і т.п. Досвід показує, що люди, сильно мотивовані характером виконаної роботи, легко переносять несприятливі гігієнічні фактори й одержують задоволення від своєї роботи. «Мотиваційні» фактори відрізняються від «гігієнічних» і тим, що їх вплив більш тривалий.

Останнім часом на базі концепції «збагачення» праці в промислово розвинених країнах розроблені й застосовуються наступні методи морального й матеріального стимулювання:

- збільшення частки (до 1/3) змінної частини заробітної плати (премії, тощо), виплаченої в якості заохочення за економію сировини й матеріалів, ріст продуктивності праці й поліпшення якості продукції;
- використання різних форм участі робітників у прибутках і управлінні;
- впровадження так званих анатомічних, або багатofакторних, систем заробітної плати, при яких дається диференційована оцінка в балах численним факторам праці;
- використання систем тарифних ставок, які стимулюють робітників до оволодіння суміжними та іншими професіями;
- розширення «горизонтального» набору трудових операцій, тобто внесення більшої різноманітності в роботу в рамках функцій одного роду;
- розширення «вертикального» набору обов'язків, тобто забезпечення більшої автономії й відповідальності працівників за виконання дорученої справи, включення в коло обов'язків функцій планування й контролю за якістю власної продукції;

- виробнича ротація працівників, тобто зміна професії з метою зниження монотонності праці;
- створення автономних робочих груп, покликаних вирішувати конкретні виробничі завдання, з делегуванням їм певного обсягу (кола) прав з розподілу обов'язків, контролю над якістю продукції й визначенню сум грошової винагороди;
- створення «кружків якості», покликаних стимулювати ініціативу робітників у вирішенні різних виробничих завдань;
- використання «рухливих» графіків робочого часу, при яких тривалість робочого дня може варіюватися при незмінній тривалості робочого тижня.

Рекомендована література до лекції теми 5

а) основна:

1. *Бородатий В.П.* Управління персоналом: Навч. посібн./Бородатий В. П., Крижко І. Д., Ягодзінський А. Й. – К.: ІЗМН, 1997. – 272 с.
2. *Афонин А.С.* Основы мотивации труда: организационно-экономические аспекты: Учебн. Пособие/ Афонин А. С. – К.: МЗУУП, 1995. – 304 с.

б) додаткова:

1. *Исаенко А.Н.* Кадры управления в корпорациях США / Исаенко А. Н. – М.: Наука, 1988. – 144 с.
2. *Процинков В.А.* Управление персоналом в Японии / Процинков В. А., Лада-нов И. Д. – М.: Наука, 1989. – 171 с.
3. *Как работают с людьми за рубежом:* Методич. рекомендации. – К.: МЗУ-УП, 1992. – 148 с.

Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 5

1. Суть та характеристика американської школи управління персоналом.
2. Який підхід до управління персоналом в японських компаніях?
3. Які підходи американської системи до управління персоналом?
4. Які підходи японської системи до управління персоналом?
5. Які напрямки розвитку відносин бізнесу із громадськістю?
6. Що закладено в основу формування основної та додаткової заробітної плати найманих робітників у бізнесі?
7. Які тенденції використовуються в галузі організації й оплати праці найманих працівників у бізнесі?
8. Які фактори враховуються при виборі системи заробітної плати працівників?

9. Які соціальні рівні потреб людини використовують у моральному стимулюванні праці у бізнесі?

10. Які гігієнічні фактори використовують у моральному стимулюванні праці у бізнесі?

11. Концепція «збагачення» праці та методи стимулювання праці відповідно до її реалізації

Тести для перевірки знань до лекції теми 5

1. Що є головною умовою успіху у бізнесі відповідно до американської школи управління?

- а) максимізація прибутку;
- б) наявність зворотного зв'язку між керівниками та підлеглими;
- в) зменшення собівартості;
- г) підвищення долі ринку.

2. З яких складових складається успіх японської школи управління?

- а) вміння працювати з людьми;
- б) вміння терпіти негаразди;
- в) професійні вміння;
- г) вміння проявляти невдоволення.

3. Які категорії персоналу японських компаній повинні проходити перепідготовку?

- а) обслуговуючий персонал;
- б) управлінський персонал;
- в) технічні спеціалісти;
- г) виробничі працівники.

4. Основна заробітна плата складається із:

- а) тарифного заробітку;
- б) доплат за роботу в нічний час;
- в) регулярні премії;
- г) надбавки за ріст вартості життя.

5. Додаткова заробітна плата складається із:

- а) надбавки за якість продукції;
- б) надбавки за роботу в понаднормовий час;
- в) добровільно-патерналістська надбавка;
- г) надбавка за продуктивність праці.

6. Простий погодинний заробіток залежить від:

- а) категорії працюючих;

- б) фіксованого тарифу;
- в) обсягу виробленої продукції;
- г) тривалості відпрацьованого часу.

7. Преміальна система оплати праці визначається:

- а) продуктивністю праці;
- б) тривалістю відпрацьованого часу;
- в) обсягом виробленої продукції;
- г) фіксованим тарифом.

8. До первинних потреб мотивації людини відносяться:

- а) фізіологічні;
- б) самореалізації;
- в) потреба в пенсійному забезпеченні;
- г) потреба у повазі.

9. До соціальних потреб мотивації людини відносяться:

- а) потреба в любові;
- б) потреба в компетентності;
- в) потреба в самореалізації;
- г) потреба в мускульній активності.

10. До «гігієнічних» факторів мотивації відносять:

- а) умови праці;
- б) заробітна плата;
- в) взаємовідносини з адміністрацією;
- г) політика адміністрації.

11. До «мотиваційних» факторів мотивації відносять:

- а) інтерес до роботи;
- б) відповідальність;
- в) досягнення в роботі.

Ключові терміни і поняття до лекції теми 5

Американська школа управління	Основна заробітна плата
Відрядна оплата праці	Погодинна оплата праці
Гігієнічні фактори	Система зв'язків з громадськістю
Додаткова заробітна плата	Соціальні потреби
Матеріальне стимулювання праці	Фізіологічні потреби
Моральне стимулювання праці	Японська школа управління
Мотиваційні фактор	

*У бізнесі немає ворогів та слуг, є тільки конкуренти і партнери
(Партнерний постулат бізнесу)*

6. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ З ІНФОРМАЦІЄЮ

Мета лекції — узагальнення особливостей функціонування ринку інформації економічних інформаційних систем у бізнесі.

План лекції

- 6.1. Особливості інформації при прийнятті рішень у бізнесі
- 6.2. Економічні інформаційні системи в бізнесі.
- 6.3. Вартість інформації й інформаційних продуктів.

Типове завдання діяльності бакалавра — використання комунікабельності та сучасних інформаційних технологій.

Компетенції, якими повинен оволодіти студент:

- підтримувати гармонійну інформаційну мережу ділових та особистих контактів;
- обирати найбільш відповідні інформаційні засоби та канали комунікацій

6.1. Особливості інформації при прийнятті рішень у бізнесі

В процесі підприємницької діяльності реалізуються функції управління, які потребують прийняття рішень та інформаційних комунікацій. Склад і обсяг визначається багатьма чинниками. Головні з них це специфіка бізнесу, його мета, необхідна точність інформації, періодичність одержання інформації, способи фіксації інформації та інше.

Управління бізнесом забезпечується великою кількістю рішень, що складають строгу ієрархію. За характером керуючого впливу рішення ділять на традиційні та ситуаційні. Для традиційних рішень характерна повторюваність, висока стабільність кола завдань, з яких вони приймаються, визначеність наслідків реалізації, традиційність методів розробки рішень. Для ситуаційних рішень характерним є великий їх різновид, випадковий характер виникнення завдань, необхідність використання широкого спектру спеціальних методів розробки рішень, та необхідність оцінки їх ефективності за допомогою значної кількості критеріїв, часто суперечливих. При прийнятті ситуаційних рішень виникають наступні умови:

- вирішення ситуації в бізнесі для відповідного ринку є строго обов'язковим та практично не може бути скасованим та передорученим;

- як правило, для прийняття рішення та його реалізації об'єктивно визначені терміни (дефіцит часу);
- прості та легкі рішення виключаються, так як у більшості вони приймаються з приводу відсутності або малої кількості необхідних ресурсів (дефіцит ресурсів);
- прийняття або неприйняття рішень містить в собі цілком очевидні загрози для бізнесу (присутність ризику);
- існує значна кількість можливих варіантів вирішення ситуацій з яких необхідно вибрати один раціональний варіант.

Темпи сучасного бізнесу та прийняття рішень диктують необхідність оперативної обробки інформації. І це завдання вирішують інформаційні системи. Базисом будь-якої інформаційної системи є програмне забезпечення, яке включає прикладні й системні програми, а також операційну систему. Прикладні програми вирішують інформаційні завдання, орієнтовані на конкретних користувачів. Системні програми управляють прикладними, забезпечують взаємодію в мережах: передачу команд, завдань, контроль передачі інформації, виправлення помилок і т.п.

Операційна система управляє системними програмами й, як правило, усією інформаційною системою. Створення інформаційної системи — складний процес, що припускає рішення наступних завдань:

- технічних — вибір типу комп'ютера й периферійних обладнань, визначення обсягу оперативної й зовнішньої пам'яті й інших параметрів;
- програмних — вибір або створення програмного забезпечення;
- лінгвістичних — вибір зручної для користувача машинної мови;
- організаційних — добір персоналу для обслуговування інформаційної системи;
- інформаційних — відпрацювання методики введення, зберігання, пошуку і видачі інформації.

Сучасний користувач — не програміст (у тому числі підприємець) діє в зручному для нього інформаційно-оперативному середовищі, яке дозволяє обробляти різноманітну за видом й змістом інформацію в єдиному комплексі, який називається інтегрованою системою обробки інформації.

Електронний офіс дозволяє розв'язати цілий ряд проблем, до числа яких відносяться:

- організація електронної пошти із застосуванням телетайпа, факсу;
- планування і контроль діяльності (підготовка зустрічей, нарад, нагадування, автоматичне розсилання листів і т.п.);

- виправлення помилок у текстах, складених різними мовами (російською, англійською та ін.);
- організація ефективної системи негайного сповіщення (про попит і пропозицію товарів і послуг та ін.);
- контроль доступу, захист даних і забезпечення конфіденційності інформації.

Таким чином, кожна традиційна функція одержує нове, більш ефективне втілення.

Створення електронного офісу починається з освоєння текстового редактора — сервісної програми, за допомогою якої текст виводиться на екран дисплея й коректується, дані організують у вигляді таблиць і форм документів, тексти або таблиці заносяться на магнітний диск і при необхідності викликаються на екран або принтер.

6.2. Економічні інформаційні системи в бізнесі

Для бізнесу великий інтерес представляють банки економічної інформації, значна частина якої раніше була недоступна або збиралася час від часу і з великими трудовозатратами.

Припустимо, ви маєте намір укласти угоду з якоюсь фірмою, і прагнете знати, хто фактично нею володіє, з ким насправді буде укладений контракт, кому принесе дохід розташоване замовлення і т.д. Хоча формально фірма незалежна, серед власників її акціонерного капіталу може виявитися інша фірма, що володіє контрольним пакетом акцій і, скоріш за все, контролює політику вашого контрагента. У свою чергу, ця інша фірма, також формально незалежна, може фактично належати комусь ще і т.д. Виявлення фактичного власника завжди було досить вигідною формою економічної діяльності, однак розквіту воно досягло лише з появою банків даних.

Нині десятки фірм пропонують свої послуги у відстеженні структури власності, без чого будь-який підприємець або менеджер виявляється сліпим у виборі союзників і в боротьбі з конкурентами. Так, контрольний пакет акцій італійської фірми «Фіат» з кінця 1960- х рр. тримає американська компанія «Дженерал моторс». Ця обставина, ймовірно, не була суттєвою у той час, коли укладався контракт на будівництво заводу в Тольятті. Але тепер, коли об'єднання АВТОВАЗ одержало право виходу на зовнішній ринок, воно набуло нового значення.

Серед американських фірм, що займаються збором інформації про структуру власності, найбільшою популярністю користується компанія

«Дан і Бред- Стрит», заснована в 1841 р. У ній зайнято 54 тис. працівників. Компанія має філії в 26 країнах.

Друга за значимістю американська фірма того ж профілю — «Мур і Предикаст» — має систему із шести баз даних, що містять річні огляди, прогнози, статистику, результати аналізу ринку.

У Західній Європі найбільш відомі компанії «Хоппенштедт» (Німеччина) і «Інформейшн сервісіз» (Великобританія).

Існує й чимало інших великих банків економічної інформації (табл. 2).

Таблиця 2

Банки економічної інформації

Банк даних	Характер інформації	Примітки
SCAN	Крупні проекти, особливо в країнах, що розвиваються	Створений під егідою ООН
BUSINESS	Міжнародна торгівля, контракти, пропозиція і попит на технології, устаткування, ліцензії	—
HARFAX	Поточні дослідження ринку з товарних груп і окремих товарів	Використана міжнародна класифікація SIC. Форма відображення — реферати
PASCAL	Економіка Франції Фінанси і банки Франції	—
SGBD	Економіка Франції Фінанси і банки Франції	За джерелами банку «Сос'єте Женераль»
COMEXT	Торгівельні зв'язки країн ЄЕС	Код класифікації — NIMEXE, код доступу — SITC. Форма відображення — таблиці
CISI	Перспективи розвитку галузей економіки країн — членів ЄЕС за стандартами Спільного ринку	Створений у 1965 р., 21 база даних, 10 млн чисел
BRIL	Науково-дослідницькі розробки (тема, вивконавець, строки)	—
WATS	Поточна економічна ситуація, американські фірми (2 млн.)	Зведення повідомлень телеграфних агентств Всього 10 баз даних
PUNS	Компанії інших країн (133 країни, 500 тис. компаній) Міжнародні концерни, їх дочірні фірми і підприємства (25 концернів)	

Продовження табл. 2

ICOF	Британські компанії (600 тис. фірм)	Для 100 тис. найбільш розгорнутих довідок
JORDAN	Те ж саме (1 млн фірм)	Коло показників звужене (капітал, чисельність зайнятих, оборот, баланс)
IML	Те ж саме (130 фірм)	Дані деталізовані (аж до номенклатури продукції)
BODAC	Французькі фірми. Продажі, структура, стосунки власності	—
ESSOR	Французькі фірми (75 тис. фірм). Капітал, оборот, чисельність зайнятих	—
DETOFEL	Те ж (2 тис. фірм, акції яких котируються на біржі)	Довідки детальні

Японці шанобливо ставляться до інформації, тому часто пояснюються їхні успіхи на світовому ринку. Представники японських фірм збирають будь-які відомості, які можуть прояснити ринкову ситуацію, що склалася, — навіть фотографії машин і устаткування, магнітофонні записи конференцій і семінарів. Фірми виписують величезну кількість економічної та технічної літератури.

Кожна японська фірма, що має торговельні зв'язки із закордонними компаніями, має власну інформаційну мережу. Ці мережі в цілому настільки розгалужені, що у випадку ускладнення міжнародної обстановки до їхніх послуг звертаються працівники дипломатичних служб та інших урядових установ.

Японський досвід — лише один з показових прикладів того, яку роль інформація відіграє у виробничій сфері. Не менш яскравий приклад — практика великих американських підприємств. Близько 70% з них наймають менеджера для управління інформаційними ресурсами. У його веденні знаходиться не тільки обчислювальний центр, але й усі без винятку інформаційні служби, які не просто обслуговують інші підрозділи, але організують потоки інформації в самостійну цілісну систему.

На 79% підприємств США сформовані в цей час так звані інтегровані інформаційні системи, що досягається установкою терміналів на всіх робочих місцях і масовим освоєнням навичок роботи з персональними комп'ютерами.

У Західній Європі першим (в 1976 р.) увів посаду інформаційного менеджера автомобільний концерн «Бе-Ем-Ве» (BMW). У розпорядження

цього менеджера були передані обчислювальний центр, усі програмісти, усі служби організаційно-планової інформації. Усього в його підпорядкуванні опинились 650 постійних працівників і 450 програмістів, що працюють за разовими договорами. При загальній чисельності зайнятих 52 тис. чол., це не так уже й багато, хоча й не мало.

Фірма «Сіменс» з ініціативи відділу методів планування і управління вивчила можливості прискорення інформаційних процесів на підприємствах фірми. Дослідження показали, що обіг інформації можна прискорити в середньому вдвічі. Особливу економію часу дає перехід до діалогу з банком даних.

Наприклад, при ручній обробці інформації оформлення заявки включало дев'ять операцій: заповнення форми, відправлення її у відділ документації, витяг документів з архіву, обробка даних, копіювання, обрізка, оформлення у відділі документації, формування комплекту із заявок і копій, повернення до початку у випадку помилки. На кожну операцію йшов день. Разом — дев'ять днів.

Перехід до діалогу з банком даних зменшив число операцій до шести: введення особистого номера й пароля, вибір формуляра й ключових слів, виклик даних на екран і обробка, друк й перевірка інформації, повернення до другої операції (якщо допущена помилка) або стирання пароля й особистого номера (якщо помилки немає). Вони займають шість хвилин. Виходить, продуктивність праці зросла (при однозмінній роботі) в 720 раз (в 9 робочих днях 4320 хв).

Звичайно, дев'ять днів на одержання документа з архіву це забагато, якщо із заявками й документами постійно працюють. Але за результатами дослідження, проведеного у фірмі «Сіменс», 95% часу і заявки, і документи перебувають без руху.

Вартість надання комерційної довідки про фірму залежно від регіону (країни близького зарубіжжя, Західна Європа, США, Канада, Азія) і строку надання послуги коливається від 40 до 720 дол. США.

На жаль, у цей час навести довідки про закордонного партнера значно простіше, ніж роздобути дані загальних відомостей про українського контрагента.

Найважливішим класом інформаційних систем є економічні інформаційні системи (ЕІС).

До основних функцій ЕІС належать:

- збір і підготовка економічної інформації для її наступного введення в систему;
- введення вихідних даних, що відбивають основні параметри об'єкта управління;

- вирішення завдань економічного характеру, спрямованих на підтримку характеристик системи на заданому рівні;
- виконання операцій, внутрішньо обумовлених функціонуванням самої ЕІС.

Найважливішими принципами побудови ефективних ЕІС є:

- розумна централізація — більшість операцій перетворення даних зосереджується в одному або декількох центрах, оснащених комп'ютерами, що дозволяє знизити собівартість операцій і одночасно створює передумови для інтеграції обробки;
- системність — дані обробляються в різних розрізах, щоб отримати інформацію на всіх рівнях і у всіх функціональних системах управління;
- комплексність — автоматизують усі процедури перетворення інформації на всіх стадіях (одержання, збір, реєстрація, передача, зберігання, обробка, вивід інформації й ухвалення рішення, тобто вироблення управляючих впливів).

При створенні ЕІС основними є аналіз і синтез циркулюючої інформації, під якою в самому загальному змісті розуміють відображену різноманітність явищ, фактів, процесів, що мають місце в реальній системі. Аналіз інформації дозволяє виділити основні проблеми, вирішені дослідниками й проєктувальниками ЕІС: побудова моделей ЕІС; аналіз структур даних; оптимізація розміщення інформації в пам'яті системи; організація зберігання, коректування й перетворення даних ЕІС; визначення раціональної структури й функцій ЕІС; вибір ЕІС, ефективних в умовах ринкової економіки.

У цей час практикується два принципово різні підходи до побудови ЕІС. Перший підхід зводиться до того, що потоки інформації й алгоритми її перетворення вибудовують виходячи з існуючої системи управління, другий припускає розробку «ідеальної» системи управління без врахування особливостей існуючої. На наш погляд, необхідно поєднувати обидва підходи.

Для економічної інформації характерні більші обсяги, багатократне повторення циклів одержання й перетворення у встановлених часових межах, значна питома вага логічних операцій обробки й порівняльна простота математичної обробки.

Структурно економічна інформація складається з показників — параметрів об'єкта управління, що контролюються та характеризуються найменуванням і значенням. Показник формується із сукупності реквізитів, що має закінчений вагомий зміст і споживчу вартість.

Реквізит — це логічно неподільний елемент показника, що співвідноситься з певною властивістю відображеного об'єкта або процесу. Кожний

показник складається з одного реквізиту-підстави, що визначає кількісну сторону об'єкта або процесу й значення показника, і одного або декількох реквізитів-ознак, які характеризують якісну сторону й найменування показника.

Складання рефератів з врахуванням заданого набору ключових слів — завдання складне і у практичному, і в теоретичному відносінах, але в його актуальності поступово переконається усе більше фахівців, тому немає сумніву, що рано або пізно його буде вирішено.

Описаний підхід прийнятний для банків даних зі змінним складом користувачів. Для постійного їхнього кола застосовують так звані конференційні системи. Кожний користувач працює як би в режимі незупинної науково-виробничої конференції. Інформаційні повідомлення, що надходять у базу даних, перетворюються в стандартну форму й відразу ж передаються тим, кого сама конференційна система вважає необхідним ознайомити зі змістом повідомлення.

Правила функціонування системи визначають не тільки сферу інтересів кожного користувача, але й категорію джерел, від яких йому дозволено одержувати інформацію. Якщо в інформаційній системі з'являється повідомлення із забороненою адресою, то система цілком здатна повідомити його автору: «Ви не маєте повноважень передавати повідомлення даному адресатові».

Крім того, у системі враховується гранична кількість повідомлень, переданих одній особі. Потік інформації відфільтровується з метою не допустити інформаційного перевантаження користувача.

Ідея створення конференційних систем була підказана практикою складання так званих мемо, документів, що прижилися в американському діловому житті і не мають аналогів у вітчизняному.

Мемо (скор. від memorandum) — розгорнута службова записка, що не потребує ухвалення негайного рішення. Автор документа попросту повідомляє свою точку зору й підкріплює її аргументами. Саме традиція обміну мемо й викликала до життя «Іквал» (EQUAL) — внутрішню інформаційну систему фірми «Ай-Ви-Ем», що працює за принципом постійно діючої конференції.

Перспективним вважається аналіз взаємин між учасниками електронних конференцій. Наприклад, один читає праці іншого, а той — ні, контакт стає одностороннім. Подібні факти дозволять, не прибігаючи до опитування, удосконалювати роботу інформаційних систем.

Загалом, постійне звертання системи до користувача з питаннями вижило себе. Комп'ютери в недалекому майбутньому стануть вгадувати, що потрібно людині.

Конференційні системи зближують банки даних з електронною поштою. Колись дві сфери людської діяльності, нині принципово різні, — переписка й одержання інформації із друкованих джерел — зіллються в одну, якщо вдасться дозволити протиріччя між індивідуалізацією кожного повідомлення, типовою для переписки, і масовим характером інформації, що поставляється друкованими виданнями й іншими засобами комунікацій.

У західних фірмах практикується регулярне автоматичне складання оглядів поточної преси, хоча подекуди цим зайняті не комп'ютери, а люди. Наприклад, у німецькій компанії «Люфтганза» один співробітник регулярно складає щоденний огляд преси на 10 сторінках. У фірмі «Дойч шелл» двоє співробітників щодня з ранку до полудня становлять короткий, на дві сторінки, прес-бюлетень. У відомому «Коммерцбанку» група з 12 людей з раннього ранку й до 11 годин робить 15-сторінкову добірку інформації з газет.

Досить істотна ймовірність інформації. При використанні обчислювальних засобів, що володіють можливостями логічного висновку, фахівець має право зажадати від комп'ютера оцінити ймовірність отриманої інформації, привести аргументи за та проти її істинності.

Економічна інформація може розглядатися на різних рівнях: синтаксичному, семантичному й прагматичному.

Синтаксичний рівень аналізу дозволяє абстрагуватися від змісту інформації й рівня її корисності. Він розглядає відносини між знаками системи економічних даних і характер цих відносин. На синтаксичному рівні встановлюють правила побудови певних груп даних, документів, показників і т.п.

На семантичному рівні аналізуються вагомі характеристики інформації з метою усунення багатозначності висловлювань. Вивчення даних на семантичному рівні не припускає аналізу їх цінності для управління.

Прагматичний аспект розгляду пов'язаний із цінністю, корисністю інформації для вироблення правильного управлінського рішення. Із цієї точки зору аналізують споживчі властивості інформації.

Перший рівень відповідає сприйняттю зовнішніх структурних характеристик, тобто синтаксичної сторони інформації, другий рівень — формуванню понять і відображень, виявленню змісту інформації і узагальненню, третій безпосередньо пов'язаний із практичним використанням інформації, відповідністю її цільової функції діяльності системи.

Інформація в ЕІС є і предметом, і продуктом праці, тому від її якості суттєво залежать ефективність і якість функціонування системи.

Якість інформації можна визначити як сукупність властивостей, що зумовлюють її використання для задоволення визначених відповідно до її призначення потреб.

Можливість і ефективність використання інформації для управління визначаються такими її споживчими показниками, як репрезентативність, змістовність, повнота, доступність, актуальність, своєчасність, стійкість, точність, ймовірність, цінність.

Інформація цінна, оскільки вона сприяє досягненню поставленої мети. Та сама інформація може мати різну цінність, якщо її розглядати з точки зору різних споживачів. Цінність інформації, таким чином, прямо залежить від мети, яку ставить перед собою її споживач.

Ефективність інформації в значній мірі визначається її корисністю й цінністю. Перша якість впливає із властивості задовольняти практичні потреби людини. Корисна та інформація, яка дає конкретний ефект сьогодні, сприяє ухваленню правильного рішення. Цінність також має інформація, що дає об'єктивні уявлення про предмет вивчення. Друга властивість, таким чином, визначає характеристику, яка втримується в об'єктивності, адекватності інформації сутності явищ, що відображаються. Корисність більш конкретна. Цінність може визначитися не обов'язково сьогодні, а корисність нерідко проявляється й у самий момент збору інформації, її переробки або ухвалення рішення.

6.3. Вартість інформації та інформаційних продуктів

Американський економіст Піл Самуельсон, автор відомої праці «Економікс», що довгий час займав третє місце у світі з тиражу, розглядає дуже цікавий приклад з маяком. Кораблі, що проходять повз маяк, користуються його повідомленнями безкоштовно. Витрати на підтримку вогню в маяку не залежать від числа минаючих повз суден. Однак вигоду від інформації, яку несе в собі світловий сигнал, що попереджає про небезпеку, можна оцінити через вартість кораблів, що рятуються їх, і вантажі. Припустимо розрахувати ефект через суми страховок. У цьому випадку, як і в багатьох інших, інформація має ціну, вона може бути перелічена в зекономлені гроші, у тонни різноманітних товарів. Але найбільш показове перерахування її в енергетичний еквівалент.

У Великобританії на оплату енергії витрачається 27 млрд ф. ст. на рік, 40% з яких припадає на промисловість і торгівлю. Ця стаття витрат — друга після зарплати, а в металургії, наприклад, вона на першому місці в усьому світі.

За оцінками експертів Загального ринку, сучасна обчислювальна техніка дозволяє заощадити 15–20% енергії, що витрачається на житловий сектор.

Інший очевидний шлях заміни кіловат на кілобайти — економія розходу палива в автомобільному транспорті за допомогою обчислювальних пристроїв. Зараз в усьому світі інтенсивно розробляють математичні моделі двигунів внутрішнього згоряння й динаміки руху автомобіля. Електроніка в автомобілі здатна заощадити не менше половини бензину, що зараз витрачається, і більше половини дизельного палива.

Ми привели приклад конкретні економічні ситуації, щоб показати: інформація має самостійну економічну цінність, вона представляє собою такий же фактор виробництва, як матеріальні ресурси.

На думку впливового журналу «Менеджмент сервісіз», у США з початку століття аж до 1940-х рр. частка зайнятих переробкою інформації залишалась постійною, а за наступні сорок із зайвим років ця частка монотонно зростала й до 1975 р. досягла половини всіх зайнятих.

Величезний ринок управляючої інформації — комп'ютерних програм. Щоб переконатися в цьому, досить на будь-якій виставці подивитися на роботу спеціальних обладнань, що копіюють записи на диск протягом декількох секунд. Тиражування програм стало новою галуззю потокового виробництва. Продукт даної галузі виробництва — інформація.

Ціни на інформаційні послуги й системи залежать від багатьох факторів: витрат, середньої норми прибутку й рентабельності, співвідношення попиту й пропозиції на конкретний товар, купівельної спроможності гривні й т.п. В цілому ціни на інформацію формуються на базі світових цін, які прийняті в міжнародній торгівлі й поширюються на значну частину товарообігу. На практиці це ціна великих партій товару, що регулярно продається або купується на вільно конвертовану валюту. В Україні інформації ще тільки складається, що спричиняє ряд особливостей.

Практично ціна визначається співвідношенням витрат виробництва й середнього прибутку. Однак у більшості випадків в економічних розрахунках використовується не дійсна процентна ставка або реальна норма прибутку, а так звана мінімальна норма прибутку. Ця величина в економічних розрахунках за кордоном відіграє ту ж роль, що й нормативний коефіцієнт економічної ефективності — у вітчизняних оцінках. Однак мінімальна норма прибутку не є постійною величиною, а змінюється в різних ситуаціях і в різних інвесторів. Її значення визначається мінімальним доходом із вкладень, який може бути отриманий при досить розумній і відносно низькому рівні ризику. Із практики відомо, що значення мінімальної норми прибутку становить 7–10% на вкладений капітал. Однак через високі темпи відновлення інформаційних систем і послуг реальні значення прибутку можуть становити 20–40% на вкладений капітал.

У цей час вартість комп'ютерних систем коливається в межах від 1000 до 2000 дол. (а при розширенні можливостей системи — до 4000 дол.). Ціна на програмні продукти змінюється від 25 до 2000 дол. Вартість передачі інформації в комп'ютерних мережах залежить від обсягу переданих даних і становить від 3 до 7 центів за кілобайт. Необхідно відзначити, що для ряду нових систем ціна визначається їхньою ефективністю, співвідношенням попиту та пропозиції, а не фактичними витратами на розробку.

Рекомендована література до лекції теми 6

а) основна:

1. *Мировой рынок информационных услуг: электронная и коммерческая информация.* — М.: Данные, информация, знания, 2001. — 243 с.
2. *Глухов В. В.* Экономика знаний: Учебное пособие. / Глухов В. В., Коробко С. Б., Маринина Т. В. — СПб.: Питер, 2003. — 528 с.

б) додаткова:

1. *Компьютерные технологии обработки информации: Учебное пособие* / [Назаров С. В., Першиков В. И., Таринцев В. А. и др.]. Под ред. Назарова С. В. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 248 с.
2. *Горенбургов М. А.* Основы информатизации предпринимательства. Учебное пособие / Горенбургов М. А. — СПб.: СПбУЭФ, 2005. — 155 с.

Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 6

1. Якими видами інформації користується підприємць?
2. Які умови виникають при прийнятті рішень в бізнесі?
3. Що являє собою електронний офіс та які завдання він вирішує?
4. Що таке ринок інформації?
5. Що являють собою банки інформації?
6. Які основні елементи інформаційної системи?
7. Які функції економічних інформаційних систем?
8. Які принципи побудови економічних інформаційних систем?
9. Які виділяють рівні економічної інформації?
10. Які фактори визначають ціни на інформаційні послуги?

Тести для перевірки знань до лекції теми 6

1. За характером керуючого впливу рішення в бізнесі поділяють на:

- а) директивні;
- б) традиційні;
- в) ситуаційні;
- г) випадкові.

2. До основних функцій економічних інформаційних систем відносять:

- а) збір і підготовка економічної інформації;
- б) розв'язання завдань економічного характеру;
- в) виконання розрахунків з економічних питань;
- г) мотивації ціноутворення.

3. Принципами побудови ефективних економічних інформаційних систем є:

- а) централізація;
- б) системність;
- в) комплексність;
- г) науковість.

4. Рівнями економічної інформації є:

- а) синтаксичний;
- б) семантичний;
- в) прагматичний;
- г) філософський.

Ключові терміни і поняття до лекції теми 6

Банк економічної інформації
Економічна інформаційна система
Електронний офіс
Інформаційна система
Операційна система



7. ОРГАНІЗАЦІЯ УКЛАДАННЯ КОМЕРЦІЙНИХ УГОД

Мета лекції — узагальнення особливостей організації укладання комерційних угод у бізнесі.

План лекції

- 7.1. Визначення й види комерційних угод у бізнесі.
- 7.2. Організація ціноутворення при укладанні угод в бізнесі.
- 7.3. Організація укладання комерційної угоди.
- 7.4. Зміст контракту купівлі-продажу.

Типове завдання діяльності бакалавра — забезпечити функціонування бізнесу на основі укладання комерційних угод.

Компетенції, якими повинен оволодіти студент:

- визначати види комерційних угод;
- складати зміст комерційної угоди;
- обґрунтовувати ціну комерційної угоди.

7.1. Визначення й види комерційних угод у бізнесі

Комерційною угодою називають угоду між двома або декількома сторонами на поставку товарів, провадження робіт або надання послуг відповідно до умов, установлених угодою. Класифікація угод наведена на рис. 2. Якщо угода укладена представниками різних країн, тобто одна з фірм не зареєстрована на території країни продавця (покупця), мова йде про міжнародну угоду. Якщо ж в угоді беруть участь представники однієї країни або іноземні фірми, зареєстровані в країні продавця (покупця), вона вважається внутрішньою. Усі комерційні угоди (операції) можна також розділити на основні, пов'язані з купівлею-продажем товарів, науково-технічною інформацією (патенти, ліцензії, ноу-хау і т.д.) і технічними послугами (впровадження нових технологій, сприяння при будівництві унікальних об'єктів тощо), з орендою виробничих об'єктів, товарів, робіт, послуг і з організацією міжнародного туризму, і допоміжні, пов'язані з передачею товарів, робіт і послуг від продавців до покупця, у тому числі з міжнародними перевезеннями, страхуванням, складанням, переробкою й зберіганням ван-

тажів, а також із проведенням розрахунків між сторонами (банківськими операціями).

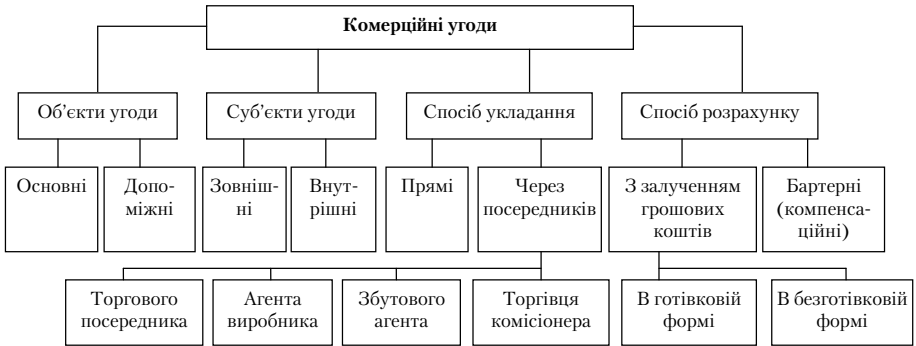


Рис. 2. Класифікація комерційних угод

Бартерними (компенсаційними) є угоди, що здійснюються без залучення коштів у готівковій або безготівковій формі, тобто на основі прямого товарообміну. Бартерні угоди характерні для недостатньо розвинутого ринку. У промислово розвинених країнах з ринковою економікою вони носять допоміжний, другорядний характер. У міжнародній практиці комерційні угоди укладаються прямо з виробником або через посередника.

Прямі угоди між споживачами й виробниками товарів, робіт, послуг забезпечують значні переваги, а саме:

- покупець одержує саме той товар, який йому необхідний;
- зв'язки між покупцем і продавцем встановлюються на стадії науково-дослідних або проектних робіт, що дозволяє вчасно вносити корективи в умови угоди;
- покупець розширює свої ділові зв'язки, вступаючи в контакт із фірмами, які беруть участь у проекті або є постачальниками основного продавця, що часто має місце при виконанні складних замовлень (створенні унікальних машин і механізмів, будівництві багатопрофільних об'єктів тощо);
- прямі зв'язки найчастіше переростають у тривале співробітництво та сумісне виробництво;
- прямі зв'язки полегшують експлуатацію устаткування, організацію гарантійного й післягарантійного обслуговування.

Однак при такому веденні справ покупець бере на себе перевезення, зберігання, страхування вантажів, здійснення митних формальностей,

банківських розрахунків та інших операцій. Тому покупці найчастіше вважають за необхідне користуватися послугами кваліфікованого й досвідченого посередника.

Торгівельні посередники отримують прибуток за рахунок різниці цін покупки й реалізації або комісійної винагороди, що виплачується продавцем або покупцем, звільняють продавця від необхідності створювати збутову мережу, яка вимагає великих витрат на рекламу, транспорт, складські приміщення і т.д. Вони надають виробникам і покупцям повний комплекс послуг — від пошуку партнера й укладання контракту до послуг гарантійного обслуговування, включаючи поставку, монтаж, налагодження, випробування, запуск у роботу устаткування. Серед торгівельних посередників можна виділити агентів виробників, збутових агентів і торгівців-комісіонерів.

Агенти виробників працюють на декількох виробників і мають справи з не конкуруючими, доповнюючими товарами, користуючись виключним правом збуту на певній території. Так вони можуть уникнути ситуацій, пов'язаних з конфліктом інтересів, і заповнити повний асортимент продукції для своєї території збуту. Ці агенти можуть доповнювати збутову діяльність виробників, допомагати впровадженню нових товарів, виходити на географічно розкидані ринки й продавати дрібні партії продукції. Агенти лише побічно впливають на маркетингову програму виробника й структуру ціни й отримують комісійну винагороду в розмірі 5–10%.

Збутові агенти за умовами договору відповідають за маркетинг. По суті, їхні контори перетворюються в маркетингові підрозділи виробників й мають повноваження вести переговори щодо цін й інших умов реалізації, таких як кредит і поставка. Вони виконують усі функції оптової торгівлі, тільки не отримують права власності на продукцію.

Торгівці-комісіонери одержують товари на принципах консигнації від виробників, збирають їх з місцевих ринків і організують збут. Нерозвиненість міжнародних зв'язків українських комерційних структур дала поштовх міжнародному посередництву. Причому фірма-брокер береться не тільки звести продавця й покупця, але й організувати підготовку контракту, конвертацію гривні в іноземну валюту, доставку через свої транспортні канали.

7.2. Організація ціноутворення при укладанні угод в бізнесі

Ціни — це гнучкий інструмент і потужний важіль управління економікою. Перехідний характер сучасної української економіки і відсутність досвіду ціноутворення в умовах ринкових відносин викликають великі

труднощі у підприємців у справах правильної орієнтації в методах ціноутворення, ціновій кон'юктурі ринку і проведенні власної, ефективної для підприємця, цінової політики. Особливої уваги заслуговують ціни, які обслуговують зовнішній ринок та відображають зовнішньоекономічні зв'язки держави з іншими країнами. Другою особливою характеристикою цих цін є те, що вони перебувають під впливом цін на світових ринках, що відображають умови виробництва та реалізації в цілому у світовому господарстві.

Зовнішньоекономічні ціни становлять ціни, за якими здійснюються розрахунки із закордонними партнерами при імпорті та експорті товарів або при продажу їх всередині країни іноземним покупцям за валюту. При формуванні таких цін враховують світові ціни, курси валют, особливості кон'юкттури зовнішнього та внутрішнього ринків, умови здійснення угоди, методи державного регулювання цін у країнах-партнерах, рівень митних тарифів. Тому зовнішньоекономічні ціни можуть відрізнитися від світових. З переходом до ринку та розширенням практики ринкового ціноутворення підприємствам доводиться брати участь у формуванні зовнішньоекономічних цін. Це відбувається при експорті товарів або їх продажу іноземним клієнтам, купівлі товарів за кордоном, здійсненні бартерних угод, створенні спільних підприємств і маркетингових дослідженнях зовнішніх ринків. Середні зовнішньоекономічні ціни публікуються у статистичних матеріалах ООН та статистичних довідниках. За конкретними угодами рівень таких цін нерідко становить комерційну таємницю. Підприємства, що займаються регулярною зовнішньоекономічною діяльністю, повинні аналізувати та прогнозувати ціни зовнішнього ринку із залученням кваліфікованих працівників.

В Україні запроваджено так звані індикативні ціни. Вони встановлюються на товари, щодо експорту та імпорту яких визначено режим ліцензування й квотування або інший спеціальний режим. Індикативні ціни відповідають цінам, що склалися на ринку експорту або імпорту на момент здійснення зовнішньоторговельної операції. Такі ціни обов'язкові для всіх підприємницьких структур, які здійснюють експортно-імпортні операції. При визначенні індикативних цін беруться до уваги чинні в Україні стандарти якості продукції, стан кон'юкттури зовнішніх і внутрішніх ринків, цінова інформація про середні рівні цін, що склалися на відповідному географічному ринку збуту, прогноз щодо можливого коливання цін та інші чинники і умови. Індикативні ціни переглядаються щомісячно, їхнє використання спрямоване на впорядкування ціноутворення у сфері зовнішньої торгівлі, запобігання демпінгу і сприяє збільшенню валютних надходжень від експорту українських підприємств.

Зовнішньоекономічні угоди укладаються, як правило, на базі світових цін. Світові ціни становлять ціни або тарифи, за якими здійснюються операції на світовому ринку. Такі ціни є основною зовнішньоторговельних цін. Довгострокові тенденції руху світових цін пов'язані з науково-технічним прогресом, структурними зрушеннями на світовому ринку, ресурсозабезпеченням країн та іншими чинниками. Поряд із поступовим рухом світових цін можуть відбуватися їх стрибкоподібні зміни. Підприємства, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю, постійно збирають та використовують інформацію про світові ціни з метою обґрунтування контрактних цін при укладанні угод, маркетингових дослідженнях зовнішніх ринків. Останнім часом в Україні розвиваються спеціалізовані підприємства, що забезпечують бізнес-інформацією про рівень і динаміку світових цін, а також про контрактні ціни на вітчизняні та закордонні товари. В практиці міжнародної торгівлі існує поняття товарного демпінгу – продажу товарів за демпінговими цінами. Демпінгова ціна – це ціна на товар, суттєво більш низька, ніж при звичайних комерційних операціях. Використання демпінгових цін обмежується антимонопольним законодавством – Законом України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 № 2210-III.

Для експортних та імпорتنих товарів, які реалізуються на внутрішньому ринку країни, використовують ціни внутрішнього ринку. Базою для встановлення рівня таких цін виступає рівень цін на національному ринку. Внаслідок цього вони можуть суттєво відрізнятись від світових та зовнішньоторговельних цін. Різниця між цінами внутрішнього ринку та зовнішньоторговельними цінами слугує підставою для встановлення митних тарифів, експортних премій та визначає величину прибутку або збитку від зовнішньоторговельної діяльності. При цьому враховують диференційовані валютні курси. В ширшому сенсі під цінами внутрішнього ринку розуміють ціни на товари в даній країні, що віддзеркалюють специфіку її національного відтворення: забезпеченість та якість ресурсів, рівень платоспроможного попиту населення, структуру економіки, транспортні умови. Співвідношення цін внутрішнього ринку різних країн є підставою для визначення курсів валют, структури зовнішньоекономічного обороту, порівняльного аналізу ефективності окремих галузей, зіставлення рівнів життя.

Якщо експортні ціни не мають економічного обґрунтування, то у випадку надмірної ціни реалізація товару за кордоном не відбудеться, а зниження ціни може призвести до серйозної відповідальності держави та застосування демпінгових цін.

У зовнішній торгівлі діють такі види цін, яких немає у національному господарстві, а саме: світові, контрактні та зовнішньоторговельні, причому

вихідною базою та дійовим фактором формування і динаміки зовнішньоторговельних цін є світові ціни.

Світова ціна — це грошове відбиття інтернаціональної вартості товару, реалізованого на світовому ринку, яка складається з національних вартостей внаслідок конкуренції. Світова ціна формується з урахуванням двох основних принципів: по-перше, вона повинна бути доступною для будь-якого продавця чи покупця, по-друге, має бути показовою для світового товарного співтовариства.

Ціноутворення на світових ринках має дві характерні риси: на світовому ринку складаються відхилення світової ціни від внутрішніх цін окремих країн. Внутрішня ціна хоч і є одним із суттєвих факторів механізму формування ціни світового ринку, проте в більшості випадків не визначає остаточного її рівня; на один і той самий товар існує паралельно ряд цін. Значна кількість цін світової торгівлі зумовлена різними обставинами: транспортними факторами, характером торговельної угоди, комерційними умовами поставок та ін.

На практиці світова ціна виступає як ціна основних продавців та покупців або головних центрів світової торгівлі й встановлюється у процесі здійснення значних та регулярних угод у вільноконвертованій валюті. Таким чином, з практичних міркувань можна вважати, що світові ціни — це експортні ціни основних постачальників конкретного товару та імпорتنі ціни у найважливіших центрах імпорту цього товару. Так, на пшеницю й алюміній світовими є експортні ціни Канади, на пиломатеріали — ціни Швеції, на хутро — ціни Санкт-Петербурга та лондонського аукціонів, на чай — ціни аукціонів у Коломбо, Калькутті та Лондоні, на нафту — експортні ціни країн-членів ОПЕК. Світові ціни на вугілля — це ціни у західноєвропейських портах, на машини та обладнання — ціни переважно європейських, японських та американських виробників.

Якщо стосовно сировини їх товарів світову ціну визначають країни — основні постачальники, то щодо готової продукції вирішальну роль відіграють провідні підприємства, що виробляють та експортують певні типи та види виробів. Отже, при укладанні угод на продукцію обробної промисловості доводиться аналізувати і використовувати ціни десятків фірм, що виробляють аналогічну продукцію.

Розглянемо особливості класифікації світових цін. До світових цін належать: довідкові (офіційні ціни постачальників), преїскурантні, біржові, аукціонні, ціни каталогів, проспектів, торгів, пропозиції, фактичних угод та розрахункові ціни.

Довідкові ціни є одними з найбільш живаних у зовнішньоторговельній практиці. Основна перевага їх з точки зору можливостей використання

у розрахунках цін — регулярність публікації щодо всіх видів продукції, які реалізуються на світовому ринку. Довідкові ціни мають номінальний (а не реальний) характер і відіграють роль лише відправної точки, з якої починається торгування цін при укладанні угод. У більшості випадків вони становлять так звані базисні ціни, тобто ціни товарів визначеної кількості і якості в тому чи іншому завчасно визначеному географічному пункті. Ці ціни, як правило, вищі за ціни реальних угод, тому що на практиці розмір знижок з довідкових цін, які надають підприємства-експортери конкретним покупцям у процесі переговорів, сягають 15–30%.

Прейскурантні ціни представляють підприємства-експортери у відповідь на запитання імпортерів, надсилаючи їм прејскуранти своєї продукції.

Біржові котирування та ціни аукціонів використовуються у світовій торгівлі стосовно широкого кола сировини, товарів мінерального та сільськогосподарського походження. Біржові котирування становлять ціни спеціально організованого, постійно діючого ринку масових якісно однорідних товарів. Сьогодні вони застосовуються більш ніж для 50 видів сировинних товарів, на які припадає близько 15–20% від усього експорту країни: зернові, продовольчі, цукор, сільськогосподарська непродовольча сировина.

Ціни міжнародних товарних аукціонів — ціни, які діють на спеціально організованих на визначений термін і в завчасно обумовлених місцях — ринках публічних торгів за максимально запропонованою ціною на попередньо розглянуту покупцем партію товару (лот). Ціни на аукціонах встановлюються на основі співвідношення попиту та пропозиції, причому головною особливістю їх формування є наявність у більшості випадків великої кількості покупців та одного чи декількох продавців. Цей вид світових цін поширюється на продукцію лісового та сільського господарства, рибальства, на хутряні товари, торгівлю чаєм, коштовними каменями, речами старовини та мистецтва.

Різновидом цін міжнародних товарних аукціонів є, так звані, **ф'ючерсні ціни**. Як засвідчує практика, на сучасних західних біржах за один день укладаються мільйони ф'ючерсних контрактів на поставку товарів із зазначенням ф'ючерсних цін. Ф'ючерсні ціни не зазнають суттєвих змін і вигідні покупцям за умов інфляції.

Ціни торгів — ціни, які існують у торгівлі, що заснована на видачі замовлень на поставку товарів, заздалегідь оголошених у спеціальному документі (тендері) за умов, що передбачають залучення до певного терміну на принципах конкуренції пропозицій від кількох виробників з метою забезпечення найвигідніших умов угоди для її організаторів. Відмінною рисою такої форми торгівлі є наявність кількох продавців (оферентів) та одного

покупця, який з цих пропозицій вибирає найвигіднішу, в тому числі й за ціною. Міжнародні торги проводяться з технічно складної та капіталомісткої продукції машинобудування з яскраво вираженими індивідуальними характеристиками. Ціни торгів охоплюють близько третини всіх експортних цін на машини та обладнання. Крім того, на торгах оцінюється будівництво промислових підприємств, мостів, залізничних та автомобільних шляхів, трубопроводів, портових та комунальних споруд, електростанцій, а також ліцензії на різні інженерно-консультаційні послуги. Виграти тендер для постачальника є дуже престижно, оскільки на торгах складається високий рівень конкуренції серед покупців, і ціни за цих умов на порівняльні види товарів та послуг, як правило, нижчі, ніж ціни на аналогічну продукцію, яка реалізується за звичайними комерційними контрактами, але при цьому виробник отримує додаткове підтвердження якості своєї продукції.

Ціни фактичних угод — ціни, які віддзеркалюють конкретні умови реалізації товару і є найвагомим критерієм для визначення рівня цін у контракті. Порівняння цін фактичних угод з довідковими дає можливість якнайправильніше встановити рівень цін у контракті.

Ціни пропозицій великих підприємств більш-менш показові порівняно з цінами фактичних угод, головним чином тому, що вони мають, по суті, характер довідкових, оскільки початкові ціни, внаслідок торгування при укладанні угод звичайно знижуються на 110–15%. Відмінність їх від цін, що містяться у прейскурантах та каталогах фірм, полягає в тому, що вони значною мірою орієнтовані на конкретного покупця, а їх публікація не має реального характеру.

Розрахункові ціни приймаються у тих випадках, коли відсутня необхідна інформація, на підставі якої може бути здійснено обґрунтування ціни для конкретної угоди. Розрахунок цін здійснюється на основі даних регулярних публікацій. Ці дані містять індекси цін стосовно широкого кола товарів та товарних груп. Індекси цін застосовуються для аналізу основних тенденцій цін на окремі товари, дослідження сучасної та довгострокової кон'юнктури ринку, а також для оцінки рівня цін на конкретну дату за відсутності абсолютних значень.

Різновидом розрахункових цін є середньостатистичні ціни. Вони більш показові, ніж довідкові ціни, проте відображають не тільки ціни конкретних фактично здійснених угод за відповідний період часу. Використання середньостатистичних цін допустиме лише щодо однорідної технічно нескладної продукції, якісні характеристики якої визначаються невеликою кількістю параметрів (сировина, напівфабрикати, прості види обладнання).

У цілому жоден із наведених показників не може бути визнаним універсальним носієм усієї необхідної цінової інформації, що повністю відображає процес формування та зміни цін ринку, тому для розрахунку цін зовнішньоторговельних контрактів необхідно використовувати їх у комплексі. Формування світової ціни, на яку орієнтуються при укладанні зовнішньоторговельних угод, має певні особливості, зокрема, при вирішенні питання про ціну на окремі товарні групи продукції на світовому ринку. З огляду на локальне розміщення джерел сировини, географічну визначеність їх стосовно сировини ця проблема вирішується простіше, ніж щодо готової продукції. Крім того, слід також враховувати, що застосування розглянутих вище видів світових цін пов'язане з практикою умов поставок (FAC, FOB, FOR, CIF, KAF тощо), на рівень світових цін впливає багато факторів: власні витрати, ціни конкурентів, еластичність споживчого попиту, реакція оптовиків, вплив маркетингових зусиль, втручання держави та ін.

Контрактна ціна — ціна, зафіксована в контракті на момент його укладання, впродовж чинності контракту чи до моменту виконання контракту. Контрактна ціна є ціною реальних угод і дає найімовірнішу інформацію щодо цін, через це вона, як правило, є комерційною таємницею. Ціна контракту встановлюється у валюті держави-експортера, імпортера або у валюті третьої держави.

Зовнішньоторгівельне ціна — ціна на експортні та імпортні товари, яка встановлена за взаємним договором між продавцем та покупцем товару. Проте ціна контракту в багатьох випадках не збігається з ціною, яку покупець сплачує продавцеві при його виконанні. Це пояснюється умовами обліку витрат, пов'язаних із транспортуванням товарів від виробника до кордону і від кордону до споживача. Формування зовнішньоторговельних цін має свою специфіку, яка залежить від їх видів.

У практиці торгівлі використовується безліч видів цін, пов'язаних з тими чи іншими особливостями купівлі-продажу. Для їх визначення існують спеціальні додатки, які необхідно застосовувати, щоб уникнути плутанини, що може призвести до великих збитків. Розрізняють такі ціни: базисну, яка використовується для визначення сорту або якості товару; іі узгоджують на переговорах між продавцем та покупцем; вона є початковою для визначення ціни фактично обумовленого товару, коли якості останнього відрізняються від тих, що обумовлені в контракті; фактурну (купівлі-продажу), що визначається умовами поставки, зазначеними у контракті; для стислості фактурну ціну позначають таким чином: «CIF», «FOB», «FOR» або «франко».

Крім базисних та фактурних цін, у зовнішній торгівлі також використовуються монопольні, номінальні, оптові, роздрібні, ринкові, довідкові та інші види цін.

Одним із основних документів, що регулюють зовнішньоекономічну діяльність підприємств в Україні, є Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 № 959-ХІІ. Низку питань, що виникають у разі укладання зовнішньоекономічних договорів (контрактів), вирішують й інші законодавчі акти. Саме ці документи надають підприємствам право самостійно визначати форми, порядок укладання і виконання зовнішньоекономічних договорів (контрактів). Цими законодавчими актами встановлено, що у разі укладання зовнішньоекономічних договорів (контрактів), предметом яких є товари, застосовуються Міжнародні правила інтерпретації комерційних термінів, що підготовлені Міжнародною торговою палатою. Згідно із законодавством України до умов, що мають бути передбачені в договорі (контракті), належать і базисні умови поставки.

Базисними умовами зовнішньоторгового контракту купівлі-продажу вони називаються тому, що встановлюють базис ціни залежно від того, включаються витрати на транспортування (та інші пов'язані з цим процесом витрати) в ціну товару чи ні. Базисні умови спрощують складання й узгодження контрактів, допомагають контрагентам знайти способи розподілу відповідальності та вирішення неузгодженостей, що виникають. Особливості базисних умов регламентовані міжнародною практикою. Міжнародна торгова палата розробила і випустила в 1953, 1980, 1990 та 2000 рр. збірники «Міжнародні правила тлумачення торгових термінів ІНКОТЕРМС» (International Commercial Terms).

Подані в ІНКОТЕРМС торгові терміни становлять універсальний набір умов, знання та застосування яких полегшує здійснення торгових операцій. Однак потрібно враховувати, що використання правил ІНКОТЕРМС має низку особливостей. По-перше, ІНКОТЕРМС не регулює наслідки, які може мати контракт щодо права власності на товар, і не містить засобів правового захисту у разі порушення контракту однією із сторін. По-друге, тільки пряме посилання на застосування умов ІНКОТЕРМС у тексті контракту є підставою для тлумачення цього контракту відповідно до ІНКОТЕРМС. (Наприклад: «При тлумаченні даного контракту використовуються умови ІНКОТЕРМС у редакції 2000 р.»). По-третє, при наявності у контракті посилання на умови ІНКОТЕРМС і водночас статей, які суперечать їм або обмежують їх, такі статті є превалюючими.

Вживаний при позначенні базисних умов термін «франко», як значалося раніше, походить від слова «вільно» (від франц. *franko*). Він

означає, що покупець вільний від ризику і від усіх витрат на доставку товару до пункту, позначеного словом «франко». У контрактах після позначення базисної умови вказується назва географічного пункту. Цими пунктами можуть бути морський та річковий порти, залізничні станції, аеропорти, склади, місцеперебування продавців, покупців, вантажоодержувачів, бірж, аукціонів, прикордонні пункти, заводи-виробники продукції, будівельні площадки об'єктів. Залежно від ступеня розподілу між продавцем і покупцем зобов'язань щодо поставки товару та відповідальності за ризик пошкодження чи втрати вантажу і пов'язаних з цим витрат, усі умови ІНКОТЕРМС можна поділити на групи: група Е, група F, група С, група D.

Група Е регламентує зобов'язання продавця та покупця при здійсненні поставки тільки на умові «франко-завод». За цієї умови зобов'язання покупця вважаються виконаними після того, як він надав товар покупцеві на своєму підприємстві. Продавець не відповідає за вантаження товару на поданий покупцем транспортний засіб чи очистку товару від мита на експорт (продавець бере на себе зобов'язання сплатити мито), якщо інше не обумовлено. Покупець бере на себе всі витрати на ризик, пов'язані з перевезенням товару з підприємства продавця до місця призначення. Ця умова передбачає мінімальні зобов'язання для продавця.

Група F містить умови: франко перевізник — FCA; франко-вдвож борту судна — FAS; франко-борт судна — FOB.

Відповідно до цих умов продавець вважається таким, що виконав свої зобов'язання після того, як він передав товар перевізнику згідно з інструкціями, отриманими від покупця. Ці умови передбачають, що в обов'язки покупця входять вибір перевізника, укладання з ним договору перевезення. Продавець повідомляє покупцеві про готовність товару до відвантаження, після чого покупець укладає договір перевезення і дає продавцеві інструкції з приводу того, кому, коли і як передати куплений товар. Тому у контрактах, укладених на F-умові, ця процедура повинна бути визначена якомога точніше для обох контрагентів.

Умова «франко-перевізник» застосовується для перевезень будь-яким видом транспорту. При цьому терміном «перевізник» розуміють не тільки фірму, яка справді виконує перевезення вантажів, але й ту, яка забезпечує здійснення перевезень, бере на себе зобов'язання перевезення товару. Такі фірми називаються експедиторськими.

Група С включає такі умови: вартість і фрахт — CAF; вартість, страхування і фрахт — CIF; доставка оплачена до — CPT; доставка та страхування оплачені до ... — CIP.

За цими умовами продавець самостійно укладає договір перевезення, оплачує перевезення до вказаного у контракті місця прийому товару покупцем, а також повідомляє покупця про деталі відправлення та очікуваний час прибуття вантажу в узгоджене місце прийняття товару. При морських перевезеннях, коли товар перебуває в дорозі тривалий час, повідомлення покупця робить капітан корабля згідно з умовами договору перевезення. За контрактами на С-умовах продавець звільняється від відповідальності та ризику з моменту передачі товару перевізника у своїй країні, хоч і зазначає витрат на доставку товару у країну покупця. Продавець зобов'язаний оплатити перевізнику всю вартість транспортування товару незалежно від того, чи фрахт повинен бути оплаченим до навантаження товару, чи оплата допускається після його доставки до місця призначення (окрім додаткових витрат, пов'язаних з певними обставинами, які виникли після навантаження та відправлення товару не з вини перевізника).

Якщо доставка товару потребує перевантажень у проміжних пунктах, продавець може укласти кілька договорів перевезення. Він має оплатити всю вартість доставки до місця призначення, включаючи вартість перевантаження товару. Однак, якщо перевантаження спричинене необхідністю уникнути наслідків непередбачених обставин (природні явища, страйки, урядові акти, війна чи військові дії), додаткові витрати повинен нести покупець.

Укладаючи контракт, сторони мусять домовитися про те, хто оплачуватиме навантаження товару у місці призначення. При перевезенні товару на регулярних судноплавних лініях у вартість фрахту звичайно вже входить вартість навантаження. Тому, якщо характер вантажу передбачає перевезення саме лінійним судном, ці витрати автоматично несе продавець. При перевезеннях чартерними суднами продавець може взяти на себе витрати на розвантаження.

Група D передбачає умови: поставлено на кордон – DAF; поставлено з борту судна – DES; поставлено з пристані – DEQ; поставлено без сплати мита – DDU; поставлено зі сплатою мита – DDP.

Контракти на D-умовах можна поділити на дві категорії. До першої належать контракти, укладені на умовах: поставлено на кордон – DAF; поставлено з борту судна – DES; поставлено без сплати мита – DDU. Відповідно до цих умов продавець не очищує товар для імпорту (не сплачує експортного мита).

До другої категорії входять: поставлено з пристані – DEQ; поставлено зі сплатою мита – DDP. За цими умовами продавець повинен отримувати усі необхідні імпортні ліцензії, а також оплатити мито, митні збори й податки.

Загалом умови групи D є найпривабливішими для покупця, оскільки продавець зобов'язаний доставити товар у вказане місце, беручи на себе всі витрати та ризик щодо доставки товару. Тому контракт на умовах D належить до групи «контрактів доставки», тоді як контракти на умовах C називаються «відвантаженими контрактами».

7.3. Організація укладання комерційної угоди

Проведення комерційної угоди можна розділити на кілька етапів: пошук і вибір контрагента; підготовка до підписання контракту купівлі-продажу; укладання контракту; реалізація умов контракту. Насамперед покупець повинен визначити коло можливих постачальників, потім — порядок фінансування угоди (за готівку, за рахунок кредиту, в обмін на частину продукції, за рахунок реалізації іншого експортного товару).

Наступний крок — підготовка техніко-економічного завдання, у якому вказують усі необхідні параметри об'єкта купівлі (продуктивність, номенклатура готового продукту, режими роботи, інженерне забезпечення тощо), а також обговорюють порядок платежу, умови поставки, терміни виготовлення замовлення, можливість післяпродажного обслуговування і т.д.

Кожному можливому партнерові направляють лист із техніко-економічним завданням і вказівкою терміну, протягом якого пропозиція буде дійсна. Якщо після закінчення встановленого терміну пропозиція залишена без відповіді, це означає небажання брати участь в угоді. Якщо ж хтось із можливих партнерів відгукнувся на пропозицію, можна приступати до укладання угоди, уточнивши попередньо технічні рішення, гарантії якості, спосіб доставки й інші питання. Okремо необхідно обговорити умови платежу, від яких багато в чому залежить остаточна ціна контракту.

На етапі підготовки угоди покупець повинен розрахувати вартість кінцевого продукту з урахуванням витрат на придбання й експлуатацію устаткування. Базою для розрахунків може слугувати ціна партнера й сума всіх витрат покупця. При закупівлях устаткування на валюту необхідно врахувати, що ціна на це устаткування підтримується державою на фіксованому заниженому рівні за рахунок держдотацій.

Під час підписання контракту сторони погоджують текст статей і парафінують контракт постатейно або по аркушах тексту, остаточно визначають ціну угоди з урахуванням різних знижок залежно від величини замовлення, умов платежу і доставки, гарантій тощо. Погоджений контракт підписують дві уповноважені особи.

З моменту набрання контрактом чинності починається етап його реалізації, який включає ділову переписку, банківські операції, укладання угод з фірмами, що забезпечують транспортування, страхування, отримання ліцензій на ввіз і вивіз і т.д.

Якщо установка устаткування вимагає виконання будівельно-монтажних робіт, то продавець завчасно передає необхідну технічну документацію і креслення. Запуск устаткування роблять у терміни, встановлені контрактом, і оформляють спеціальним актом. У тому випадку, коли в контракті передбачений гарантійний період експлуатації, при закінченні його терміну становлять ще один акт, який і є остаточним документом, що свідчить про виконання зобов'язань учасниками угоди.

7.4. Зміст контракту купівлі-продажу

Основним документом, при укладанні комерційної угоди, є контракт, який визначає умови реалізації угоди, порядок її виконання та відповідальність сторін. У контракті купівлі-продажу обов'язково повинні обговорюватися: предмет і обсяг поставки; способи визначення якості й кількості товару; строк, місце й умови поставки; ціна контракту; умови платежу й найменування валюти платежу; порядок здачі й приймання товару; гарантії поставки й штрафні або заохочувальні санкції; порядок вирішення спорів; обставини непереборної сили (форс-мажорні обставини); юридичні адреси й інші реквізити сторін.

Крім того, у контракті повинні знайти відображення порядок відшкодування збитків, принцип звільнення від відповідальності (при передачі права власника), порядок припинення або розірвання контракту. Контракт не може передбачати всі можливі питання й ситуації, які виникають при реалізації угоди, але чим ретельніше буде складений і пророблений цей документ, тим більше ймовірність того, що його умови будуть виконані якісно й у визначений термін.

Розглянемо зразкову структуру контракту купівлі-продажу.

Преамбула. Вона повинна містити загальні відомості про угоду (повні юридичні назви сторін), терміни, які використані в контракті, їх значення, найменування й номер контракту, дату й місце його укладання.

Предмет контракту. У статті, щодо предмету контракту, вказують найменування товару й визначають основні якісні та кількісні характеристики. Якщо товар містить у собі різні складові (наприклад, у контрактах на будівництво об'єктів або технічне сприяння), то їх можна перелічити в спеціальних додатках, які будуть невід'ємною частиною контракту.

Кількість товару. У статті, що встановлює кількість товару, регламентують одиниці (штуки, кубічні метри, тонни і т.д.) і порядок визначення кількості. У контракті може бути зазначений загальний обсяг поставки, твердо фіксований (1000 кубічних метрів) або обмежений певними рамками (наприклад, $\pm 1,5\%$), або обсяг партій, що поставляються у встановлений відрізок часу відповідно до графіка (щокварталу по 5 тис. т.). Якщо в країнах продавця й покупця використовуються різні системи вимірювання, краще визначити обсяг поставки в системах вимірювання обох країн. Дуже важливе застереження про пакування товару (розрізняють два види поставки товару: брутто — з урахуванням пакування, і нетто — без урахування пакування).

Якість товару. Стаття, що визначає якість товару, встановлює метод і процедуру контролю якості. Практикують наступні основні методи контролю якості:

- за стандартом країни покупця або продавця;
- за технічними умовами, коли немає стандартів або висунуті спеціальні вимоги до якості товару (технічні умови можуть бути розроблені покупцем або запропоновані продавцем);
- за специфікацією, що вказується в контракті;
- за зразком, підтвердженням зацікавленими сторонами;
- за змістом окремих речовин у товарі (у цьому випадку визначається мінімальний або максимальний зміст компонента в товарі, наприклад зміст металу в руді).

Крім того, існує метод «тель-кель»: товар ухвалюють у тому вигляді, у якому він був поставлений, тобто продавець не несе відповідальності за якість товару. Процедура контролю якості товару узгоджується сторонами; визначають місце (країна покупця або продавця, границя) і контролюючий орган (лабораторія продавця, покупця або третьої сторони).

Умови поставки. Ці умови поставки встановлюють, хто оплачує витрати, пов'язані із транспортуванням товару від продавця до покупця, а також час переходу прав власності на товар від продавця до покупця і відповідно ризик, пов'язаний із загибеллю або псуванням товару. Витрати на транспортування становлять істотну частку ціни угоди, тому до визначення умов поставки потрібно ставитися дуже уважно.

Терміни і дата поставки. Стаття, що визначає термін і дату поставки, фіксує, коли товар переходить у власність покупця або особи їм уповноваженої (експедитора, перевізника). Найчастіше вказують конкретну дату або період (календарний місяць або квартал, проміжок між датами) поставки, або дату набрання контрактом чинності, або дату відкриття акредитиву або оплати рахунку і т.д. Контрактом може бути застережена дострокова

поставка товару за згодою покупця. Дату поставки визначає спеціальний документ, який оформляється сторонами. Таким документом може бути коносамент, авіа- або залізнична накладна, приймально-здавальний акт і т.п.

Ціна контракту. Цю ціну звичайно встановлюють для кількісної одиниці (або для певного числа одиниць) або для вагової одиниці. При поставках різнорідного за якістю й кількістю товару ціну призначають для кожної одиниці товару.

Ціни розділяють на тверді, що не підлягають зміні протягом усього терміну дії контракту, рухливі, зафіксовані в момент підписання контракту із застереженням, що у випадку підвищення або зниження ціни на ринку відповідно змінюється і ціна контракту (при цьому обов'язково враховують джерело інформації про коливання цін), та змінні, обумовлені в момент виконання контракту з урахуванням витрат (у цьому випадку фіксують базисну ціну із застереженням про застосування методу розрахунків доплати до базисної ціни).

При визначенні рівня ціни необхідно враховувати розрахунки витрат і опубліковані ціни (довідкові ціни, біржові котирування, ціни на аукціонах, ціни фактичних угод, ціни великих фірм) і домагатися надання знижок за кількість, за оборот протягом певного строку (бонусної, експортної, сезонної), за продаж устаткування, що було в користуванні, і т.д., а також обговорювати преміальні й штрафні виплати, пов'язані з поліпшенням (погіршенням) якості товару, терміновість виконання замовлення тощо. При встановленні ціни визначають валюту платежу (валюта продавця, покупця або інша).

Форма розрахунків. Контракт повинен встановлювати конкретні терміни та види платежів (наявний платіж, платіж з авансом, платіж у кредит або комбінації всіх трьох способів).

Обов'язковим елементом контрактів, особливо міжнародних, є стаття, що встановлює форму розрахунків. У міжнародній торгівлі для прямих розрахунків практично не застосовується готівка, а використовуються інкасові й акредитивні розрахунки. Инкасова форма розрахунків полягає в передачі продавцем доручення своєму банку на одержання від покупця суми платежів при пред'явленні йому відповідних товарних документів. При акредитивній формі розрахунків використовують зобов'язання банку провести за вказівкою й за рахунок покупця платіж продавцеві на суму вартості поставленого товару проти пред'явлених банку продавцем документів.

Існують наступні види акредитивів:

- підтверджений – зобов'язання банку, у якому відкритий акредитив, виплатити продавцеві суму платежу незалежно від відшкодування банком покупця, що відкрив акредитив, зазначеної суми платежу;

- непідтверджений — банк продавця попереджає останнього про відкриття акредитиву, але виплачує суму платежу тільки при одержанні її з банку покупця;
- відзивний — зобов'язання, яке може бути анульоване або змінене з ініціативи банку покупця;
- безвідзивний — зобов'язання, що не підлягає зміні або анулюванню без згоди продавця, на користь якого відкрито акредитив;
- подільний — зобов'язання, що передбачає виплату продавцеві певних сум після кожної поставки товару;
- неподільний — зобов'язання, що припускає, що всю суму платежу буде виплачено банком після виконання всіх зобов'язань за контрактом.

Продавець звичайно домагається відкриття підтвердженого, безвідзивного або подільного акредитива.

Рекламація. Стаття про рекламації визначає порядок пред'явлення претензій кожної зі сторін, що брала участь в угоді, при невиконанні умов контракту. Вона регламентує процедуру визначення невідповідності (якості, термінів і т.д.), форми документів (акт, висновок), терміни пред'явлення претензій і санкцій до винної сторони.

Гарантії. Стаття про гарантії встановлює відповідальність продавця за якість товару в певний гарантійний період (12 місяців після підписання акту приймання, 18 місяців від дати поставки і т.д.). Важливо передбачити поставку комплекту запасних частин погодженої специфікації, а також можливість обслуговування устаткування в післягарантійний період за окрему плату або послуги.

Форс-мажор. У статті, що перераховує обставини непереборної сили (форс-мажор), потрібно найповніше визначити не залежні від сторін і здатні змінити термін реалізації контракту або взагалі припинити його дію обставинами, за які сторони не несуть відповідальності. До таких обставин звичайно відносять аварії, стихійні лиха, ембарго, інші законодавчі заборони тощо. У контракті повинна бути названа організація, яка засвідчить настання таких обставин і підтвердить це документом. Звичайно в цій ролі виступають торгівельні палати країн — учасників угоди.

Арбітраж. У контракт також включають статтю про арбітраж, що визначає порядок вирішення спорів, які не можуть бути врегульовані учасниками угоди. Найчастіше суперечки дозволяють арбітражні комісії, створені при торгівельних палатах, торгівельних біржах, або арбітражна комісія при Міжнародній торгівельній палаті.

Такі основні статті контракту, детальна розробка яких гарантується бізнесом.

Рекомендована література до лекції теми 7

а) основна:

1. *Муравьев А.И.* Предпринимательство: Учебник // Муравьев А.И., Игнатьев А.М., Крутик Л.Б.— СПб.: Лохъ, 2001.— 658 с.
2. *Бугулов В.М.* Ценообразование в условиях рынка: Учебн. Пособие / Бугулов В.М.— К.: МАУП, 1999.— 108 с.
3. *Липсиц И.К.* Коммерческое ценообразование: Учебник / Липсиц И.К.— М.: БЕК, 1999.— 368 с.

б) додаткова:

1. *Ценообразование:* Учебн. пособие.— Х.: ИНЖЭК, 2003.— 152 с.
2. *Основы ценовой политики и ценообразование в промышленности:* Учебн. пособие.— Д.: ДМетАУ, 1997.—152 с.

Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 7

1. Виділити види комерційних угод та дати їх характеристику.
2. Класифікація комерційних угод та її зміст.
3. Види посередників в укладанні комерційних угод та їх характеристика.
4. Ціна комерційної угоди та методологія її визначення.
5. Індикативна ціна та її зміст
6. Демпінгова ціна та її зміст.
7. Світова ціна та її визначення.
8. Довідкова ціна та її визначення.
9. Прейскурантна ціна та її призначення.
10. Біржова ціна та її призначення.
11. Аукціонна ціна та її призначення.
12. Ціна торгів та її формування.
13. Ціни фактичних угод та їх призначення.
14. Ціни пропозицій та її спрямування.
15. Розрахункові ціни та їх обґрунтування.
16. Контрактна ціна та її призначення.
17. Зовнішньоторговельна ціна та механізм її дії.
18. Умови ІНКОТЕРМС та їх характеристика.
19. Умови ІНКОТЕРМС групи Е та їх регламентація.
20. Умови ІНКОТЕРМС групи F та їх регламентація.
21. Умови ІНКОТЕРМС групи С та їх регламентація.
22. Умови ІНКОТЕРМС групи D та їх регламентація.
23. Етапи проведення комерційної угоди та їх характеристика.
24. Зміст контракту купівлі-продажу.

Тести для перевірки знань до лекції теми 7

1. Комерційні угоди розподіляються на:

- а) основні;
- б) посередницькі;
- в) бартерні;
- г) прямі.

2. Посередники при укладанні угод підрозділяються на:

- а) маклерів;
- б) агентів виробників;
- в) брокерів;
- г) торговців комісіонерів.

3. Демпінгова ціна — це ціна:

- а) суттєво нижча комерційної;
- б) нижча комерційної;
- в) більша комерційної;
- г) рівна комерційній.

4. Світова ціна — це ціна:

- а) інтернаціональна вартість товару;
- б) вільна вартість товару;
- в) випадкова вартість товару;
- г) субсидіювання товару.

5. Довідкова ціна — це ціна:

- а) товару визначеної кількості та якості товару;
- б) реалізації товару на ринку;
- в) базисна;
- г) регулярна.

6. Розрахункова ціна — це ціна:

- а) середньостатистична;
- б) індексна;
- в) товару на конкретну дату;
- г) широкого кола товарів.

7. Умови ІНКОТЕРМС групи Е — це:

- а) «франко-завод»;
- б) «франко-перевізник»;
- в) «франко-вздовж борту судна»;
- г) «франко-борт судна».

8. Умови ІНКОТЕРМС групи F — це:

- а) «франко-завод»;
- б) «франко-перевізник»;
- в) «франко-вздовж борту судна»;
- г) «франко-борт судна».

9. Умови ІНКОТЕРМС групи C — це:

- а) доставка та страхування оплачені до ...;
- б) доставка оплачена до...;
- в) вартість страхування і фрахт;
- г) вартість і фрахт.

10. Умови ІНКОТЕРМС групи D — це:

- а) поставлено закордон;
- б) поставлено з борту судна;
- в) поставлено з пристані)
- г) поставлено із сплатою мита.

Ключові терміни і поняття до лекції теми 7

Агенти виробників

Акредитивна форма розрахунків

Відзивний акредитив

Збутові агенти

Інкасова форма розрахунків

Комерційна угода

Подільний акредитив

Прямі угоди

Підтверджений акредитив

Торговці-комісіонери

Угоди через посередника



8. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ

Мета лекції — ознайомлення з методами й способами захисту комерційної таємниці.

План лекції

8.1. Поняття комерційної таємниці.

8.2. Критерії визнання інформації комерційною таємницею.

8.3. Організація захисту комерційної таємниці.

Типове завдання діяльності бакалавра — оволодіти методами і способами захисту комерційної таємниці.

Компетенції, якими повинен оволодіти студент:

- використовувати критерії визнання інформації комерційною таємницею;
- володіти методами та способами захисту комерційної таємниці.

8.1. Поняття комерційної таємниці

Досить часто керівники підприємств не дуже чітко представляють, що таке комерційна таємниця, як її слід охороняти і яким чином це впливає на економічне становище підприємства. Правда, є підстави вважати, що в міру розвитку ринкових відносин із властивою їм жорсткої конкуренції відношення до охорони комерційної таємниці радикально зміниться. У ринковій економіці інформація є товаром, і її одержання, зберігання, передача й використання підкоряються законам товарно-грошових відносин.

Власник інформаційних ресурсів має право:

- призначати особу, що здійснює господарське ведення інформаційними ресурсами або оперативне управління ними;
- встановлювати в межах своєї компетенції режим і правила обробки, захисту інформаційних ресурсів і доступу до них;
- визначати умови розпорядження документами при їхньому копіюванні й розповсюдженні.

При цьому необхідно враховувати, що право власності на засоби обробки інформації не дає права власності на інформаційні ресурси, що належать іншим власникам. Документи, оброблені в порядку надання послуг або при спільному використанні цих засобів обробки, належать їх власникам. При-

належність і режим похідної продукції, створеної в цьому випадку, регулюються договором. Кожен власник має право опікувати свої інтереси й берегти комерційну таємницю, що означає обмеження державного втручання в економічне життя підприємства й захист його інтересів при взаємодії з іншими суб'єктами ринкових відносин. На відміну від державних і військових секретів, комерційна таємниця є власністю конкретного підприємства.

У нашій країні держава тривалий час володіла монополією на засекречування й охорону інформації, що пояснювалося перевагою державної власності на засоби виробництва й продукти праці. Такий стан справ нерідко обертався втратою пріоритетів у різних галузях науки й виробництва, безгосподарним відношенням до ідей раціоналізаторів, винахідників і вчених. Продукти інтелектуальної діяльності йшли за рубіж, а через якийсь час за значні валютні суми нам доводилося купувати там продукцію, виготовлену з використанням наших розробок.

В умовах ринкових конкурентних відносин витік інформації може негативно відбитися на положенні підприємств у боротьбі за споживача. Саме тому є необхідність юридично точно визначити категорію й правовий статус комерційної таємниці, розробити механізм відповідальності за її розголошення. Паралельно із приватизацією й становленням бізнесу слід створити систему, що забезпечує продаж інформації за рубіж без шкоди для держави в цілому. Інтереси окремих підприємств повинні бути, безумовно, підлеглі інтересам країни, як це прийнято в промислово розвинених державах, де застосовуються різноманітні й досить ефективні методи економічного впливу на приватних підприємців, що дозволяють собі на шкоду національним інтересам порушувати заборони держави.

Досить довгий час не було законів, що захищають комерційну таємницю, не практикувалися заходи економічної відповідальності, не нароблялась судова практика. Можливо, саме тому тут квітнуло й квітне явне й таємне безоплатне запозичення інтелектуальної власності комерційної інформації конкурентів.

Комерційну таємницю визначають як науково-технічну, технологічну, комерційну, організаційну або іншу використану в економічній діяльності інформацію, у тому числі ноу-хау, яка відповідає таким ознакам:

- 1) має дійсну або потенційну комерційну цінність в силу її невідомості третім особам, здатним одержати вигоду від її розголошення або використання;
- 2) недоступна на законній підставі;
- 3) охороняється за допомогою адекватних її цінності правових, організаційних, технічних та інших заходів.

Остання ознака досить важлива через те, що при відсутності на підприємстві комплексної системи заходів щодо охорони комерційної таємниці власник її втрачає право на відшкодування збитку.

Крім комерційної таємниці проект закону трактує ряд інших важливих понять, пов'язаних з її охороною. Власником комерційної таємниці є фізична або юридична особа, яка володіє на законній підставі інформацією, що становить комерційну таємницю, і відповідними правами в повному обсязі.

Іншим суб'єктом правовідносин, пов'язаним з комерційною таємницею, виступає конфідент комерційної таємниці — фізична або юридична особа, якій в силу службового становища, договору або на іншій законній підставі відома комерційна таємниця іншої особи.

Під **носіями комерційної таємниці** закон розуміє матеріальні об'єкти, у тому числі фізичні поля, у яких інформація, що складає комерційну таємницю, знаходить своє відображення у вигляді символів, образів, сигналів, технічних рішень і процесів.

Режим комерційної таємниці являє собою систему правових, організаційних, технічних та інших заходів, прийнятих власником комерційної таємниці і її конфідентом для забезпечення обмеженого доступу до неї.

Як розголошення комерційної таємниці закон кваліфікує діяння (дію або бездіяльність), яке відбувається з порушенням закону або договору (у тому числі трудового) і в результаті якого комерційна таємниця стає відомою третім особам.

Неправомірним способом одержання комерційної таємниці вважається збирання інформації, що становить комерційну таємницю, за допомогою викрадення документів, підкупу або погроз, дачі хабара, уведення в оману, порушення або підбурювання (примусу) до порушення зобов'язань про дотримання режиму комерційної таємниці, а також іншим незаконним способом без згоди власника комерційної на передачу її третім особам.

До комерційної таємниці Законодавство України відносить відомості, пов'язані з комерційною діяльністю, доступ до яких обмежений.

Органи державної влади, інші державні органи й органи місцевого самоврядування мають право на доступ до комерційної таємниці в межах своєї компетенції. Вони зобов'язані забезпечити охорону комерційної таємниці від розголошення й неправомірного використання посадовими особами й іншими службовцями зазначених органів, яким вона стала відома у зв'язку з виконанням ними службових обов'язків. Інформація, що складає комерційну таємницю, охороняється в зазначених органах як службова таємниця. Особи, що володіють комерційною таємницею, зобов'язані надати її ор-

ганам державної влади або органам місцевого самоврядування на вимогу останніх у межах зазначених компетенцій.

Особливо слід зазначити, що органи державної влади, інші державні органи та органи місцевого самоврядування не мають права вимагати від власника комерційної таємниці обов'язкового надання належного йому на законній підставі ноу-хау, за винятком випадків, коли відсутність такої інформації унеможливує виконання ними своїх функцій. Очевидно, для врегулювання з офіційними особами відносин, пов'язаних із захистом комерційної таємниці, підприємцям і організаціям варто прибігати до допомоги досвідчених юристів, а також визначити коло компетентних фахівців підприємства, яким можна довірити цю справу.

8.2. Критерії визнання інформації комерційною таємницею

Відповідно до закону право встановлення режиму комерційної таємниці має її власник. Конфідент комерційної таємниці зобов'язаний встановити режим комерційної таємниці, якщо це випливає із зобов'язань, які містяться в договорі, укладеному із власником комерційної таємниці. В інших випадках конфідент повинен дотримуватись режиму, встановленого власником комерційної таємниці. Відповідальність за розголошення відомостей, що становлять комерційну таємницю підприємства, і порушення порядку їх охорони регламентується законодавчими актами України.

Належність інформації до комерційної таємниці позначається грифом «Комерційна таємниця», який проставляють на носії інформації та (або) супровідному документі. Правом проставляти гриф на документах користується власник комерційної таємниці.

На документах та інших носіях, що містять комерційну таємницю, які передаються в органи державної влади, інші державні органи та органи місцевого самоврядування, гриф «Комерційна таємниця» проставляють в обов'язковому порядку.

Особа, що встановлює режим комерційної таємниці, самостійно визначає:

- критерії віднесення знову одержаної інформації до комерційної таємниці;
- термін дії режиму комерційної таємниці;
- сукупність заходів щодо забезпечення режиму комерційної таємниці, у тому числі: а) порядок постановки та зняття грифа «Комерційна таємниця»; б) порядок доступу до комерційної таємниці; в) засоби й

методи захисту, зберігання та передачі інформації, що становить комерційну таємницю, за винятком випадків, передбачених законодавством і (або) договором.

Термін дії режиму комерційної таємниці визначається в рамках режиму комерційної таємниці та залежить від терміну дії умов, необхідних і достатніх для визнання певної інформації комерційною таємницею відповідно до законодавства України.

За власником і конфідентом комерційної таємниці залишене право за власним розсудом встановлювати додаткові заходи охорони комерційної таємниці, у тому числі: уведення спеціального порядку доступу до відомостей, що складають комерційну таємницю; проставляння спеціального грифа на документах, що містять зазначені відомості; обмеження кола фізичних осіб, що мають доступ до зазначених відомостей.

Першим кроком на шляху охорони комерційної таємниці повинно стати виявлення кола відомостей, що становлять її, і групування цих відомостей на категорії залежно від цінності інформації для підприємства, що характеризується розміром збитку, який може викликати їх розголошення.

На думку деяких авторів, відомості, що становлять комерційну таємницю підприємства і підлягають охороні, повинні задовольняти чотирьом наступним критеріями:

- їхнє відкрите використання пов'язане зі збитком для підприємства;
- вони не є загальновідомими або загальнодоступними на законних підставах;
- вони потребують захисту, тому що не належать до державних секретів і не захищені авторським і патентним правом;
- їхнє приховування не наносить збиток суспільству.

Узагальнення точок зору вітчизняних і закордонних експертів дозволяє стверджувати, що комерційну таємницю становлять відомості про торгівельні відносини підприємств, організацію і розміри обігу засобів, стан ринків збуту, банківські операції, постачальників і споживачів, зміст патентів, структуру капіталів, плани інвестування, укладені контракти, сформовані ціни на товар, розмір прибутку та обсяги виробництва. Не підлягає розголошенню інформація про технологію, організацію праці, технічні відкриття і винаходи, цілі і характер дослідницьких робіт.

Досить цікавою є думка окремих фахівців, що виділяють у загальному обов'язку комерційної таємниці два основні блоки.

Перший блок становить науково-технічна й технологічна інформація (відомості про конструкцію машин і устаткування, використані матеріали, методи і способи виробництва, дизайн, програмне забезпечення комп'ютерів тощо).

Другий блок — ділова інформація — включає:

- фінансові дані (фінансова звітність, розрахунки із клієнтами, заборгованість, кредити, платоспроможність, прибуток, собівартість продукції і т.д.);
- стратегічні й тактичні плани розвитку виробництва, у тому числі з використанням нових технологій, винаходів, ноу-хау;
- плани й обсяги реалізації продукції (плани маркетингу, характер і обсяг торгівельних операцій, рівень цін, складські запаси);
- аналіз конкурентоспроможності продукції, ефективності експорту та імпорту, передбачуваний час виходу на ринок;
- плани рекламної діяльності;
- списки торгівельних та інших клієнтів, посередників, конкурентів, відомості про взаємовідносини з ними, їх фінансове становище, умови контрактів та ін.;
- методи і організація управління;
- власна оцінка характеру і репутації персоналу підприємства;
- система організації праці.

Аналіз законодавчих актів промислово розвинених країн дозволяє виділити сукупність відомостей, приховування яких суперечить інтересам держави й суспільства. Ця інформація стосується:

- нераціонального природокористування і забруднення навколишнього середовища;
- недотримання техніки безпеки у виробництві, що представляє погрозу здоров'ю і життю людей;
- порушення спеціального законодавства, що регулює діяльність підприємців, наприклад законів про якість продукції та захист прав споживачів;
- заняття діяльністю, не передбаченою статутом даного підприємства або забороненою законами даної країни;
- зловживань і несумлінності керівників і працівників фірми;
- недобросовісної конкуренції;
- ухиляння від сплати податків;
- невиконання договорів.

Вирішуючи питання про віднесення тієї або іншої інформації до комерційних таємниць, слід ураховувати дві обставини.

По-перше, під приводом охорони комерційної таємниці підприємства не повинні приховувати відомості й документи, що свідчать про факти зловживань, безгосподарності й інших порушень. Відповідно до цього не можуть становити комерційної таємниці:

- організаційні відомості (статут і установчі документи підприємства, реєстраційні посвідчення, ліцензії, патенти);
- фінансові відомості (документи про вирахування і сплату податків, інших платежів, передбачених законом, документи про стан платоспроможності);
- відомості про штат і умови діяльності (число і склад зайнятих, їх заробітна плата, наявність вакансій, вплив виробництва на природне середовище, реалізація продукції, що завдає шкоди здоров'ю населення, участь посадових осіб у підприємницькій діяльності, порушення антимонопольного законодавства);
- відомості про власність (розміри майна, коштів, вкладень у цінні папери, облігації, позики, статутні фонди спільних підприємств).

По-друге, в умовах ринку надмірно засекречувати інформацію підприємству не вигідно. Інформація все частіше виступає як товар, що має певну ціну і попит. В окремих промислово розвинених країнах біля половини національного продукту припадає на виробництво, розповсюдження та переробку інформації в різних видах.

При охороні державних секретів у багатьох випадках буває неможливо визначити вартість інформації, що захищається. Тому рівень витрат суспільства визначається не цінністю інформації, а прагненням забезпечити максимально високий рівень захисту. Для комерційних підприємств такий підхід неприйнятний. Практика показує, що втрати від витоку ділової інформації часто мають конкретну вартісну оцінку, тому витрати на захист такої інформації повинні бути обмежені сумою можливих втрат.

Фахівці всіх служб підприємства повинні навчитися правильно і конкретно (у вартісній формі) оцінювати передбачені й реальні втрати фірми через витік інформації, зокрема обумовлені:

- зниженням обсягу продажів ліцензій на наукові розробки, втратою пріоритету в освоєних областях науково-технічного прогресу, ростом витрат на переорієнтацію діяльності дослідницьких підрозділів;
- підривом довіри споживача до якості продукції та, як наслідок, зниженням продажної ціни та скороченням обсягів збуту;
- виникненням (або створенням конкурентами) труднощів із закупівлею сировини, технології, устаткування та інших компонентів нормальної виробничої діяльності;
- ускладненням відносин з діловими партнерами, зривом вигідних контрактів і договірних зобов'язань;
- ростом витрат на створення нової ринкової стратегії, зміною структури маркетингових досліджень.

Точний вартісний розрахунок сукупних втрат досить складний і трудомісткий, а іноді й неможливий через відсутність достовірних вихідних даних. Тому в більшості випадків досить укрупненої експертної оцінки.

Слід зазначити, що компенсація втрат вимагає нерідко значних додаткових витрат, що знижує ефективність виробництва в цілому і ставить під сумнів можливість перемоги в конкурентній боротьбі. Тому, витрати на засекречування комерційної інформації повинні бути адекватні ймовірним втратам.

Доцільно опікувати як комерційну таємницю тільки ту частину інформації, яка дозволяє розширити ринок збуту продукції, поліпшити її якість, містити особливо вигідні угоди з партнерами.

Якщо держава при розміщенні держзамовлення на промисловому об'єкті вважає за необхідне засекретити яку-небудь інформацію, то вона зобов'язана платити за це підприємству. У подібній ситуації спеціальним договором визначають перелік відомостей, що зберігаються в таємниці, обговорюють витрати підприємства на забезпечення захисту та рівень участі держави в цих витратах. У кожному окремому випадку для оцінки доцільності віднесення тієї або іншої інформації підприємства до комерційних таємниць потрібне створення спеціальної комісії із числа найбільш кваліфікованих фахівців, у тому числі тих, що відповідають наступним вимогам:

- добре знайомі з кон'юктурою ринку й діяльністю конкуруючих фірм;
- чітко уявляють собі специфіку організації діяльності підприємства;
- розбираються в системі зв'язків з іншими підприємствами, укладанні контрактів і договорів;
- володіють усіма відомостями про продукцію, що виготовляється підприємством, технологічний цикл виробництва, порядок проходження усіх видів інформації (усної, документованої, представленої у вигляді зразків, вузлів, блоків, готової продукції).

Якщо підприємство достатньо велике або виготовлена продукція носить досить різномірний характер, можна створити кілька груп, одна з яких повинна координувати роботу інших, відповідальних за окремі ділянки. Так як в штаті підприємства налічується, наприклад на перших порах, усього кілька людей, формування переліку відомостей, що становлять комерційну таємницю, може брати на себе керівник (власник), за умови, звичайно, що він компетентний у перерахованих вище питаннях. Так чи інакше, щоб уникнути суб'єктивних помилок краще, щоб цю роботу виконували як мінімум двоє.

Залучених до складання переліку експертів зовсім не обов'язково знайомити з усіма відомостями, які можуть бути комерційної таємницею, якщо

експерти раніше не мали доступу до цих відомостей. Досить і того, щоб вони загалом представляли відоме іншим. Це виключить уже на першому етапі витік інформації.

Якщо у тому або іншому виді діяльності підприємство обігнало конкурентів і прибуток обіцяє рости в майбутньому, виходить, підприємство має у своєму розпорядженні комерційну таємницю і є сенс продовжувати аналіз.

На другому етапі експерти повинні визначити, що саме дозволяє отримувати високий прибуток: використання оригінальних технологій і ноу-хау, застосування унікальної техніки, впровадження нових матеріалів тощо.

Буває й так, що підприємство застосовує широко відомі методи організації виробництва, технології, устаткування й при цьому досягає високих прибутків. У подібній ситуації комерційну таємницю може становити сам факт застосування загальнодоступних прийомів підвищення ефективності виробництва.

Перелік відомостей, що становлять комерційну таємницю, доцільно час від часу переглядати, виключаючи з нього відомості, які втратили статус комерційної таємниці внаслідок появи нової техніки, технології, зразків тощо, витоку інформації до конкурента і т.д..

8.3. Організація захисту комерційної таємниці

Система заходів, що забезпечують охорону комерційної таємниці, містить у собі:

- облік і охорону деяких видів матеріалів і готових виробів (особливо дослідних зразків);
- правильну постановку діловодства (циркуляції, обліку, зберігання, знищення документів);
- контроль над засобами копіювання та розмноження документів;
- захист інформації в засобах зв'язку та обчислювальній техніці;
- охорону території підприємства або його основних будинків і споруджень;
- нагляд за відвідуванням підприємства сторонніми особами.

Контроль над комп'ютерною обробкою інформації. Особливо необхідно підкреслити актуальність захисту інформації, що циркулює в комп'ютерних мережах. За оцінками західних експертів, щорічні втрати від незахищеності інформації в банківських і комерційних інформаційних технологіях у США й країнах ЄС сягають 120–140 млрд дол. США.

При використанні на підприємстві засобів обчислювальної техніки для обробки, зберігання і передачі інформації, створення та використання різних інформаційних баз даних слід забезпечити, по-перше, фізичне збереження інформаційних масивів, втрата яких здатна призвести до неправних втрат, а по-друге, порядок роботи з інформацією, відповідний до режиму охорони комерційної таємниці. Для цього варто скласти положення або інструкцію, що регулює порядок роботи з обчислювальною технікою. У числі іншого в цьому документі варто передбачити:

- вимоги до розміщення засобів обчислювальної техніки;
- порядок обліку, зберігання та знищення машинних носіїв інформації;
- перелік відповідальних за роботу з обчислювальною технікою, базами даних;
- розподіл доступу користувачів до баз даних та іншим інформаційним ресурсам обмеженого застосування.

Буде не зайвим провести інструментальну перевірку обчислювальної техніки на предмет наявності побічних електромагнітних випромінювань, що дозволить встановити розмір безпечної зони, у межах якої виключений несанкціоноване знімання інформації. Варто подумати і про запобігання витоку інформації віброакустичним каналом (зокрема, оцінки надійності приміщень, де ведуться конфіденційні розмови), введення комплексу організаційних, програмних і апаратних засобів, що виключають несанкціонований доступ.

Існує багато непрямих ознак того, що в організації готується або ведеться комп'ютерне шпигунство. Виявлення цих ознак не вимагає спеціальних знань. Адміністрації слід насторожитися в наступних випадках:

- без серйозних на те причин проводиться перезапис баз даних;
- дані не обновляються;
- на ключових документах з'являються підроблені підписи;
- виникають фальшиві записи;
- персонал системи без видимих підстав починає працювати надурочно;
- персонал заперечує проти контролю над записом даних;
- співробітники, що мають справу з комп'ютерами, неадекватно реагують на рутинні питання.

Контроль над копіюванням і розмноженням. Іншим каналом витоку інформації можуть стати копіювання та розмноження документації, тому на підприємстві повинна бути розроблена інструкція про проведення копіювальних робіт, що встановлює:

- порядок обліку документів що поступають на копіювання, реєстрації підстав для їхнього копіювання та особи, яка санкціонувала копіювання;

- перелік осіб, безпосередньо відповідальних за копіювання, видачу підготовлених документів виконавцеві, облік чернеток, бракованих екземплярів та їх знищення.

Копіювальну техніку слід встановлювати таким чином, щоб виключити безконтрольний доступ до неї. Багато хто переконаний, що в західних фірмах ці апарати стоять на кожному кроці, так що кожен бажаючий легко зніме копію з будь-якого документа. Насправді в кожній фірмі, що має справу з конфіденційною інформацією, діє строгий порядок розмноження документів. Відомі й технічні прийоми, що перешкоджають копіюванню закритих матеріалів.

Наприклад, американська фірма «Ксерокс» запатентувала спосіб захисту, який полягає в тому, що на текст документа наносять тонкий шар барвника, прозорого для видимого спектра й поглинаючого світло з довжиною хвилі, що використовується в копіювальній апаратурі. Флюоресценція, що виникає при поглинанні світла, «засліплює» апарат, і копія виходить непридатною для читання.

Канадська фірма «Полімарко» розробила покриття для паперу, що включає можливість несанкціонованого копіювання нанесеного на нього тексту.

Контроль над пересиланням і передачею інформації. Важливе місце в системі заходів захисту комерційної таємниці займають правила пересилання документальних і магнітних носіїв інформації. При їхній розробці необхідно виходити з того, що після відправлення носіїв підприємство фактично втрачає над ними контроль. Ця обставина змушує максимально звузити коло осіб, яким дозволено санкціонувати пересилання носіїв комерційної таємниці.

При використанні каналів зв'язку для передачі конфіденційної інформації слід мати на увазі, що більшість із них уразливі для несанкціонованого знімання даних. Для захисту переданої інформації можуть використовуватися ліцензійні криптографічні засоби захисту, фельдзв'язок і спецзв'язок, відправлення рекомендованих листів і т.п.

Постановка діловодства. Не останню роль в охороні комерційної таємниці відіграє постановка діловодства на підприємстві, введення єдиного порядку обліку, руху й зберігання документів, що визначає:

- порядок встановлення ступеня конфіденційності підготовлених матеріалів, їхні печатки, оформлення, адресування, відправлення вихідних і реєстрації вхідних документів;
- особливості роботи з розпорядними документами (наказами, циркулярами й т.п.);

- порядок формування справ, їх зберігання й передачі в архіви, у тому числі державні;
- порядок експертної оцінки документів, справ та інших документальних масивів при необхідності їх знищення, як таких, що не мають практичної та історичної цінності;
- порядок перевірки наявності (схоронності) документів

Перевірку схоронності необхідно проводити періодично й обов'язково фіксувати її результати, доповідати про недостачу й втрату документів керівникові організації для того, щоб на винних були накладені стягнення.

Для всієї документації слід виробити оригінальну систему позначень, що ранжує інформацію зі ступеня таємності, і визначає чіткий порядок доступу працівників до цієї документації.

Створення служби безпеки. Таким чином, необхідно виявляти й перекривати всі потенційні канали витоку інформації, забезпечувати однаковий рівень захисту різних її носіїв (документів, виробів і т.д.), що нерідко вимагає підготовки, яка зводиться до: складання повного переліку користувачів інформації, розробки спеціальних схем інформаційних потоків і, нарешті, чіткого визначення всіх матеріальних носіїв інформації. Ефективне виконання перерахованих завдань припускає створення в апараті управління спеціалізованих служб, зайнятих захистом комерційної таємниці підприємства.

У промислово розвинених країнах охороною комерційних таємниць підприємства займаються як окремі особи, так і внутрішні підрозділи (власник підприємства, члени правління, заступники керівника із загальних питань, кадрові служби, спеціально створені підрозділи, режимно-секретні органи підприємства й т.п.). Їхні зусилля підкріплюються діяльністю численних зовнішніх (стосовно підприємства) структур, таких як: об'єднання підприємців і споживачів, адвокати і юридичні консультанти, приватні бюро організаційно-правового й технічного захисту комерційної таємниці, приватні детективи та ін. Власні служби безпеки створюються вже й на вітчизняних підприємствах, головним чином комерційних.

Конкретна структура внутрішньої системи захисту комерційної таємниці визначається фінансовими й технічними можливостями підприємства, його розмірами й розміщенням, номенклатурою продукції, що випускається, системою внутрішнього документообігу, обсягом і видом інформації, що захищається, і т.п. При виборі варіантів побудови доцільно враховувати можливості конкурентів. Найдоцільніше обмежити число осіб, що допускаються до секретної інформації, розробити заходи персональної матеріальної й правової відповідальності за збереженість комерційної таємниці.

Контроль над персоналом. Вирішальна роль у визначенні кола відомостей, що становлять комерційну таємницю, а також порядку їх захисту звичайно належить керівникові підприємства. Тому при прийомі менеджера в контракті необхідно вказати форми й розміри його персональної відповідальності за схоронність інформації, обговорити конкретні обов'язки, заборонити використання інформації на шкоду підприємству, визначити умови розірвання контракту при невиконанні вимог конфіденційності.

У трудовому договорі, що укладається між адміністрацією підприємства (підприємцем) і працівником, також доцільно відображати індивідуальні зобов'язання останнього за схоронність комерційної таємниці. Цей документ буде юридичною основою для застосування санкцій до працівників, винних у витоку конфіденційної інформації.

До числа основних зобов'язань працівника можна, зокрема, віднести наступні:

- виконувати всі вимоги документів (положень, інструкцій, наказів), що забезпечують схоронність комерційної таємниці;
- не розкривати привселюдно й не передавати третім особам конфіденційну інформацію без згоди на те підприємства;
- повідомляти керівництво підприємства про всі спроби сторонніх осіб отримати відомості, що становлять комерційну таємницю, про всі випадки зникнення предметів і документів, що є носіями комерційної таємниці, а також про факти зникнення печаток, ключів, посвідчень і т.п.;
- після звільнення передати у відповідний підрозділ підприємства всі предмети, документи та інші носії комерційної таємниці, які перебували в розпорядженні працівника для виконання службових обов'язків;
- не розголошувати інформацію, що складає комерційну таємницю, після звільнення й при роботі за сумісництвом на інших підприємствах.

Відповідно до законодавства України зобов'язання за дотриманням встановленого роботодавцем режиму комерційної таємниці покладають на працівника, якому комерційна таємниця стає відома відповідно до умов трудового договору (контракту) або у відповідності з угодою про дотримання режиму комерційної таємниці, укладеним на період трудових відносин.

Допуск працівника до комерційної таємниці здійснюється з його згоди й передбачає:

- ознайомлення з положеннями законодавства України про комерційну таємницю, що передбачає відповідальність за порушення режиму комерційної таємниці;
- прийняття зобов'язань перед роботодавцем за дотриманням встановленого режиму комерційної таємниці;

- ознайомлення з переліком відомостей, які становлять комерційну таємницю роботодавця й до яких працівник має доступ;
- встановлення розміру оплати праці працівника з урахуванням виплати компенсації за взяті ним на себе зобов'язання про дотримання режиму комерційної таємниці (розмір такої компенсації встановлюється угодою між працівником і роботодавцем).

Колишній працівник після припинення трудових відносин зобов'язаний повернути на вимогу колишнього роботодавця всі наявні в його розпорядженні носії комерційної таємниці.

Аналіз дозволяє виділити кілька можливих передумов витоку комерційної інформації за межі підприємства. Насамперед, це помилки персоналу, що пов'язані з незнанням правил захисту комерційної таємниці (або з нерозумінням їх важливості). По-друге, це свідомі дії персоналу, викликані корисливими міркуваннями, бажанням помститися або страхом перед шантажем. Щоб виключити подібні ситуації, необхідна система навчання співробітників, що формує почуття особистої відповідальності за схоронність фірмових секретів. Доцільно також використовувати прогресивні методи оцінки осіб, прийнятих на роботу (різні тести, систему рекомендацій і т.п.), брати із працівників підписку про нерозголошення комерційної таємниці, видавати попередження про відповідальність.

У перспективі вітчизняним підприємствам, мабуть, виходячи з досвіду закордонних країн створювати своєрідні «кодекси честі», що передбачають не тільки правила роботи з конфіденційною інформацією, але й відповідальність персоналу за розголошення виробничих секретів.

Керувати такими факторами витоку інформації, як відвідування підприємства сторонніми особами, плинність кадрів, робота персоналу за сумісництвом й т.п., у деяких випадках допомагає «дроблення» даних між окремими працівниками, що заважає конкурентам збирати інформацію й знижує втрати, якщо витік все-таки відбувся.

Спеціальним службам з охорони комерційної таємниці рекомендується стежити за публікаціями співробітників підприємства у відкритій пресі, при необхідності проводити попередню експертизу цих публікацій. Доцільно також аналізувати рекламні матеріали, інформацію, що розповсюджується на виставках, презентаціях, біржах і т.п.

Договори про конфіденційність. З розвитком ринкових відносин і формуванням нових господарських зв'язків постає проблема захисту комерційної таємниці торговельних партнерів.

Необхідною умовою встановлення режиму комерційної таємниці при висновку й виконанні цивільно-правового договору вважається висновок

сторін в письмовій формі угоди про конфіденційність поряд з договором або включення відповідних умов у договір. Конфідент комерційної таємниці, що одержав її в силу цивільно-правового договору, який допустив її розголошення, зобов'язується негайно розповісти про це власнику комерційної таємниці.

Закордонні фірми практикують підписання спеціальних договорів про взаємний захист інформації, переданої один одному в ході ділового співробітництва.

Для поєднання інтересів продавця, що не бажає повідомляти інформацію про товар до підписання контракту на поставку, з інтересами покупця, котрий відмовляється купувати «кота в мішку», прибігають до так званої опціонної угоди, згідно з якою покупець за певну плату й на умовах конфіденційності здобуває додаткову інформацію про товар, до складу якого можуть входити відомості, що становлять комерційну таємницю.

Вітчизняним підприємцям можна порекомендувати виділити в спеціальному розділі контракту умови конфіденційності. Зокрема, доцільно письмово закріпити зобов'язання не розкривати комерційну таємницю без взаємного узгодження один з одним, не передавати її третім особам, повністю відшкодовувати в необхідних випадках матеріальний і моральний збиток, що завданий через витік комерційної інформації.

При укладанні договору з підприємствами інших країн деякі умови збереження комерційної таємниці повинні бути орієнтовані на законодавство цих країн.

Варто виділити, що у світовій практиці умови, що включаються в договір про співробітництво, конфіденційність мають певний ступінь автономності. Це означає, що вони, з одного боку, можуть обмовлятися до висновку договорів про створення спільних підприємств, передачі ноу-хау, ліцензій і т.п., а з іншого — можуть і повинні дотримуватися протягом певного періоду після завершення часу дії основного договору.

Технічні засоби захисту. Говорячи про можливі методи одержання комерційної інформації про інших підприємств, необхідно підкреслити, що 90–95% усіх необхідних відомостей можна зібрати легальними методами. Іншу інформацію (як правило, ретельно охоронену й найціннішу) дає промислове шпигунство, в арсенал якого входять викрадення документів і зразків нової продукції, вимагання й підкуп співробітників конкуруючої фірми, підслуховування розмов, зйомки й оптичне спостереження, несанкціоноване підключення до систем зв'язку й обчислювальних мереж, засилання або вербування агентів і навіть фізична ліквідація конкурентів або їх підприємств.

Одночасно з розвитком промислового шпигунства постійно вдосконалюються різноманітні засоби захисту комерційної таємниці. Так, у промислово розвинених країнах в останні роки постійно нарощує обсяги виробництва індустрія спеціальних технічних засобів захисту входу в службові приміщення. При цьому використовуються такі прогресивні нововведення, як картки з кодом, біометричні системи, що реагують на голос, підпис, відбитки пальців, візерунок кровеносних судин сітківки ока й т.п.

Слабкий розвиток конкуренції в нашій країні й безвідповідальне відношення до охорони власних комерційних таємниць у багатьох випадках дозволяє зацікавленим особам (або спеціальним посередникам) одержувати необхідну інформацію легальними методами. До числа найбільш доступних джерел інформації можна віднести усні виступи на конференціях і семінарах, відкриті публікації підприємства і його співробітників, експонати ярмарків, виставок і презентацій, інформація товарних і фондових бірж, оголошення про вакансії, конкурси на заміщення посад і т.п.

Систематизація й аналіз подібних відомостей вимагають підвищення матеріальних і трудових витрат. Нерідко цим займаються спеціально створені служби, оскільки обсяги інформації великі, а її ймовірність часом сумнівна.

Як уже зазначалося вище, у промислово розвинених країнах існують державні й приватні посередницькі служби, що надають клієнтам деякі види комерційної інформації про фірми, які їх цікавлять.

Рекомендована література до лекції теми 8

а) основна:

1. Чернявский А. Г. Краткая история развития промышленности шпионажа: Ж. Деловая Украина / Чернявский А. Г.— К.: 1993.— 108 с.
2. Бержье Ж. Промышленный шпионаж / Бержье Ж. Пер. с франц.— М.: Международные отношения, 1981—316 с.

б) додаткова:

1. Подсолонко В. А. Підприємництво: Навч. посібник/ Подсолонко В. А., Процай А. Ф., Миронова В. С.— К.: ЦНЛ, 2003—636 с.
2. Бусыгин А. В. Предпринимательство: Учебник / Бусыгин А. В.— М.: Дело, 2001.— 638 с.

Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 8

1. Визначення комерційної таємниці та її ознаки.
2. Власник комерційної таємниці та його визначення.
3. Конфідент комерційної таємниці та його визначення.
4. Носій комерційної таємниці та його визначення.
5. Режим комерційної таємниці та його визначення
6. Критерії комерційної таємниці та їх суть.
7. Яка інформація не може становити комерційну таємницю?
8. Зміст передбачуваних та реальних втрат через витік інформації?
9. Суть контролю за комп'ютерною обробкою інформації.
10. Суть контролю за копіюванням та розмноженням документації.
11. Суть контролю за пересиланням і передачею інформації.
12. Суть контролю за персоналом.
13. Організація створення служби безпеки.
14. Договори про конфіденційність та їх суть.
15. Технічні засоби захисту інформації та їх застосування.

Тести для перевірки знань до лекції теми 8

1. Комерційна таємниця відповідає наступним ознакам:
 - а) недоступна на законній підставі;
 - б) володіє потенційною комерційною цінністю;
 - в) має кодове відображення;
 - г) охороняється за допомогою технічних заходів.
2. Неправомірним способом одержання інформації вважається:
 - а) викрадення документів;
 - б) підкуп при одержанні документів;
 - в) пересилка документів;
 - г) публікація документів.
3. Критерії визнання інформації комерційною таємницею:
 - а) приховування відомостей не наносить збиток суспільству;
 - б) відкрите використання пов'язане зі збитком для підприємства;
 - в) має потребу в захисті;
 - г) не є загальнодоступною на законних підставах.
4. Не можуть становити комерційну таємницю:
 - а) відомості про власність;
 - б) фінансові відомості;
 - в) організаційні відомості;
 - г) державні секрети.

5. Сигналами комп'ютерного шпигунства є:
- а) заміна комп'ютерів;
 - б) перезапис баз даних без серйозних причин;
 - в) фальшиві записи;
 - г) заперечення персоналу контролю за записом даних.

Ключові терміни і поняття до лекції теми 8

Власник комерційної таємниці
Комерційна таємниця
Конфідент комерційної таємниці
Критерії комерційної таємниці
Режим комерційної таємниці



*Без особистої зацікавленості немає бізнесу
(Особистий постулат бізнесу)*

9. СТРАХУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В БІЗНЕСІ

Мета лекції — виявлення, ідентифікація та запобігання ризику та втратам від нього

План лекції

- 9.1. Визначення ризику у бізнесі
- 9.2. Страхування від збитків у бізнесі
- 9.3. Страхування комерційних ризиків
- 9.4. Управління ризиками у бізнесі

Типове завдання діяльності бакалавра — здійснення управління ризиками та запобігання втрат від нього

Компетенції, якими повинен оволодіти студент:

- виявляти та ідентифікувати ризик;
- запобігати втратам від ризику.

9.1. Визначення ризику в бізнесі

Ризиком страхування називають, по-перше, математично виражену ймовірність виникнення збитку в результаті заздалегідь застереженого несприятливої події, яка може бути розрахована на основі статистичних даних з досить високою точністю, а по-друге, сам конкретний об'єкт страхування.

Ризик — це щось таке, що може відбутися, а може й не відбутися. Це гіпотетична можливість несення збитку. Усякий конкретний ризик, наприклад ризик пожежі, являє собою тільки можливість настання несприятливої події, скажемо, загоряння застрахованих будівель. Ризик є об'єктивне явище в будь-якій сфері людської діяльності, опосередковане безліччю окремих, відособлених ризиків. Його сутність розглядається в різних аспектах. Ризик піддається виміру математичним шляхом за допомогою теорії ймовірності й закону більших чисел.

Найбільший збиток несуть ризики, сутність яких залишається невідома людині, а тому особливу важливість мають збір, узагальнення й аналіз інформації про різні несприятливі явища з метою з'ясування загальних тен-

денцій, наукового передбачення ризику. Фактор ризику й необхідність покриття можливого збитку, викликаного його проявом, обумовили потребу в страхуванні. Страхування дозволяє відгородити від випадковостей будь-яку людську діяльність у процесі пізнання природи й суспільства.

Ризик у страхуванні набуває особливого значення.

По-перше, ризик — це конкретне явище або сукупність явищ, при настанні яких з раніше сформованого централізованого страхового фонду роблять виплати в натурально-речовій або грошовій формі

По-друге, ризик пов'язаний з конкретним застрахованим об'єктом. Подія або сукупність подій не розглядаються об'єктивно, самі по собі. Їх слід співвідносити із прийнятим на страхування об'єктом, де реалізується ризик.

По-третє, ризик сполучений з ймовірністю загибелі або ушкодження об'єкта, прийнятого на страхування.

Ймовірність виступає як міра об'єктивної можливості настання несприятливої події або сукупності подій, що володіють шкідливим впливом. Будь-яка ймовірність може бути виражена правильним добром. Ймовірність, рівна нулю, вказує на неможливість настання події. Ймовірність, рівна одиниці, дає 100%-ву гарантію того, що подія відбудеться. Страхова подія не є об'єктом страхування. Цим об'єктом виступає ризик. Отже, ризик — це єдина випадкова подія, яка настає всупереч волі людини. Він реалізується за допомогою випадкових подій або явищ, із приводу яких виникають страхові відносини. При спостереженні досить великої кількості об'єктів, підданих впливу того самого ризику за той самий проміжок часу, виявляється закономірність настання випадкових подій. Чим більше вибірка спостережень, тим більше випадковість наближається до достовірного результату (достовірної закономірності). На практиці неможливо передбачити настання певної події в рамках спостереження сукупності. У міру наближення числа подій, що становлять вибірку, можна чекати підвищення емпіричної ймовірності. Про неймовірність результатів спостереження можна говорити тільки в тому випадку, якщо явище залишається непізнаним.

Науково-технічний прогрес створює передумови для виникнення нових ризиків, які пов'язані з освоєнням нових знань, недосконалістю техніки й неправильною її експлуатацією людиною. Ускладнення конструкцій машин і механізмів вийшло за межі, у яких людина в силах управляти технікою, не випробовуючи нервового напруження, а наука про взаємодію людини й техніки — ергономіка — до цієї пори недооцінюється суспільною свідомістю.

Оновлення технологій, досягнення максимальної їх безпеки, математичне моделювання надзвичайних ситуацій обмежує випадковість.

Опираючись на повну, системну й достовірну інформацію, можна випадковість представити як закономірність.

Страховання має об'єктивну й суб'єктивну ймовірність. Перша відбиває закони, властиві явищам і предметам у їх об'єктивній реальності, друга — випадковість, яка ігнорує суб'єктивний підхід до дійсності, що заперечують або не враховують об'єктивні закони природи й суспільства. Крім того, ризик може бути представлений і через логічну ймовірність, яка будується на пізнанні законів природи й суспільства за допомогою індукції, дедукції, аналізу, синтезу й гіпотези. Якщо введенню нового виду страхування передували збір і аналіз статистичних даних із залученням математичного апарату закону великих чисел, то отриманий результат відбиває статистичну ймовірність.

Аналіз ризиків дозволяє розділити їх на дві більші групи — страхові й не страхові (що не включаються в договір страхування). Страхові ризики піддаються кількісному визначенню й фінансовому вимірюванню й підлягають страхуванню. До не страхованих відносять форс-мажорні ризики, оцінити рівень яких неможливо, а також масштабні ризики, які ніхто не готовий прийняти на себе.

Розрізняють також чисті й спекулятивні ризики. Чистий ризик означає ймовірність несення збитків, а спекулятивний — також ймовірність отримання вигоди (ризик вкладення в цінні папери). Крім того, проводять відмінність між масовими ризиками, що мають місце в приватній сфері, де об'єктами страхування виступають інтереси приватних осіб, і великими ризиками, якими є здебільшого ризики промислових підприємств.

Перелік страхових ризиків становить обсяг страхової відповідальності щодо договору страхування. Його виражають страховою сумою договору. Ціна ризику в грошовому виразі становить тарифну ставку, звичайно розраховану на 100 грн. страхової суми або у відсотках до абсолютної величини.

Розглянемо страхування підприємницьких ризиків. Підприємницька діяльність і страхування — тісно взаємопов'язані категорії ринкового господарства. Метою підприємницької діяльності є одержання прибутку, збільшення вкладеного в справу капіталу, тому важливе значення набуває страхування на випадок можливої втрати очікуваного прибутку.

Причини, що викликають втрату або недоодержання прибутку, можна розділити на дві групи:

- 1) порушення процесу виробництва при настанні стихійних лих, аварій та інших подій;
- 2) зміна ринкової кон'юнктури, зрив або часткове невиконання контрактів постачальниками й (або) споживачами продукції (робіт, послуг) і т.п.

Обидві групи факторів повинні охоплювати сферу страхування.

Ефективна підприємницька діяльність неможлива без освоєння нової техніки, без розумного ризику в пошуках додаткових резервів інтенсифікації виробництва. Тепер відзначимо й інший аспект взаємозв'язку підприємництва й страхування: останнє в умовах ринкової економіки виступає сферою комерційної діяльності. Приймаючи на себе відповідальність за ті або інші ризики, страховик, насамперед, думає про те, що дасть йому договір, який укладається. Як підприємець, що діє на свій страх і ризик, він не береться за ті види страхування, де ймовірність настання несприятливих подій особливо велика. От чому багато об'єктів підвищеної небезпеки стають предметом взаємного страхування на комерційній основі.

У міру розширення ринкового господарства в Україні страхування буде залучати усе більш широке коло об'єктів, пов'язаних із підприємницькою діяльністю, і можливості страхового захисту також будуть складатися відповідно до формування реального страхового ринку, зміцнення фінансової бази страхових організацій.

9.2. Страхування від втрат у бізнесі

Страхування від збитку, викликаного зупинкою виробництва внаслідок різних причин, практикують у багатьох закордонних країнах. Застосовані при цьому правила виявляють як риси подібності, так і відмінності. Аналіз закордонного досвіду з врахування потреб вітчизняних виробників у страховому захисті дозволяє виробити ряд рекомендацій.

Страхування від перерв у виробництві за своєю сутністю доповнює страхування основних і обігових фондів, оскільки перерва у виробництві частіше за все буває викликана загибеллю або ушкодженням цих фондів. Тому правомірно припустити, що склад і перелік страхових подій, на випадок яких проводиться страхування, і в тому, і в іншому випадку може бути прийнятний. Це не означає, однак, що страхування основних і обігових фондів неможливо без страхування від перерв у виробництві. Страхувальникам повинно бути надано право укладати будь-який з договорів або обидва разом. Одночасний висновок договорів страхування майна й страхування від простою відповідає економічним інтересам підприємства, а страхувальникам воно дозволяє більш обґрунтовано з меншими витратами визначати збиток при стихійних лихах або виникненні інших несприятливих подій.

Істотною особливістю страхування від простою є те, що розмір збитку тут багато в чому залежить від терміну перерви у виробництві. Зважаючи

на сказане, важливо визначити тривалість відповідальності страхувальника, тобто період, протягом якого він зобов'язаний відшкодувати збитки від простою. Термін такої відповідальності, що часто зустрічається у світовій практиці, — до одного року. Його й пропонуємо встановити в якості максимального, надавши одночасне право страхувальникам зменшувати цей термін і одночасно скорочувати терміни платежів.

Підлягають страхуванню збитки від припинення виробництва, котрі складаються із трьох складових частин:

- 1) витрат, отриманих під час зупинки виробництва;
- 2) неодержаного прибутку;
- 3) додаткових витрат, понесених з метою скорочення збитку.

Оскільки другий елемент є основним, нерідко говорять про страхування упущеного прибутку (вигоди). До витрат, спричинених під час зупинки виробництва, відносять ті поточні витрати страхувальника, які він змушений здійснювати незалежно від того, триває виробництво чи припинене.

Упущений прибуток розраховують шляхом множення обсягу продукції, не зробленої за час простою, на норму прибутку на одиницю продукції. При цьому розмір незробленої продукції слід обчислювати як різницю між обсягом продукції, який міг би бути випущений за період зупинки, виходячи з виробничої програми, і обсягом продукції, випущеним у результаті налагодження виробництва на інших об'єктах.

Поряд із загальними обмеженнями відповідальності страховика (намір страхувальника, воєнні дії і т.д.) при страхуванні від простою з відшкодування виключають додатковий збиток, викликаний зупинкою виробництва в результаті:

- зміни первісного проекту відновлення, реконструкції пошкодженого об'єкта;
- планового ремонту;
- заборони владою проведення відновлюваних робіт;
- нестачі в страхувальника матеріальних, трудових і фінансових ресурсів для усунення причин простою.

Ставки страхових внесків встановлюють у відсотках до вартості продукції, що випускається (при відсутності страхового випадку) на річний період. При встановленні періоду відповідальності за перерву у виробництві протягом шести або трьох місяців ставки платежів скорочують відповідно більш ніж у два або й чотири рази.

Страхування ризиків, пов'язаних із впровадженням нових технологій і нової техніки, можна розділити на два види:

1) страхування самої техніки, устаткування, технологічних ліній і т.п. на випадок їх виведення з ладу, порушення роботи, загибелі (захист від прямих збитків);

2) страхування від непередбачених несприятливих наслідків, викликаних впровадженням технічних і технологічних новинок, або їх руйнування, зупинок і т.п. (захист від непрямих збитків у вигляді додаткових витрат і неодержаного прибутку).

Об'єктом страхування виступають машини, технічне й технологічне устаткування, які після закінчення випробувань і пробного пуску визнані придатними до роботи. Оскільки підлягають страхуванню, як правило, коштовні об'єкти, треба скласти їхній повний список із вказівкою технічних характеристик. У тому випадку, коли страхують машину, у кожній з них показують окрему страхову суму. Нову техніку й технологію страхують від ризиків, пов'язаних з їх користуванням. До цих ризиків відносять:

- помилки в конструкції машин, у підборі матеріалів або у їх виготовленні;
- приховані дефекти, які не могли бути виявлені при випробуваннях;
- відмова вимірювальних приладів;
- підвищений тиск або напруга, коротке замикання;
- помилки при обслуговуванні техніки й технологічної лінії;
- недбалість, злий намір окремих осіб;
- інші причини, що ведуть до руйнування машин і зупинки виробництва.

Особливість даного страхування полягає в тому, що відшкодовують втрати, що виникли з вини окремих осіб.

Збитки підлягають відшкодуванню, якщо вони виникли в результаті випадкової помилки або ненавмисних дій осіб, які мали необхідну професійну підготовку для роботи з новою технікою або технологією. Якщо ж до керування сучасним технологічним устаткуванням були допущені непідготовлені працівники, то виникнення збитків не можна вважати непередбаченими обставинами.

Страхування технічних і технологічних ризиків не передбачає покриття збитків від пожеж, вибухів, стихійних лих, оскільки вони включені у відповідальність щодо страхування основних і обігових фондів підприємств (страхування від вогню). При страхуванні технологічних і технічних установок розрізняють часткові збитки й повну загибель. Частковим вважають такий збиток, при якому застраховані об'єкти ушкоджені й вартість відновлення не перевищує первісної вартості їхнього придбання й монтаж. У цьому випадку відшкодовують витрати, необхідні для того, щоб привести в робочий стан машини й устаткування.

Якщо вартість відновлення вище первісної (включаючи монтаж), то вважають, що відбулася повна загибель об'єкта. У цьому випадку відшкодовують його первісну вартість, а не витрати з відновлення. Страхування нових машин та інших технічних засобів, як правило, пов'язане з високоцінними об'єктами. Тому його слід проводити з певними мінімальними франшизами, надавши право власникові збільшити розмір франшизи при відповідному зниженні ставок платежів.

Розмір ставок страхових платежів доцільно встановлювати за видами технічного і технологічного устаткування. Для цього припустимо використання статистичних даних, але їх коректують із урахуванням загальних тенденцій зміни ризику при впровадженні нової техніки й технології, а також експертної прогностичної оцінки ризику за кожним об'єктом. При страхуванні непрямих втрат, викликаних руйнуванням технічного або технологічного устаткування, правомірне використання основних принципів страхування від збитків внаслідок перерв у виробництві, викладених вище. Страхування біржових і валютних ризиків може виступати як форма захисту інтересів і клієнтів самої біржі. Ці види страхування поки ще мало розвинені в нашій країні. Є лише окремі приклади висновку договорів страхування, пов'язаних з ризиком біржової діяльності. Разом з тим і закордонний досвід важко застосувати до нашого повною мірою, тому що наші біржі далекі від тих бірж, що існують у країнах з розвинутою ринковою економікою.

Оцінюючи можливість включення в систему біржових відносин, страховик повинен виходити з характеру контрактів, які переважають на біржах України. У цей час на них домінують наявні контракти, тобто здійснення угод купівлі-продажу з негайною оплатою й поставкою товару.

Тим часом підстави для страхування виникають, переважно, при укладанні ф'ючерсних угод, що не виключають ймовірність форсу-мажору.

Страхування валютних ризиків до певної міри має ті ж передумови, що й страхування біржових ризиків, але в більшій мірі обумовлене специфічними умовами зовнішньоекономічних зв'язків. Воно необхідне, насамперед, для відшкодування наступних можливих витрат:

- 1) витрат, пов'язаних з виробництвом експортної продукції, при відмові від неї закордонного імпортера за певними причинами;
- 2) збитків від платежу за поставлені товари й зроблені послуги у випадку погіршення фінансового становища, банкрутства іноземного партнера або внаслідок політичних подій у будь-якій з країн;
- 3) збитків від зміни курсу валюти платежу за період від укладення контракту до його виконання.

Слід зазначити, що в перших двох випадках мова йде про втрати для вітчизняного експортера, а в останньому випадку збитки можуть нести як експортери, так й імпортери. Експортер зазнає збитків при зниженні курсу валют, а імпортер — при підвищенні курсу.

Важливе значення має страхування інтересів інвесторів від ризиків, пов'язаних із заборонаю вивозу валютного прибутку від інвестицій та інших порушень прав закордонного інвестора через дію державних органів або політичних подій, таке страхування в сучасних умовах особливо актуально для залучення в нашу країну іноземних інвестицій, але його не можуть ігнорувати й вітчизняні бізнесмени, що вкладають гроші в закордонні об'єкти.

Названі види страхування можна розглядати як страхування експортних кредитів, хоча кожен з них має певні особливості.

Страхування експортних кредитів за кордоном здійснюється в основному державними організаціями: Департаментом гарантії експортних кредитів — у Великобританії, Компанією страхування вищої торгівлі — у Франції, підрозділом з страхування експортних кредитів, Державного страхового інституту — в Італії, що діють від імені держави, приватною компанією «ГермесГермес» — у Німеччині, Експорт- імпортним банком у США. Необхідна така спеціалізація й в Україні.

У захисті від валютних ризиків за кордоном велика роль банків, що здійснюють, так зване, хеджування. Хеджування, як форму страхового захисту застосовують при біржових ф'ючерсних угодах з різним товаром.

У широкому значенні захист від валютних ризиків включає використання й інших методів (уведення в контракт захисних застережень, прогнозування курсу різних валют і т.д.).

9.3. Страхування комерційних ризиків

Об'єктом страхування комерційних ризиків виступає комерційна діяльність страхувальника, що передбачає інвестування грошових та інших ресурсів у який-небудь вид виробництва робіт або послуг і одержання від цих вкладень через певний термін доходу.

Значення даного виду страхування дуже велике: природне прагнення підприємців заручитися захистом на випадок можливих втрат у своїй діяльності, що починається. Разом з тим це один із найскладніших видів страхування — як на стадії укладання договору, так і протягом усього періоду його дії.

Відповідальність страхової організації з страхування комерційних ризиків полягає у відшкодуванні страхувальникові втрат, що виникли внаслідок несприятливої непередбаченої зміни кон'юнктури ринку й погіршення інших умов здійснення комерційної діяльності. Страхову суму як межу відповідальності визначають за заявою страхувальника, але, звичайно, за згодою страхової організації. Можливі два варіанти встановлення страхової суми:

1) у межах капітальних вкладень страхувальника в застраховану операцію;

2) в обсязі капітальних витрат і певного (нормативного) прибутку, який повинен понести ці витрати.

Призначення страхування комерційних ризиків полягає в тому, щоб відшкодувати страхувальникові можливі втрати, якщо через певний період застраховані операції не дадуть передбаченої окупності. Страхове відшкодування визначають як різницю між страховою сумою й фактичними фінансовими результатами від застрахованої комерційної діяльності. Залежно від підходу до встановлення страхової суми змінюється зміст страхування: якщо відшкодовують витрати страхувальника, має місце страхування інвестицій; при відшкодуванні витрат страхувальника й нормативному прибутку в наявності страхування доходу (прибутку). Оскільки метою страхування є захист від можливих втрат інвестиційних вкладень, термін дії договору страхування обумовлений терміном окупності капітальних витрат. Загальні нормативні терміни окупності суттєво відрізняюся відповідно до діяльності, розміру підприємства (а, отже, і терміну його створення), організації його діяльності, місця розташування та інших факторів. Тому терміни договорів, очевидно, неминуче мають бути індивідуальними, хоча доцільна деяка їхня стандартизація. Слід підкреслити, що при визначенні терміну дії договору інтереси страховика й страхувальника тут проявляються інакше, ніж в інших видах майнового страхування.

Страхувальник, прагнучи до найшвидшої окупності своєї діяльності, об'єктивно зацікавлений у скороченні терміну страхування. Для страхової організації короткий термін дії договору підвищує ризик невиправданої виплати відшкодування, збільшення ж терміну робить окупність більш реальною, а отже, знижує ймовірність виникнення підлягаючих відшкодуванню збитків, хоча можуть діяти й інші фактори.

Особливість розглянутого страхування полягає й у тому, що виплата суми страхування проводиться в основному із закінченням терміну страхування, коли виявляються остаточні результати застрахованих комерційних операцій. В інших же видах страхування необхідність компенсації втрат може виникнути в будь-який момент дії договору страхування. Тому при

узгодженні терміну дії договору страхування слід виходити з науково обґрунтованих рекомендацій, аналізу вітчизняної й закордонної практики окупності інвестицій у різних сферах виробничої й невиробничої діяльності.

У принципі страхове відшкодування може виплачуватися й до закінчення договору страхування, коли в результаті яких-небудь подій глобального масштабу стає очевидною неможливість повернути вкладені кошти, а тим більше отримати прибуток. Про всі такі події необхідно негайно повідомляти, страхову організацію. Однак вплив більшості подій, пов'язаних з кон'юктурою ринку, піддається певному коректуванню, — несприятливі зміни можуть бути тимчасовими. Тому тільки при закінченні терміну страхування можна визначити результати комерційної діяльності й розміри відшкодувань, що підлягають виплаті.

Характер страхування комерційних ризиків обумовлює ряд неодмінних вимог до страхувальника. Він повинен мати дозволи, ліцензії або патенти, інші необхідні папери. У своїй письмовій заяві про страхування страхувальник зобов'язаний надати вичерпну інформацію про майбутню комерційну діяльність, очікувані від неї доходи і пов'язані з нею витрати, про укладені контракти, про всі обставини, що дозволяють оцінити рівень ризику.

При укладанні договору страхування необхідно передбачити обов'язок страхувальника повідомляти про всі відомі йому зміни у системі страхового ризику й не допускати дій, що збільшують цей ризик.

Як і в інших видах страхування, необхідно ввести деякі обмеження при прийомі на страхування й у визначенні страхової відповідальності.

Так, доцільно виключити із сфери страхування посередницьку діяльність, вкладення в азартні ігри, тоталізатори й т.п. Як правило, виключають зі страхової відповідальності збитки, обумовлені війною й військовими діями, рішеннями державних органів, політичними переворотами, зміною курсу валют, відмовою банку в кредитуванні підприємства та ін.

Не відшкодовують втрати, які виникли внаслідок навмисних дій страхувальника, його партнерів спрямованих на зрив застрахованої діяльності, порушення законодавства, зміну профілю комерційного підприємства, а також у результаті некваліфікованого керування ним. Втім, кожна страхова організація має право обмежувати або розширювати прийняті на свою відповідальність ризику. Страхування слід проводити із установленням певної франшизи (наприклад, 5%) і з наданням права страхувальникові збільшити її розмір. Доцільне обмеження й мінімальної суми відшкодування (наприклад до 80% збитку). Ставки внесків (тарифи) з страхування комерційних ризиків залежать від багатьох факторів: виду діяльності, терміну страхування, ступеня стабільності ринкових відносин і т.д. Для кожного підприємства

ризик індивідуальний, отже, треба залежно від можливості індивідуалізувати й терміни платежів. Тарифи даного страхування корелюють значною мірою зі ставками страхування кредитів, оскільки в обох випадках вони є під впливом ринкового механізму.

Поняття фінансового ризику тотожно поняттю комерційного ризику і являє собою ймовірність неотримання або втрати будь-якої грошової суми (фонду), у тому числі втрати прибутку й неплатежу (неповернення кредитів).

Прихильники іншої точки зору розглядають комерційні ризики як дуже широке поняття, включаючи в них ймовірність випадкових збитків при будь-якій комерційній (господарської) діяльності. У цьому випадку до страхування комерційних ризиків відносять ризикові види страхування, пов'язані з комерційною (господарською) діяльністю, і виключають із нього накопичувальні види страхування, страхування відповідальності (крім відповідальності товаровиробника) і страхування майна фізичних осіб.

Таким чином, можна виділити наступні види страхування, які покривають комерційні (господарські, підприємницькі) ризики:

- 1) усілякі види страхування майна юридичних осіб;
- 2) страхування від втрати прибутку (доходу) внаслідок зупинки виробництва (комерційної діяльності), тобто страхування непрямих збитків;
- 3) страхування відповідальності товаровиробників;
- 4) страхування недопоставки й не до продажу продукції;
- 5) страхування кредитів (ризик неповернення й відповідальності позичальника);
- 6) страхування від невиконання фінансових зобов'язань (фінансових гарантій);
- 7) страхування технічних ризиків (страхування будівельно-монтажних, експлуатаційних ризиків та ін.);
- 8) страхування працівників підприємств від розкрадання й витрат (гарантійне страхування).

Як слідує, страхування комерційних ризиків — це ті види страхування, про які повинен знати й пам'ятати кожен підприємець. Фінансові ризики є складовою частиною комерційних і пов'язані з ймовірністю втрат яких-небудь грошових сум (грошових фондів) або їх недоодержанням. Фінансовий ризик — це ймовірність настання збитку в результаті проведення яких-небудь операцій у фінансово-кредитній і біржовій сферах, здійснення операцій з фондовими цінностями, тобто, що впливає із природи цих операцій. До фінансових ризиків можна віднести ризик настання непрямого (побічного) фінансового збитку (неотримання або недоодержання прибутку)

у результаті настання страхової події — зупинки виробництва (торгівлі) через втрату, ушкодження застрахованого майна. Цей ризик загрожує, насамперед, виробничим підприємствам.

Фінансові ризики побічно пов'язані з майновим страхуванням і поширюються в основному на фінансово-кредитну й біржову сфери. При цьому є одне виключення: до фінансових ризиків можна віднести ризик неплатежу за споживчий кредит, де одним із суб'єктів страхування може бути фізична, а не юридична особа.

Існує багато пов'язаних з фінансово-кредитною сферою ризиків, котрі не можна повністю віднести до фінансових ризиків. Такі, наприклад, ризики збитків, викликані:

- шахрайством банківських службовців;
- прийняттям банком фальшивих грошових знаків;
- підrobкою або втратою різних цінних паперів;
- підrobкою чеків, векселів, касових ордерів;
- крадіжкою, знищенням або ушкодженням грошових знаків, що перебувають у приміщенні банку, дорогоцінних каменів, металів, цінних паперів, страхових полісів, бухгалтерських книг і т.д.

Названі ризики хоча й пов'язані з фінансово-кредитною сферою, відносяться швидше не до фінансових, а до майнових, але їх страхування має велике значення для комерційних банків і повинне одержати широке поширення.

Можна запропонувати наступну класифікацію фінансових ризиків:

- 1) страхування кредитів, у тому числі страхування:
 - ризику неповернення кредиту (страхувальник — банк);
 - відповідальності позичальника за неповернення (непогашення) кредиту (страхувальник — позичальник);
 - несвоєчасної сплати відсотків за кредит позичальникам;
 - споживчого кредиту (страхувальник — фізична особа);
 - комерційного кредиту (страхування векселів);
 - страхування депозитів (страхувальник — банк або вкладник);
- 2) страхування непрямих ризиків, у тому числі:
 - на випадок втрати прибутку (доходу);
 - додаткових витрат (як окремий вид страхування);
 - тимчасового прибутку, орендної плати й т.п.
- 3) страхування біржових ризиків, у тому числі:
 - ризиків неплатежу у комерційних справах;
 - комісійної винагороди брокерської фірми;
 - операцій із цінними паперами.

9.4. Керування ризиками в бізнесі

Керування й ризик — взаємозалежні компоненти економічної системи. Керування ризиком (ризик-менеджмент) полягає в прогнозуванні несприятливих подій і вживанні заходів, що попереджають негативні наслідки цих подій.

Система керування ризиком в бізнесі базується на класифікації ризиків. Насамперед ризики поділяють на зовнішні, не пов'язані безпосередньо з діяльністю самого підприємства, і внутрішні, породжені цією діяльністю.

В умовах перехідної економіки України зовнішні фактори являють собою вагомий компонент загального ризику в бізнесі. Цей вид ризиків включає наступні підвиди:

- політичні ризики;
- соціально-економічні ризики;
- екологічні ризики;
- науково-технічні ризики;
- транспортні;
- комерційні.

Політичні ризики пов'язані з можливими змінами курсу влади, зміною пріоритетів у її діяльності. Особливе значення вони набувають у країнах з непостійним законодавством, де не вироблені традиції й культура підприємництва.

Політичні ризики підрозділяють на чотири групи:

1) ризик націоналізації й експропріації без адекватного відшкодування — він має на увазі як експропріацію так і примусовий викуп владою майна компаній, так і просте обмеження доступу інвесторів до керування активами;

2) ризик трансферту — він пов'язаний з обмеженнями на конвертування місцевої валюти (прикладом може служити ситуація, коли підприємство працює рентабельно, одержуючи прибуток у місцевій валюті, але не в змозі перевести цей прибуток у валюту інвестора, для того щоб розрахуватися за кредит);

3) ризик розриву контракту через дії влади країни, у якій знаходиться компанія-контрагент, — сюди відносять ті випадки, коли не допомагають ні передбачені в договорі штрафні санкції, ні арбітраж; контракт розривається за незалежних від ділового партнера причин, наприклад у зв'язку зі зміною національного законодавства;

4) ризик військових дій або цивільних бездіянь — він здатний приректи підприємців на більші втрати й навіть банкрутство.

Соціально-економічні ризики обумовлені соціально-демографічною ситуацією в регіоні, станом споживчого ринку, рівнем інфляції, регіональними, галузевими й міжгалузевими відтворюваними потоками.

Екологічні ризики визначаються погодно-кліматичними умовами й характером промислового виробництва як джерела підвищеної небезпеки.

Науково-технічні ризики в першу чергу сполучені з тією погрозою економічної безпеки підприємства, яку несе в собі науково-технічний прогрес. Наприклад, відчутний удар по економічній безпеці здатне нанести освоєння конкурентами нових технологій, істотно знижує витрати, або випуск товару, який заміщає (скажемо, поява паперової й пластмасової тари замість скляної). Серед небезпек, зобов'язаних своєю появою науково-технічному прогресу, слід назвати промислове шпигунство.

Транспортні ризики обумовлені небезпеками, які виникають під час перевезення вантажів автомобільним, залізничним, морським і річковим транспортом.

Комерційні ризики відбивають небезпеку втрат, викликаних фінансово-господарською діяльністю, і містять у собі наступні групи ризиків:

1) майнові — ймовірність втрати майна в результаті стихійних нещасть, розкрадань, аварій і т.п.;

2) виробничі — ймовірність нанесення збитків від зупинки виробництва через загибель і ушкодження основних фондів, впровадження нової техніки й технологій;

3) відповідальності — ймовірність нанесення шкоди третім особам, навколишньому середовищу й співробітникам підприємства;

4) фінансові — ймовірність втрат фінансових ресурсів.

Оскільки процес виробництва являє собою сукупність основних, допоміжних і обслуговуючих процесів праці, у кожній із цих сфер проявляються свої специфічні фактори ризику.

Так, в основному виробництві одним з найпоширеніших факторів ризику є аварії, позапланові зупинки устаткування або призупинення технологічного циклу через змушене переналадження обладнання, порушення персоналом технологічної дисципліни і т.д. Розкрадання матеріальних цінностей і руйнування устаткування у формі безпричинного й схованого вандалізму загрожує фізичному майну й персоналу підприємства.

У сфері допоміжного виробництва можуть мати місце перебої енергопостачання, подовження тривалості ремонту устаткування, аварії допоміжних систем (вентиляції, систем тепло- і водопостачання та ін.), невідповідність інструментального господарства до освоєння нового виробу і т.д.

Обслуговування основного виробництва несе в собі такі ризики, як: збої в роботі служб, що забезпечують функціонування основного й допоміжного

виробництва; аварії або пожежі на складах; вихід з ладу обчислювальних потужностей у системі обробки інформації. Тут також виникає небезпека розкрадання, але не фізичного майна, а інтелектуального надбання підприємства (наприклад, небезпека недостатньої патентної захищеності продукції підприємства й технології її виготовлення, погроза промислового шпигунства).

Відтворювальна діяльність породжує ризики, пов'язані з інвестиційною активністю, набором, підготовкою й підвищенням кваліфікації кадрів.

У сфері обігу виникають ризики порушення підприємствами — суміжниками погоджених графіків поставки сировини й комплектуючих, банкрутства й самоліквідації контрагентів.

Керування підприємством відбувається на стратегічному й тактичному рівнях, ініціюючи відповідно до цього дві категорії ризиків:

1) стратегічні, у тому числі ризики:

- помилкового вибору або неадекватного формулювання цілей підприємства;
- невірної оцінки стратегічного потенціалу підприємства;
- розробки стратегічного плану на основі помилкового прогнозу розвитку зовнішнього економічного середовища;

2) тактичні, у тому числі ризики:

- викривлення або часткової втрати змістовної інформації при переході від стратегічного до тактичного планування;
- неякісного керування.

Крім того, існують оперативні ризики, що проявляються при практичній реалізації тактичних рішень.

Рішення будь-якого рівня випробовують на собі вплив як зовнішніх, так і внутрішніх факторів ризику. Однак вплив зовнішніх факторів на стратегічне рішення куди сильніше, ніж на тактичні й оперативні.

Виявлення й ідентифікація ризиків належить до найважливіших завдань сучасного економічного аналізу й керування діяльністю виробничого підприємства. Вирішувати це завдання покликаний ризик-менеджмент.

Керування ризиком виробничого підприємства містить у собі стратегічний і тактичний аспект.

Стратегія ризик-менеджменту базується на довгочасних цілях і оцінках невизначеності господарської ситуації, на довгостроковому прогнозуванні й плануванні, виробленні обґрунтованої концепції умов невизначеності, що дозволяє не допустити або зменшити несприятливий вплив на результати виробництва стохастичних факторів і в кінцевому результаті одержати підприємницький дохід.

Стратегія визначає тактику, тобто сукупність методів і прийомів, використаних у даній економічній ситуації для досягнення поставлених цілей.

Керування ризиком складається із чотирьох складових, які впливають один за одним: 1) ідентифікація (встановлення) ризику; 2) оцінка ризику; 3) запобігання (контроль) ризику; 4) фінансування ризику.

Ідентифікація ризику припускає виявлення джерел небезпек, що загрожують страхувальникові й здатні завдати шкоди його майновим інтересам (об'єкту страхування).

Вище ми вже відзначали, що за походженням прийнято виділяти природні, екологічні, політичні та інші ризики. Завдання ідентифікації небезпечних ситуацій і ризиків дуже важлива для успіху ризик-менеджменту. Страхіві компанії для їх рішення, як правило, залучають штатних і позаштатних експертів. Професійна експертиза дозволяє встановити склад ризиків, характер і силу їх впливу на кожен елемент окремо й на об'єкт у цілому.

Оцінка ризику зводиться до оцінки ймовірності (частоти) виникнення небезпеки, прогнозуванню ймовірних втрат і їх вартісному вираженню. При цьому використовують наступну шкалу (табл. 3).

Таблиця 3

Шкала оцінки ризику

Категорія ризику	Ймовірність ризику	Вплив ризику
5	Досить ймовірний	Катастрофічний
4	Ймовірний	Критичний
3	Ймовірний, але не дуже	Серйозний
2	Не виключений	Несуттєвий
1	Не ймовірний	Незначний

Метою кількісного і якісного аналізу ризиків служить узгодження страхувальником і страховиком обсягу страхового покриття й вироблення стратегії фінансування ризиків.

Звичайно кількісну оцінку ризиків одержують за допомогою методів математичної статистики, вибір яких залежить від сфери, галузі й виду підприємницької діяльності.

Запобігання (контроль) ризику має на увазі реалізацію комплексу організаційно-технічних заходів, що вживають із метою мінімізації збитку. До цих заходів прибігають як на стадії приймання ризику на страхування, так і протягом терміну дії договору страхування й у процесі врегулювання збитків у випадку настання страхової події. Запобігання ризику повинне носити характер повсякденної діяльності для обох сторін договору: і для страхувальника, і для страховика.

Визначені заходи страхувальник і страховик реалізують кожен окремо й за спільним планом.

Сукупність дій, що вживають, повинна порівнюватися з результатами, щоб, в остаточному підсумку, превентивні кроки окупили себе.

Витрати з контролю над ризиком, які несе страхова компанія, складаються із трьох складових:

1) витрат, безпосередньо пов'язаних з контролем над ризиком і його профілактикою;

2) неминучих збитків, які не можна ні передбачити, ні попередити, ні за яких умов;

3) адміністративних витрат на контроль.

Фінансування ризику полягає у виділенні засобів для самострахування, взаємного страхування й страхування з метою захисту майнових інтересів при настанні певних подій.

Фінансування ризику із грошових фондів, сформованих страховиками із внесків, що сплачуються страхувальниками (страхових премій), найбільше, переважно тому, що носить найменш витратний характер. Страхування ймовірних втрат не тільки служить надійним захистом, але й підвищує відповідальність керівників підприємств, примушуючи їх серйозно ставитися до розробки й прийняття поточних рішень, регулярно проводити превентивні заходи у відповідності зі страховим договором.

Однак фінансування ризиків через страхування не завжди прийнятно для підприємств. Зокрема, воно не пасує виробникам, що освоюють нові види продукції або нові технології. Справа в тому, що страхові компанії, не розголошуючи статистичні дані для актуарних розрахунків, неохоче страхують ці види ризиків.

Вибираючи спосіб зниження ризику, підприємець або менеджер повинен у першу чергу з'ясувати, чи може цей ризик бути предметом страхування чи ні. Якщо ризик не страхується, слід перейти до розгляду інших методів нейтралізації небезпеки.

Критерії страхового ризику впливають із сутності страхування як механізму, за допомогою якого клієнт відводить від себе фінансові наслідки ризику й переносить їх на страхову компанію, сплачуючи за це страхові премії.

Як ми вже відзначали, страхуванню підлягають тільки ті ризики, для яких можна виміряти розмір можливого збитку і ймовірність настання страхового випадку. При віднесенні ризику до страхового керуються наступними критеріями:

- ризик можливий;
- ризик носить випадковий характер;

- факт настання страхового випадку невідомий у часі й просторі;
- випадковий прояв ризику співвідноситься з однорідною сукупністю схожих ризиків, так що стосовно нього може бути застосований закон більших чисел;
- наслідок ризику об'єктивно вимірний, має фінансове (грошове) вираження (у вимірювану вартість ризику входить кілька основних показників, що характеризують наслідок ризику: людські страждання, фінансові збитки, упущені можливості, загублений час і т.п.);
- настання страхового випадку не перебуває в причинному зв'язку з діями страхувальника або іншої зацікавленої особи;
- ризик є чистим, тобто здатний лише нанести збиток;
- ризик за перевагою суб'єктивний, тобто носить особистий характер, як відносно джерела, так і наслідків;
- страхова подія не прийме розміри катастрофічного нещастя;
- страховий захист від ризику не суперечить суспільним інтересам.

Перераховані критерії не є чітко зафіксованими, але їх значення дуже велике.

Існування достатньо великого числа схожих (однорідних) ризиків дозволяє застосовувати теорію ймовірності й закон більших чисел. Коли це спостерігається, мова йде про нормальні ризики. Ризик, який нижче нормального, сприятливий для страховика й одержує покриття на звичайних умовах договору страхування. Ризик, який вище нормального, не завжди сприятливий для страховика, а тому вимагає введення в договір особливих умов і застосування додаткових методів оцінки ризику (до них прибігають при страхуванні великих ризиків, особливих ризиків і ризиків стихійних лих).

Очікування реалізації ризику вносить невизначеність у дії сторін договору страхування.

Страхувальник поставлений у стан невідомості в часі й просторі настання небезпеки. Тому він заздалегідь оплачує передбачення ризику.

Страховик професійно цікавиться ймовірністю настання страхової події стосовно всієї страхової сукупності. Головне завдання страховика полягає в тому, щоб бути постійно готовим протягом усього терміну дії договору страхування надати грошові кошти зі страхового фонду у відшкодування збитку при настанні страхового випадку. Отже, страховик піддає себе небезпеці тільки одного специфічного ризику — технічного ризику страховика, пов'язаного зі здійсненням дуже складної й багатогранної страхової діяльності.

Рекомендована література до лекції теми 9

а) основна:

1. *Вобльїй К. Г.* Основи економіки страхування: Учебное пособие / Вобльїй К. Г. — М.: Анкил, 2003. — 228 с.
2. *Економічні ризики*: Навчальний посібник. — Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. — 304 с.

б) додаткова:

1. *Александрова Т. Г.* Коммерческое страхование: Справочник / Александрова Т. Г., Мещерякова О. В. — М.: Институт новой экономики, 2006. — 254 с.
2. *Хохлов Н. В.* Управление риском: Учебное пособие / Хохлов Н. В. — М.: ЮНИТИ, 2001. — 239 с.

Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 9

1. Дати визначення страхового ризику.
2. Які ризики відносяться до тих, що страхуються?
3. Які ризики відносяться до тих, що не страхуються?
4. Що являє собою страхування збитків від перерви на виробництві?
5. Що являє собою страхування збитків від призупинки на виробництві?
6. Що являє собою страхування ризиків, що пов'язані із впровадженням нових технологій та техніки?
7. Які ризики виникають із впровадженням нової техніки та технології?
8. Від чого залежить зміст страхування?
9. З чим пов'язані політичні ризики?
10. Які групи ризиків пов'язані із комерційними ризиками?
11. Що включають в себе стратегічні ризики?
12. Що включають в себе тактичні ризики?

Тести для перевірки знань до лекції теми 9

1. Об'єктом страхування є:

- а) страхове явище;
- б) ризик;
- в) страхові відносини;
- г) економічні явища.

2. Страхові ризики — це:

- а) піддаються кількісному визначенню;
- б) фінансовому вимірюванню;
- в) підлягають страхуванню;

г) зміни ринкового середовища.

3. Не страхові ризики — це:

- а) форсмажорні обставини;
- б) оцінка яких неможлива;
- в) які ніхто не готовий прийняти на себе;
- г) глобальні зміни.

4. Чистий ризик — це:

- а) ймовірність несення збитків;
- б) стихійне лихо;
- в) аварійні події;
- г) порушення процесу виробництва.

5. Спекулятивний ризик — це:

- а) ймовірність отримання вигоди;
- б) вкладення в чисті папери;
- в) зміна ринкової кон'юнктури;
- г) невиконання контрактів.

6. Збиток від припинення виробництва складається з:

- а) витрат, що спричинені зупинкою виробництва;
- б) недоодержання прибутку;
- в) додаткових витрат на мінімізацію ризику;
- г) упущеної вигоди.

7. Нову техніку і технологію страхують від:

- а) помилок в конструкції машин;
- б) прихованих дефектів;
- в) помилок в обслуговуванні;
- г) руйнування машин.

8. Біржові ризики пов'язані з:

- а) укладенням біржових угод;
- б) біржовими відносинами;
- в) форс-мажорними обставинами;
- г) поставкою товару.

9. Валютні ризики пов'язані з:

- а) відмовою закупівлі експортного товару;
- б) коливанням курсу іноземної валюти;
- в) світовими політичними подіями;
- г) заборонаю вивозу валютного прибутку.

10. Об'єктом страхування комерційних ризиків є:

- а) комерційна діяльність страхувальника;
- б) інвестування грошових коштів у виробництво;
- в) несприятлива зміна кон'юнктури ринку;
- г) отримання доходу від інвестування.

11. Видами страхування, що покривають комерційні ризики є:

- а) страхування майна;
- б) страхування непрямих збитків;
- в) страхування відповідальності товаровиробників;
- г) страхування кредитів.

12. Зовнішні фактори ризику — це:

- а) політичні;
- б) науково-технічні;
- в) екологічні;
- г) людські.

13. Внутрішні фактори ризику — це:

- а) виробничі процеси;
- б) обслуговуючі процеси праці;
- в) позапланові зупинки виробництва;
- г) науково-технічні.

Ключові терміни і поняття до лекції теми 9

Біржові ризики

Валютні ризики

Внутрішні ризики

Зовнішні ризики

Ідентифікація ризику

Комерційний ризик

Підприємницький ризик

Ризик-менеджмент

Ризик у бізнесі

Страхування ризику



*Віднесись до всього по філософськи,
будь готовий до боротьби, перемоги та поразки
(Філософський постулат бізнесу)*

10. ДІЛОВА ЕТИКА В БІЗНЕСІ

Мета лекції — ознайомлення з принципами ділової моралі та етики в дотриманні ділових зобов'язань

План лекції

- 10.1. Етика в дотриманні ділових зобов'язань.
- 10.2. Використанні силового тиску в бізнесі.
- 10.3. Організація взаємовідносин із владою при веденні бізнесу.
- 10.4. Принципи ділової моралі.

Типове завдання діяльності бакалавра — оволодіння принципами ділової моралі та етики в дотриманні ділових зобов'язань.

Компетенції, якими повинен оволодіти студент:

- використовувати принципи ділової моралі;
- володіти етикою в дотриманні ділових зобов'язань.

10.1. Етика в дотриманні ділових зобов'язань

Ділова етика, як система норм поведінки й моральних цінностей, специфічних знань і навичок, що виробляються, накопичуються й відтворюються у процесі господарської діяльності, представляє найважливіший елемент економічної культури. Це модель ідеальної поведінки бізнесмена, загальнозначущі правила, які прокреслюють межу між тим, що оцінюється представниками ділового світу як норма, і тим, що вважається аномалією, як непристойність.

Багато дослідників бізнесу солідарні в тому, що культура вітчизняного бізнесу ще не сформована, але розходиться в етичній оцінці ділової практики, розділяючись на два табори. Представники першого табору переконані, що епоха «дикого ринку» змушує кожного бізнесмена займатися винятково проблемами власного виживання. Протилежна точка зору полягає в тому, що певні, нехай і недосконалі, принципи поведінки підприємців склалися, оскільки одержати більші прибутки нечесними засобами можна, а от втриматися в діловому середовищі людині з підмоченою репутацією не можна.

Соціологи досліджують три найважливіші аспекти ділових відносин, кожен з яких представляє сьогодні одну з найбільш складних і гострих проблем на шляху формування ділової етики:

- виконання діловими партнерами взаємних зобов'язань;
- застосування силових методів у ділових відносинах;
- взаємовідносини із владними структурами й корупція.

Порушення ділових зобов'язань це зрив поставок, недотримання умов договорів стало широко розповсюдженим явищем, за яким приховується як шахрайство, так і елементарна безладність. Правда, іноді втручаються зовнішні обставини. Дрібні бізнесмени бачать у недотриманні умов договорів одну з основних причин, що підривають фінансове становище їх підприємств і тягнуть за собою швидке банкрутство.

Найчастіше на зрив договорів посилаються керівники підприємств, діяльність яких зводиться до фінансової діяльності й консалтингу. Менш стурбовані цим бізнесмени, які зайняті в сфері промислового й сільськогосподарського виробництва, будівництва, транспорту, торгівлі.

Чим вище освітній і кваліфікаційний рівень бізнесмена, тим нестерпніше він ставиться до несумлінності партнерів, тим болючіше сприймає порушення норм ділової етики. Слід зазначити, що члени підприємницьких об'єднань і асоціацій рідше зустрічаються з порушенням ділових зобов'язань. Це вселяє надію, що консолідація підприємницьких рядів зростить більш відповідальне відношення до зобов'язань перед партнерами по бізнесу.

Оцінки дрібних підприємців збігаються з думкою керівників середніх і великих господарських структур і більш оптимістичні, ніж погляди представників владних структур і громадських об'єднань, половина яких переконана в неминучості зривів.

Таким чином, багато бізнесменів виявляються в ситуації роздвоєння етичної норми й змушені чинити не так, як можна було б, навіть у нинішніх, несприятливих умовах.

Ті, що вважають, що уникнути зривів можна, прогнозують ріст виробництва, чисельності зайнятих і масштабів інвестицій у секторі бізнесу. Вони також краще оцінюють фінансове становище своїх підприємств і менше побоюються банкрутства. Тому, оптимізм відносно етичних норм пов'язаних з успіхом, фінансовим процвітанням підприємства. Він, до речі, більше властивий молодим керівникам, ніж тим, хто встигнув «набити шишки».

Характерно, що власну необов'язковість бізнесмени легко виправдовують, апелюючи до зовнішніх об'єктивних обставин, а чужу схильні приписувати низьким моральним якостям — неорганізованості й неохайності.

10.2. Використання силового тиску в бізнесі

Перейдемо тепер до іншої сторони «ненормативної» ділової поведінки — застосування силових заходів, погрози вимагання.

Опитування суспільної думки п'яти останніх років показують, що злочинність посідає друге місце, уступаючи лише росту цін. Для бізнесу організоване насильство також стало вкрай болючою проблемою.

Понад чверть (26,2%) керівників малих підприємств заявляють, що вимагання й погрози практикуються часто, більше половини (57,1%) вважають їхнім нерідким явищем, і тільки 16,7% заперечують сам факт застосування силових заходів у малому бізнесі.

У період Перебудови велося чимало розмов про рекет у відношенні нових господарських структур. Сьогодні положення не змінилося, але відбулося зміщення акцентів: мова йде вже не про рекет, а про організовану охорону. І малі, і великі підприємства змушені шукати професійний захист, який надають, по-перше, представники офіційних правоохоронних органів (на комерційній основі), по-друге, офіційно зареєстровані приватні охоронні агентства, організовані найчастіше колишніми працівниками правоохоронних органів, і, нарешті, кримінальні угруповання, що забезпечують так званий дах. У результаті бізнесмени систематично оплачують послуги «своїх» охоронців і не платять «чужим».

Арсенал силових методів досить-таки широкий, і вони вбудовані як важлива частина в механізм контролю ділових зобов'язань. Професійні силові групи беруть найактивнішу участь у з'ясуванні відносин з несумлінними й необов'язковими партнерами й клієнтами, вибиванні боргів. Ціна послуг висока. За деякими відомостями, участь у конфлікті «братух» обходиться в половину суми, що повертається, а офіційно зареєстровані агентства вимагають від 15 до 40%.

Організоване насильство замінило собою тиск на партнерів через партійні органи в радянський час, стало своєрідною компенсацією за втрату адміністративного й правового захисту. Відсутність діючого законодавчого і судового регулювання привело до того, що силові методи вросли в тканину господарських відносин. Коли закон мовчить, а мораль сліпа, тих, що зарвалися, приводять до тями грубими і примітивними методами.

Загальновідомо, що частіше інших об'єктом вимагань стають фінансові й торгівельні структури, що мають справу з наявним грошовим оборотом. Опитування підтвердило, що фінансисти найбільше стурбовані даною проблемою, однак не виявило значного розриву в оцінках зайнятих у торгівлі й сфері послуг від думки основної маси підприємців.

Респонденти з високим освітнім рівнем частіше скаржаться на вимагання, але, ймовірно, не тому, що частіше з ним зустрічаються, а тому що болючіше реагують на насильство.

Державні діячі, що служать і, громадські організації більш песимістичні в оцінках, ніж підприємці.

На запитання про те, чи можна успішно господарювати без застосування погроз і силових заходів, більше половини опитаних відповіли ствердно, понад третину погодилися з деяким застереженням (можна, але із труднощами), і тільки 10% категорично заперечували подібну можливість.

Керівники малих підприємств дотримуються більш оптимістичного погляду на можливість відмови від насильства, чому великі підприємці, державні суспільні діячі, що служать і, особливо ті представники малого бізнесу, які прогнозують підйом у цьому секторі економіки і не побоюються масових банкрутств.

10.3. Організація взаємовідносин із владою при веденні бізнесу

Якщо зі сфери «горизонтальних» господарських відносин перейти до «вертикальних», то неминуче постане питання про корупцію й вимагання чиновників.

Бюрократія завжди займала п'яте-шосте місце в рейтингу найбільш гострих проблем малого бізнесу. У руках чиновників чимало важелів, що дозволяють впливати на підприємців. Ще не почавши діяти, бізнесмен потерпає від чималих труднощів через ускладнений порядок реєстрації підприємств, необхідності платити за кожен «папірець», труднощі в оформленні й т.п. На цьому його труднощі не закінчуються. Влада маніпулює ставками орендної плати й інших зборів. З'являються численні контролери, які влаштовують перевірки за найрізноманітнішими приводами. Словом, представники влади не раз доводили, що здатні зруйнувати будь-яке починання, причому в рекордно короткий термін.

Бюрократизм — діючий інструмент прямого вимагання оплати легальних, напівлегальних і нелегальних зборів. До перших відносяться податки й обов'язкові платежі. Напівлегальними можна вважати «добровільно-обов'язкові» відрахування на муніципальні потреби (благоустрій міста, ремонт будинків, інші потреби комунального господарства). Відрахування ці не передбачені законами, однак влада розраховує достатні можливості, щоб примусити бізнесмена до «доброчинності». Незаконні по суті дії чиновників переходять в законну, офіційну форму. Нарешті, підприємець змушений давати хабара.

На думку експертів, хабарництво — найпоширеніше із злочинних діянь у господарській сфері. Перебудова й ринкові реформи послабили адміністративний контроль, і масштаби корупції явно розширились. Розкриті й оприлюднені факти зловживання владою одиничні, однак непрямі відомості дозволяють припустити, що хабарі досягають небачених у радянський час розмірів.

Втім, не варто покладати провину тільки на чиновників і обділяти підприємців. В угоді беруть участь дві сторони. Бізнесмени нерідко використовують і досить цинічно, користолюбство можновладців, щоб одержати доступ до дешевих ресурсів, добитися пільг, звільнити себе від частини легальних платежів і «доброчинності».

Опитування показало, що більшості (9/10) керівників малих підприємств доводилося зустрічатися з вимаганням чиновників, у тому числі 40,7% вказали, що воно носить систематичний характер. Лише 9,4% підприємців не зустрічалися з хабарництвом. Ці оцінки близькі до даних опитування, але все-таки частота проявів вимагання трохи зростає (з 80% до 90%).

Керівникам середнього й великого бізнесу, очевидно, ще частіше доводиться мати справу з нечистими на руку чиновниками: більше половини (56%) вважають хабарництво повсякденним явищем.

Викривачами корупції виступають суспільні діячі, які всі як один переконані, що малий бізнес страждає від незаконних зборів. Щодо самих державних службовців, то вони вважають не акцентувати проблему. Звичайно, мало хто (лише кожний шостий) бере на себе сміливість стверджувати, що адміністративний механізм зовсім не торкнувся корупції, але більшість не бажає визнавати вимагання повсякденним фактом.

Найбільше від хабарництва страждають фінансисти, а також зайняті в сфері науки, консалтингу, торгівлі й транспорту, у меншій мірі — будівельні фірми.

Спостерігається цікавий зв'язок між тиском криміналу й чиновницьким гнітом, начебто це дві сторони однієї медалі, не даремно ж у побут увійшов вираз «бюрократичний і кримінальний рекет». Якщо вірити даним опитування, то виходить, що одна група підприємців живе в зоні насильства, а інша перебуває в згоді з усім світом.

Підприємці не мають райдужних надій у відношенні того, що можна з успіхом вести справи, не даючи хабарів. Подібних ідеалістів набралось всього 16,6%. Близько 42% вважають, що добитися цього можна із труднощами, і майже стільки ж (41,3%) не будують ніяких ілюзій. Таким чином, якщо ситуація з необов'язковістю ділових партнерів представляється бізнесменам хоч і несприятливою, але поправною, то в перемогу над корупцією ніхто не вірить, окрім самих чиновників.

10.4. Принципи ділової моралі

Найбільші західні експерти в області етики висувають наступні найважливіші вимоги ділової моралі:

- відповідальне відношення до прийнятих зобов'язань;
- забезпечення трудової, виконавчої й правової дисципліни не примусовими, а економічними методами — за рахунок формування колективу одностайних, згуртованого корпоративним духом;
- справедлива оплата праці персоналу, поділ зі співробітниками всіх труднощів, що випали на долю фірми;
- людяність, товарицькість, здатність прийти на допомогу співробітнику і його родині;
- підтримка ініціативи персоналу;
- відданість своїй справі;
- врахування інтересів суспільства.

Багато фірм зі світовим ім'ям нині замислюються про ділову культуру. Власники й менеджери поспішають оновити застарілі моральні цінності. Ще фахівці інституту Бателле стверджували, що на зміну дисципліні, ієрархії, владі й централізації приходять самовизначення, участь, колектив, орієнтація на потреби, творчість і децентралізація.

Підприємець, що започатковує свою справу заради того, щоб забезпечити існування, розбагатити, досягнувши цієї мети, нерідко працює вже заради самої справи, а не прибутків, які стають уособленням успіху, що звеличує людину в суспільстві. Підприємець може задатися високими цілями: дати заробітки населенню, забезпечити країну продуктами, звільнити її від економічної залежності.

Прагнення до успіху, як відзначав американський психолог Дж. Макклеланд, тісно пов'язане з економічним ростом суспільства. На стадії розвитку, на підйомі соціум заохочує пошуки нових способів застосування енергії, здібностей. Макклеланд стверджував, що зріст потреби в успіху, що відбиваються, наприклад, у настрої газетних публікацій, дозволяє прогнозувати економічний ріст.

Негативна мотивація згубна для будь-якого індивіда, а для бізнесмена особливо. Невдача з усіма її наслідками постійно рисується в думках; наростає страх; уся енергія йде на те, щоб уникнути невдачі, не понести збитків. Тому заради досягнення мети бізнесмен повинен настроїти себе на успіх, мислити позитивно.

Дейл Карнегі, найбільший психолог бізнесу, ґрунтуючись на загальнолюдських цінностях, придумав ряд чудових правил, що забезпечують успіх у справах.

- Дійте активно.
- Живіть сьогоденням.
- Не турбуйтеся про дріб'язки.
- Умійте зупинитися вчасно при здійсненні фінансових операцій.
- Рахуйте успіхи, а не свої нещастя.
- Будьте самі собою.
- Не витрачайте час на ворогів.

У книгах Карнегі можна знайти й рекомендації як правильно побудувати ділове спілкування.

- Посміхайтесь.
- Вибачайте.
- Слухайте з інтересом.
- Називайте людину по імені.
- Починайте з похвали достоїнств людини.
- Говоріть про свої помилки перш, ніж критикувати чужі.
- Не говоріть приказним тоном, радьте.
- Не зачіпайте чуже самолюбство.
- Заохочуйте.

Американці, які взагалі люблять створювати керівництво на всі випадки життя і учити близьких тому, як розбагатіти, або схуднути, або завоювати симпатії протилежної статі, розробили ще ряд рекомендацій, які можуть здатися прописними істинами, але саме тому, напевно, завжди спрацьовують.

Робіть усе вчасно, радять вони. І насправді, запізнення сприймаються навколишніми як перша ознака необов'язковості. На людину, яка запізнюється, не можна покластися. Запізнення на ділову зустріч може зірвати угоду. Якщо затримка неминуча, краще заздалегідь попередити партнера, щоб зберегти за собою репутацію надійного контрагента.

Думайте про інших, а не тільки про себе. Чим би не займався бізнесмен, інтерес до думки клієнтів дозволить йому досягти цілей. Треба поважати думку інших, намагатися зрозуміти їхню точку зору, прислухатися до критики і порад.

Одягайтеся, як прийнято. У бізнесі, як і скрізь, спрацьовує правило: зустрічають по одежі. Зовнішній вигляд і манери значною мірою визначають успіх.

Говоріть й пишіть гарною мовою. Підприємець повинен мати високу культуру мови, як усну, так і письмову.

Особливу увагу слід приділити правилам ділового етикету: представлення й знайомства, поведінки на переговорах, ділової переписки, телефонної розмови.

Основні норми ділового спілкування можуть бути закріплені в бізнес-кодексі фірми, який звичайно відбиває норми взаємодії з постачальниками, споживачами й суспільством у цілому.

Рекомендована література до лекції теми 10:

а) основна:

1. *Муравьев А. И.* Экономика и этика предпринимательства / Муравьев А. И., Локшина Э. Х., Старков Б. А. СПб.: СПбУЭФ, 1992. — 142 с.
2. *Вудкок М.* Раскрепощенный менеджер. Перев. с англ. / Вудкок М., Френске М.: Дело.1991. — 1193 с.

б) додаткова:

1. *Якокка Т.* Карьера менеджера. Пер. с англ. / Якокка Т.— Минск, Парадокс, 1996. — 243 с.
2. *Иванов М. И.* Как добиться успеха? Практические советы деловым людям / Иванов М. И., Исаенко А. Н., Колупаева С. Р. и др.— М.: Республика, 1992. — 510 с.

Питання до самостійної роботи щодо змісту лекції теми 10:

1. Що таке ділова етика?
2. Які аспекти ділових відносин є проблемними при формуванні ділової етики і чому?
3. До яких наслідків приводить порушення ділових зобов'язань?
4. До чого зводиться силовий тиск у бізнесі?
5. Охарактеризувати арсенал силових методів тиску в бізнесі?
6. Що таке бюрократія і на якій основі вона тримається?
7. Хабарництво та його сутність.
8. Корупція та її суть.
9. Вимоги ділової моралі в галузі етики бізнесу?
10. Правила Д. Корнегі, що забезпечують успіх у бізнесі.
11. Рекомендації Д. Корнегі до побудови ділового спілкування.

Тести до перевірки знань до лекції 10

1. Ділова етика — це:

- а) система норм поведінки;
- б) моральні цінності;
- в) загальнозначущі правила;
- г) елемент економічної культури.

2. До найважливіших аспектів ділових відносин відносяться:

- а) виконання діловими партнерами взаємних зобов'язань;
- б) застосування силових методів у ділових відносинах;
- в) взаємовідносини із владними структурами;
- г) корупція.

3. Силовий тиск в бізнесі — це:

- а) погрози вимагання;
- б) застосування силових заходів;
- в) механізм контролю ділових зобов'язань;
- г) відсутність діючого законодавства.

4. Бюрократизм — це:

- а) інструмент прямого вимагання оплати легальних грошових зборів;
- б) відрахування на муніципальні потреби;
- в) вимагання оплати податків;
- г) вимагання оплати обов'язкових платежів.

5. Хабарництво — це:

- а) механізм доступу до дешевих ресурсів;
- б) механізм пілґ бізнесу;
- в) вимагання чиновників плати за послуги;
- г) механізм звільнення підприємця від частини легальних платежів.

6. До вимог ділової моралі відносять:

- а) відданість своїй справі;
- б) відповідальне відношення до прийнятих зобов'язань;
- в) справедлива оплата праці персоналу;
- г) підтримка ініціативи персоналу.

Ключові терміни і поняття до лекції теми 10

Бюрократизм
Ділова етика
Ділова мораль
Корупція
Силовий тиск в бізнесі
Хабарництво



11. ЗБІРКА ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ ДО ЛЕКЦІЙНОГО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ З ДИСЦИПЛІНИ

1. Підприємство створюється згідно:

- а) рішення місцевих органів влади;
- б) власника майна;
- в) уповноваженої особи власника;
- г) рішення трудового колективу.

2. Статутний фонд підприємства може зростати за рахунок:

- а) прибутку підприємства;
- б) кредитів, одержаних підприємством;
- в) внесків держбюджетних організацій;
- г) дооцінки основних фондів.

3. Статутний фонд підприємства може зменшуватися за рахунок:

- а) рішення одного з його засновників;
- б) збитковості підприємницької діяльності;
- в) виходу одного з його засновників;
- г) рішення суду.

4. Діяльність підприємства може припинятися:

- а) згідно з рішенням одного з його засновників;
- б) згідно з рішенням всіх його учасників;
- в) на підставі рішення суду;
- г) по закінченню строку дії ліцензії або її анулювання.

5. Статутний фонд підприємства формується за рахунок:

- а) коштів власника;
- б) кредитних коштів;
- в) коштів інвестора;
- г) майна.

6. Величина статутного фонду підприємства може збільшуватися за рахунок:

- а) прибутку;
- б) собівартості;
- в) амортизаційних відрахувань;
- г) кредиту.

7. Величина статутного фонду підприємства може зменшуватися за рахунок:

- а) збитковості;
- б) ліквідності;
- в) рентабельності;
- г) прибутковості.

8. Статутний фонд акціонерного товариства формується шляхом реалізації:

- а) облігації;
- б) акцій;
- в) депозитів;
- г) кредитів.

9. Державна реєстрація підприємства здійснюється:

- а) виконавчим комітетом міської адміністрації;
- б) виконавчим комітетом міського виконкому;
- в) виконавчим комітетом районної адміністрації;
- г) виконавчим комітетом районної ради.

10. За формою власності підприємства підрозділяються на:

- а) приватні;
- б) регіональні;
- в) колективні;
- г) державні.

11. За формою організації підприємством може бути:

- а) одноосібне володіння;
- б) партнерство;
- в) фірма;
- г) корпорація.

12. За масштабом виробництва підприємства підрозділяються на:

- а) індивідуальні;
- б) місцеві;
- в) серійні;
- г) масові.

13. За сферою діяльності підприємства підрозділяються на:

- а) виробничі;
- б) комерційні;
- в) сільськогосподарські;
- г) посередницькі.

14. Виробничо-технологічна функція підприємства полягає в:

- а) забезпеченні процесу виробництва необхідними ресурсами;
- б) економії ресурсів;
- в) впровадженні новітніх технологій;
- г) збут продукції.

15. Економічна функція підприємства полягає в:

- а) розподілі доходу;
- б) організації праці;
- в) ціноутворенні;
- г) благодійній діяльності.

16. Соціальна функція підприємства полягає в:

- а) поліпшенні умов праці працюючих;
- б) оплаті праці працюючих;
- в) створенні сприятливого клімату в колективі;
- г) наданні матеріальної допомоги працюючим.

17. Види підприємств відповідно до Законодавства України:

- а) приватне;
- б) регіональне;
- в) комунальне;
- г) казенне.

18. Види господарських товариств відповідно до Законодавства України:

- а) приватне;
- б) акціонерне;
- в) повне;
- г) командитне

19. До моменту реєстрації товариства з обмеженою відповідальністю повинно бути внесено суми статутного фонду:

- а) 30%

- б) 50 %
- в) 75 %
- г) 100 %

20. За строками погашення кредити бувають:

- а) онкольні;
- б) пролонговані;
- в) прострочені;
- г) непокриті.

21. За характером виплати відсотка розрізняють кредити:

- а) з фіксованим відсотком;
- б) з плаваючим відсотком;
- в) з ступеневим відсотком;
- г) із змішаним відсотком.

22. За ступенем ризику кредити поділяють на

- а) субстандартні;
- б) стандартні;
- в) сумнівні;
- г) безнадійні.

23. Залежно від кількості кредиторів розрізняють кредити:

- а) консорціальні;
- б) ланцюгові;
- в) паралельні;
- г) змішані.

24. За методами надання розрізняють кредити:

- а) разові;
- б) револьверні;
- в) лімітні;
- г) гарантові.

25. Позичальник, фінансова діяльність якого дуже добре, фінансові показники в межах установлених значень, бездоганна кредитна історія відноситься до:

- а) класу Г;
- б) класу Б;

- в) класу А;
- г) класу В.

26. Позичальник, фінансова діяльність якого добра, але ймовірність підтримування її на цьому рівні протягом тривалого часу є низькою відноситься до:

- а) класу В;
- б) класу Б;
- в) класу Д;
- г) класу Г.

27. Позичальник, фінансова діяльність якого незадовільна, наявні збитки, показники не відповідають встановленим значенням, забезпечення кредиту є неліквідним відноситься до:

- а) класу Б
- б) класу А;
- в) класу Д;
- г) класу В.

28. Позичальник, фінансова діяльність якого незадовільна і потребує детального контролю, є ризик несвоєчасного повернення боргу в повній сумі і передбачені строки відноситься до:

- а) класу Г;
- б) класу В;
- в) класу Б;
- г) класу Д.

29. Позичальник, фінансова діяльність якого незадовільна, спостерігається її нестабільність протягом року, високий ризик значних збитків відноситься до:

- а) класу Д;
- б) класу Г;
- в) класу А;
- г) класу В.

30. Що відноситься до принципів банківського кредитування:

- а) платність;
- б) диференційованість;
- в) забезпеченість;
- г) зворотність.

31. Що відноситься до принципів банківського кредитування:

- а) платність;
- б) диференційованість;
- в) забезпеченість;
- г) зворотність.

32. Банкам забороняється здійснювати наступну діяльність:

- а) страхування комерційних ризиків;
- б) страхування валютних і кредитних ризиків;
- в) виготовляти матеріальні цінності;
- г) торгівля.

33. Експортно-імпорتنі операції здійснюються у таких режимах:

- а) імпорт;
- б) експорт;
- в) знищення;
- г) транзит.

34. Суб'єктом податкових правопорушень є:

- а) фізичні та юридичні особи;
- б) Міністерство фінансів;
- в) Міністерство внутрішніх справ;
- г) Державна податкова служба.

35. Об'єктом податкових правопорушень є:

- а) майно;
- б) додана вартість;
- в) земля;
- г) прибуток.

36. Учасниками арбітражного процесу є:

- а) суддя;
- б) слідчий
- в) прокурор;
- г) позивач.

37. Арбітражні витрати включають:

- а) мито;
- б) витрати на експертизу;

- в) зарплата судді;
- г) витрати на виклик свідка.

38. Що є головною умовою успіху у бізнесі відповідно до американської школи управління?

- а) максимізація прибутку;
- б) наявність зворотного зв'язку між керівниками та підлеглими;
- в) зменшення собівартості;
- г) підвищення долі ринку.

39. З яких складових складається успіх японської школи управління?

- а) вміння працювати з людьми;
- б) вміння терпіти негаразди;
- в) професійні вміння;
- г) вміння проявляти невдоволення.

40. Які категорії персоналу японських компаній повинні проходити перепідготовку?

- а) обслуговуючий персонал;
- б) управлінський персонал;
- в) технічні спеціалісти;
- г) виробничі працівники.

41. Основна заробітна плата складається із:

- а) тарифного заробітку;
- б) доплат за роботу в нічний час;
- в) регулярні премії;
- г) надбавки за ріст вартості життя.

42. Додаткова заробітна плата складається із:

- а) надбавки за якість продукції;
- б) надбавки за роботу в понаднормовий час;
- в) добровільно-патерналістська надбавка;
- г) надбавка за продуктивність праці.

43. Простий погодинний заробіток залежить від:

- а) категорії працюючих;
- б) фіксованого тарифу;
- в) обсягу виробленої продукції;
- г) тривалості відпрацьованого часу.

44. Преміальна система оплати праці визначається:

- а) продуктивністю праці;
- б) тривалістю відпрацьованого часу;
- в) обсягом виробленої продукції;
- г) фіксованим тарифом.

45. До первинних потреб мотивації людини відносяться:

- а) фізіологічні;
- б) самореалізації;
- в) потреба в пенсійному забезпеченні;
- г) потреба у повазі.

46. До соціальних потреб мотивації людини відносяться:

- а) потреба в любові;
- б) потреба в компетентності;
- в) потреба в самореалізації;
- г) потреба в мускульній активності.

47. До «гігієнічних» факторів мотивації відносять:

- а) умови праці;
- б) заробітна плата;
- в) взаємовідносини з адміністрацією;
- г) політика адміністрації.

48. До «мотиваційних» факторів мотивації відносять:

- а) інтерес до роботи;
- б) відповідальність;
- в) досягнення в роботі.

49. За характером керуючого впливу рішення в бізнесі поділяють на:

- а) директивні;
- б) традиційні;
- в) ситуаційні;
- г) випадкові.

50. До основних функцій економічних інформаційних систем відносять:

- а) збір і підготовка економічної інформації;
- б) розв'язання завдань економічного характеру;
- в) виконання розрахунків з економічних питань;
- г) мотивації ціноутворення.

51. Принципами побудови ефективних економічних інформаційних систем є:

- а) централізація;
- б) системність;
- в) комплексність;
- г) науковість.

52. Рівнями економічної інформації є:

- а) синтаксичний;
- б) семантичний;
- в) прагматичний;
- г) філософський.

53. Комерційні угоди розподіляються на:

- а) основні;
- б) посередницькі;
- в) бартерні;
- г) прямі.

54. Посередники при укладанні угод підрозділяються на:

- а) маклерів;
- б) агентів виробників;
- в) брокерів;
- г) торговців комісіонерів.

55. Демпінгова ціна — це ціна:

- а) суттєво нижча комерційної;
- б) нижча комерційної;
- в) більша комерційної;
- г) рівна комерційній.

56. Світова ціна — це ціна:

- а) інтернаціональна вартість товару;
- б) вільна вартість товару;
- в) випадкова вартість товару;
- г) субсидіювання товару.

57. Довідкова ціна — це ціна:

- а) товару визначеної кількості та якості товару;

- б) реалізації товару на ринку;
- в) базисна;
- г) регулярна.

58. Розрахункова ціна — це ціна:

- а) середньостатистична;
- б) індексна;
- в) товару на конкретну дату;
- г) широкого кола товарів.

59. Умови ІНКОТЕРМС групи Е — це:

- а) «франко-завод»;
- б) «франко-перевізник»;
- в) «франко-вздовж борту судна»;
- г) «франко-борт судна».

60. Умови ІНКОТЕРМС групи F — це:

- а) «франко-завод»;
- б) «франко-перевізник»;
- в) «франко-вздовж борту судна»;
- г) «франко-борт судна».

61. Умови ІНКОТЕРМС групи С — це:

- а) доставка та страхування оплачені до ...;
- б) доставка оплачена до...;
- в) вартість страхування і фрахт;
- г) вартість і фрахт.

62. Умови ІНКОТЕРМС групи D — це:

- а) поставлено закордон;
- б) поставлено з борту судна;
- в) поставлено з пристані)
- г) поставлено із сплатою мита.

63. Комерційна таємниця відповідає наступним ознакам:

- а) недоступна на законній підставі;
- б) володіє потенційною комерційною цінністю;
- в) має кодове відображення;
- г) охороняється за допомогою технічних заходів.

64. Неправомірним способом одержання інформації вважається:

- а) викрадення документів;
- б) підкуп при одержанні документів;
- в) пересилка документів;
- г) публікація документів.

65. Критерії визнання інформації комерційною таємницею:

- а) приховування відомостей не наносить збиток суспільству;
- б) відкрите використання пов'язане зі збитком для підприємства;
- в) має потребу в захисті;
- г) не є загальнодоступною на законних підставах.

66. Не можуть становити комерційну таємницю:

- а) відомості про власність;
- б) фінансові відомості;
- в) організаційні відомості;
- г) державні секрети.

67. Сигналами комп'ютерного шпигунства є:

- а) заміна комп'ютерів;
- б) перезапис баз даних без серйозних причин;
- в) фальшиві записи;
- г) заперечення персоналу контролю за записом даних.

68. Об'єктом страхування є:

- а) страхове явище;
- б) ризик;
- в) страхові відносини;
- г) економічні явища.

69. Страхові ризики — це:

- а) піддаються кількісному визначенню;
- б) фінансовому вимірюванню;
- в) підлягають страхуванню;
- г) зміни ринкового середовища.

70. Не страхові ризики — це:

- а) форсмажорні обставини;
- б) оцінка яких неможлива;

- в) які ніхто не готовий прийняти на себе;
- г) глобальні зміни.

71. Чистий ризик — це:

- а) ймовірність несення збитків;
- б) стихійне лихо;
- в) аварійні події;
- г) порушення процесу виробництва.

72. Спекулятивний ризик — це:

- а) ймовірність отримання вигоди;
- б) вкладення в чисті папери;
- в) зміна ринкової кон'юнктури;
- г) невиконання контрактів.

73. Збиток від припинення виробництва складається з:

- а) витрат, що спричинені зупинкою виробництва;
- б) недоодержання прибутку;
- в) додаткових витрат на мінімізацію ризику;
- г) упущеної вигоди.

74. Нову техніку і технологію страхують від:

- а) помилок в конструкції машин;
- б) прихованих дефектів;
- в) помилок в обслуговуванні;
- г) руйнування машин.

75. Біржові ризики пов'язані з:

- а) укладенням біржових угод;
- б) біржовими відносинами;
- в) форс-мажорними обставинами;
- г) поставкою товару.

76. Валютні ризики пов'язані з:

- а) відмовою закупівлі експортного товару;
- б) коливанням курсу іноземної валюти;
- в) світовими політичними подіями;
- г) заборонаю вивозу валютного прибутку.

77. Об'єктом страхування комерційних ризиків є:

- а) комерційна діяльність страхувальника;
- б) інвестування грошових коштів у виробництво;
- в) несприятлива зміна кон'юнктури ринку;
- г) отримання доходу від інвестування.

78. Видами страхування, що покривають комерційні ризики є:

- а) страхування майна;
- б) страхування непрямих збитків;
- в) страхування відповідальності товаровиробників;
- г) страхування кредитів.

79. Зовнішні фактори ризику — це:

- а) політичні;
- б) науково-технічні;
- в) екологічні;
- г) людські.

80. Внутрішні фактори ризику — це:

- а) виробничі процеси;
- б) обслуговуючі процеси праці;
- в) позапланові зупинки виробництва;
- г) науково-технічні.

81. Ділова етика — це:

- а) система норм поведінки;
- б) моральні цінності;
- в) загальнозначущі правила;
- г) елемент економічної культури.

82. До найважливіших аспектів ділових відносин відносяться:

- а) виконання діловими партнерами взаємних зобов'язань;
- б) застосування силових методів у ділових відносинах;
- в) взаємовідносини із владними структурами;
- г) корупція.

83. Силовий тиск в бізнесі — це:

- а) погрози вимагання;
- б) застосування силових заходів;

- в) механізм контролю ділових зобов'язань;
- г) відсутність діючого законодавства.

84. Бюрократизм — це:

- а) інструмент прямого вимагання оплати легальних грошових зборів;
- б) відрахування на муніципальні потреби;
- в) вимагання оплати податків;
- г) вимагання оплати обов'язкових платежів.

85. Хабарництво — це:

- а) механізм доступу до дешевих ресурсів;
- б) механізм пільг бізнесу;
- в) вимагання чиновників плати за послуги;
- г) механізм звільнення підприємця від частини легальних платежів.

86. До вимог ділової моралі відносять:

- а) відданість своїй справі;
- б) відповідальне відношення до прийнятих зобов'язань;
- в) справедлива оплата праці персоналу;
- г) підтримка ініціативи персоналу.



12. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ЛЕКЦІЙНОЇ МОДУЛЬНОЇ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

Оцінювання лекційних кредитно-модульних контрольних робіт базується на кредитному тестуванні, яке проводиться письмово або на комп'ютері. Кількість тестувань з дисципліни дорівнює кількості кредитів, що визначають трудомісткість дисципліни. На кожне кредитне тестування вносяться тести трьох або чотирьох ступенів складності (1, 2, 3, 4), в залежності від форми контролю (іспит або залік) за навчальним планом) (табл. 1).

Таблиця 1.

**Співвідношення завдань тестування в залежності
від ступеня та рівня складності**

Ступінь складності	Кількість завдань за рівнем складності		
	I (репродуктивний) рівень	II (алгоритмічний) рівень	III (творчий) рівень
1	8 (40%)	8 (40%)	4 (20%)
2	8 (40%)	10 (50%)	2 (10%)
3	8 (40%)	12 (60%)	—
4	12 (60%)	8 (40%)	—

Кожний тест має містити не менш, ніж 20 завдань різного рівня складності і розрахований на 2 академічні години (80 хв.).

До складу тестів входять завдання трьох рівнів:

I — ознайомчо-орієнтований рівень (ОО), який вимагає від студента вміння репродукувати основну інформацію з дисципліни;

II — понятійно-аналітичний рівень (ПА), який вимагає від студента вміння застосовувати отримані знання з дисципліни в стандартних ситуаціях;

III — продуктивно-синтетичний рівень (ПС), що вимагає від студента вміння працювати у нестандартних ситуаціях.

Тестова модульна контрольна робота вважається виконаною відповідно до обраного ступеню складності (1, 2, 3, 4), якщо виконано понад 50% завдань кожного рівня. У протилежному випадку (< 50%), вважається, що дана робота не виконана і студент повинен повторити спробу. Якщо студент вірно відповів на 75% тестових запитань, але завданнями III рівня складності не має 50% правильних відповідей, то викладач може виставити оцінку за кредит за нижчими ступенями складності завдання. Загальна кількість спроб виконати лекційну контрольну роботу для студента не перевищує трьох.

Оцінки результатів модульної контрольної роботи приведені у табл. 2.

Таблиця 2

Критерії оцінки результатів модульної контрольної роботи в залежності від ступеня та рівня складності завдання

Ступінь 1 (I – 8 зап.; II – 8 зап.; III – 4 зап.)			Ступінь 2 (I – 8 зап.; II – 10 зап.; III – 2 зап.)			Ступінь 3 (I – 8 зап.; II – 12 зап.)			Ступінь 4 (I – 12 зап.; II – 8 зап.)		
Рейтинг, бали	Оцінка за націон. шкалою	Оцінка ECTS	Рейтинг, бали	Оцінка за націон. шкалою	Оцінка ECTS	Рейтинг, бали	Оцінка за націон. шкалою	Оцінка ECTS	Рейтинг, бали	Оцінка за націон. шкалою	Оцінка ECTS
5,00	відмінно	A	4,49	добре	C	3,49	задовільно	E	2,99	зараховано	FX
4,99	відмінно	B	4,40	добре	C	3,45	задовільно	E	2,95	зараховано	FX
4,90	відмінно	B	4,30	добре	C	3,40	задовільно	E	2,90	зараховано	FX
4,85	відмінно	B	4,20	добре	C	3,35	задовільно	E	2,85	зараховано	FX
4,80	відмінно	B	4,00	добре	C	3,30	задовільно	E	2,80	зараховано	FX
4,75	відмінно	B	3,99	добре	D	3,25	задовільно	E	2,75	зараховано	FX
4,70	відмінно	B	3,90	добре	D	3,20	задовільно	E	2,70	зараховано	FX
4,65	відмінно	B	3,80	добре	D	3,15	задовільно	E	2,65	зараховано	FX
4,60	відмінно	B	3,70	добре	D	3,10	задовільно	E	2,60	зараховано	FX
4,55	відмінно	B	3,60	добре	D	3,05	задовільно	E	2,55	зараховано	FX
4,50	відмінно	B	3,50	добре	D	3,00	задовільно	E	2,50	зараховано	FX
	незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	F
	незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	F
	незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	F
	незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	F
	незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	F
	незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	F
	незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	F
	незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	F
	незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	F
	незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	F
	незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	FX		незадовільно	F

13. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДГОТОВКИ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ

13.1. Навчальні цілі індивідуального завдання та загальнонаукові компетенції студента при його написанні

Мета індивідуального завдання являє собою формування знань та умінь з дисципліни «Основи організації бізнесу» через виконання студентами завдань загальноекономічної діяльності на первинних засадах бакалавра, що направлені на самостійний аналіз правового середовища економічних явищ в суспільному житті.

Загальнонаукові компетенції студента при виконанні індивідуального завдання:

- понятійно-аналітичного рівня знань;
- загальноекономічного рівня студентів;
- уміння самостійно аналізувати інфраструктуру бізнесу;
- уміння узагальнювати суттєву економічну інформацію.

13.2. Тематика та завдання досліджень в індивідуальних завданнях

Тематика індивідуальних завдань відповідає навчальній програмі дисципліни «Основи організації бізнесу» та визначаються предметом і завданням досліджень.

Пропонуються наступні теми індивідуальних робіт:

Тема 1. Мотиви та функції бізнесу

Предмет дослідження — науково-методологічні та прикладні засади високоефективної діяльності в суспільстві.

Завдання:

- створення мотивації в суспільстві;
- стимулювання творчої активності;
- поява підприємницького ризику;
- функції бізнесу.

Загальноекономічні вміння студента — самостійно аналізувати економічні явища в суспільстві, висловлювати своє ставлення до них.

Тема 2. Правовий статус бізнесу

Предмет дослідження — прикладні засади стосунків в бізнесі.

Завдання:

- права підприємця;
- обов'язки підприємця;
- державні гарантії свободи в бізнесі;
- додержання договірних обов'язків.

Загальноекономічні вміння студента — самостійно аналізувати нормативно-правові документи, що регламентують діяльність в бізнесі.

Тема 3. Пошук підприємницької ідеї

Предмет дослідження — теоретико-методологічні засади функціонування ринку товарів та послуг.

Завдання:

- зовнішнє середовище бізнесу;
- ресурси бізнесу;
- стартовий капітал;
- ризик в бізнесі.

Загальноекономічні вміння студента — прогнозування змін в ринковому середовищі та результатів від них.

Тема 4. Економічне обґрунтування бізнес-ідеї

Предмет дослідження — прикладні засади планування підприємницької діяльності.

Завдання:

- маркетингові дослідження;
- організація використання ресурсів в бізнесі;
- ризик та страхування;
- стратегія планування та фінансування.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування показників ефективності організації бізнесу.

Тема 5. Вибір організаційно-правової форми організації бізнесу

Предмет дослідження — організаційно-правова форма підприємницької діяльності.

Завдання:

- одноосібне володіння та його характеристика;
- господарські товариства та умови їх функціонування;
- виробничі кооперативи та їх особливості;
- некомерційні організації та їх напрямки діяльності.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування організаційно-правової форми бізнесу.

Тема 6. Підприємства із закордонними інвестиціями

Предмет дослідження — прикладні засади міжнародних економічних стосунків.

Завдання:

- права закордонних інвесторів;
- порядок заснування підприємства із закордонними інвестиціями;
- вплив закордонних інвесторів на національну економіку;
- інвестиційний клімат.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування тенденцій розвитку іноземного інвестування в національну економіку.

Тема 7. Малий бізнес

Предмет дослідження — прикладні засади розвитку малого бізнесу в національній економіці.

Завдання:

- місце малого бізнесу в національній економіці;
- становлення малого бізнесу в Україні;
- державна підтримка малого бізнесу;
- перепони на шляху розвитку малого бізнесу в Україні.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування тенденцій розвитку малого бізнесу.

Тема 8. Франчайзинг у бізнесі

Предмет дослідження — партнерські відносини у бізнесі.

Завдання:

- історія розвитку франчайзингу;
- принципи та види франчайзингу;
- переваги та недоліки франчайзингу;
- зміст договору про франчайзинг.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування ефективності партнерських відносин у бізнесі.

Тема 9. Ліцензування діяльності в бізнесі

Предмет дослідження — прикладні засади функціонування бізнесу.

Завдання:

- суть ліцензування діяльності у бізнесі;

- відмова в ліцензуванні;
- припинення дії та переоформлення ліцензії;
- реєстрація ліцензії.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування легалізації діяльності в бізнесі.

Тема 10. Роль банківської системи в розвитку бізнесу

Предмет дослідження — прикладні засади функціонування бізнесу.

Завдання:

- банківська система та її складові;
- емісійні банки та їх функції;
- комерційні банки та їх функції;
- державне регулювання банківської діяльності.

Загальноекономічні вміння студента — аналіз банківської системи як складової інфраструктури бізнесу.

Тема 11. Роль бірж у розвитку бізнесу

Предмет дослідження — прикладні засади функціонування бізнесу.

Завдання:

- походження бірж та їх види;
- товарні біржі та їх функції;
- фондові біржі та їх функції;
- механізми біржової торгівлі.

Загальноекономічні вміння студента — аналіз біржової діяльності як складової інфраструктури бізнесу.

Тема 12. Роль аудиту в розвитку бізнесу

Предмет дослідження — прикладні засади контролю за діяльністю у бізнесі.

Завдання:

- визначення та основні функції аудиту;
- права та обов'язки аудиторів;
- взаємодія аудиторів з клієнтами;
- основні об'єкти та методи аудиту.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування контролю за діяльністю у бізнесі.

Тема 13. Роль митної системи в зовнішньоекономічних операціях бізнесу

Предмет дослідження — прикладні засади контролю за зовнішньоекономічними операціями в бізнесі.

Завдання:

- визначення та функції митниці;
- митні платежі;
- митні режими;
- митні правопорушення.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування митного контролю за зовнішньоекономічними операціями в бізнесі.

Тема 14. Роль податкової системи у розвитку бізнесу

Предмет дослідження — прикладні засади оподаткування бізнесу.

Завдання:

- суть податкової системи та її функції;
- податкова система України;
- відносини платника податку з податковими органами;
- податкові правопорушення.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування податкового контролю за діяльністю в бізнесі.

Тема 15. Вирішення суперечок в бізнесі

Предмет дослідження — прикладні засади правового регулювання суперечок в бізнесі.

Завдання:

- система господарського судочинства;
- процес вирішення суперечок через систему господарського судочинства;
- пред'явлення позову, підготовка та розгляд судової справи;
- вирішення суперечок з участю підприємств із іноземними інвестиціями та іноземними юридичними особами.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування правового вирішення суперечок в бізнесі.

Тема 16. Організація управління бізнесом

Предмет дослідження — форми управління бізнесом.

Завдання:

- визначення менеджменту, функції та завдання менеджерів;
- механізми та принципи управління бізнесом;
- розподіл повноважень в управлінні бізнесом;
- організаційні структури управління бізнесом.

Загальноекономічні вміння студента обґрунтування процесу управління бізнесом.

Тема 17. Інформаційне забезпечення в бізнесі

Предмет дослідження — інформаційний ресурс бізнесу.

Завдання:

- склад та обсяг ділової інформації;
- особливості ринку інформації;
- банки інформації;
- інформаційні системи в бізнесі.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування інформаційного забезпечення бізнесу.

Тема 18. Комерційна таємниця та її зміст

Предмет дослідження — організаційно-правові засади формування таємниці в інформаційному забезпеченні бізнесу.

Завдання:

- поняття та режим комерційної таємниці;
- критерії визнання інформації комерційною таємницею;
- система заходів з охорони комерційної таємниці;
- відповідальність за розголошення відомостей комерційної таємниці.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування процесу визнання та охорони відомостей, що складають комерційну таємницю в бізнесі.

Тема 19. Комерційна угода в бізнесі

Предмет дослідження — правові засади формування договірних відносин в бізнесі.

Завдання:

- визначення та види комерційних угод;
- етапи укладання угод;
- зміст контракту купівлі-продажу;
- посередники при укладанні комерційних угод.

Загальноекономічні вміння студента — формування комерційної угоди.

Тема 20. Управління персоналом в бізнесі

Предмет дослідження — методи та принципи роботи з персоналом в бізнесі.

Завдання:

- основні принципи роботи з персоналом;
- система зв'язків з громадськістю;

- матеріальне стимулювання праці;
- моральне стимулювання праці.

Загальноекономічні вміння студента – аналіз процесом управління персоналом в бізнесі.

Тема 21. Ділова етика у бізнесі

Предмет дослідження – методи та форми взаємозв'язків у бізнесі.

Завдання:

- ділова етика як елемент корпоративної культури;
- дотримання ділових зобов'язань;
- застосування силового тиску;
- принципи ділової моралі.

Загальноекономічні вміння студента – узагальнення методів взаємозв'язків у бізнесі.

Тема 22. Фінансування бізнесу

Предмет дослідження – прикладні засади розвитку фінансового ринку.

Завдання:

- визначення фінансового ринку та кредитування;
- фінансові компанії;
- інвестиційні інститути;
- фінансово-промислові групи.

Загальноекономічні вміння студента – узагальнення тенденцій розвитку фінансового ринку.

Тема 23. Страхування бізнесу

Предмет дослідження – прикладні засади розвитку страхового ринку.

Завдання:

- суть страхування та його види;
- особисте страхування;
- страхування майна;
- страхування відповідальності.

Загальноекономічні вміння студента – узагальнення форм страхування бізнесу.

Тема 24. Страхування підприємницьких ринків

Предмет дослідження – прикладні засади страхування відносин у бізнесі.

Завдання:

- визначення страхового ризику та класифікація;
- страхування процесів виробництва;
- страхування від змін ринкової кон'юнктури;
- страховий ринок в Україні.

Загальноекономічні вміння студента – узагальнення процесів страхування у бізнесі.

Тема 25. Управління ризиком у бізнесі

Предмет дослідження – прикладні засади управління ризиком у бізнесі.

Завдання:

- зовнішні та внутрішні фактори ризику;
- встановлення та оцінка ризику;
- контроль ризику;
- фінансування ризику.

Загальноекономічні вміння студента – обґрунтування та оцінка ризику у бізнесі.

Тема 26. Ринок нерухомості

Предмет дослідження – тенденції функціонування ринку нерухомості.

Завдання:

- визначення нерухомості та її ринок;
- класифікація об'єктів нерухомості;
- суб'єкти ринку нерухомості;
- тенденції розвитку ринку нерухомості в Україні.

Загальноекономічні вміння студента – узагальнення тенденцій функціонування ринку нерухомості.

Тема 27. Операції з нерухомістю в бізнесі

Предмет дослідження – організаційно-правові засади операцій з нерухомістю.

Завдання:

- права та обов'язки власників нерухомості;
- угоди з нерухомістю;
- купівля-продаж нерухомості;
- оренда нерухомості.

Загальноекономічні вміння студента – економіко-правове обґрунтування операцій з нерухомістю.

Тема 28. Генерація ідей та інноваційна діяльність в бізнесі

Предмет дослідження — методи генерації ідей та інноваційної діяльності.

Завдання:

- формальні методи генерації ідей;
- кон'юнктурні дослідження ідей;
- визначення інноваційної діяльності та види інновацій;
- планування інноваційної діяльності.

Загальноекономічні вміння студента — розробка плану інноваційної діяльності.

Тема 29. Організація та управління інноваційною діяльністю

Предмет дослідження — форми організації та управління інноваційною діяльністю.

Завдання:

- основні канали впровадження нововведень та принципи організації інноваційної діяльності;
- організація й управління технопарками;
- гнучкі структури організації інноваційної діяльності;
- державна підтримка інновацій.

Загальноекономічні вміння студента — обґрунтування форм організації та управління інноваційною діяльністю.

Тема 30. Фінансування, стимулювання та ефективність інноваційної діяльності

Предмет дослідження — ресурси та результати інноваційної діяльності.

Завдання:

- фінансування інноваційної діяльності;
- стимулювання інноваційної діяльності;
- потенціал інновацій;
- економічна ефективність впровадження інновацій.

Загальноекономічні вміння студента — оцінка джерел фінансування та оцінка економічної ефективності інновацій.

13.3. Перелік питань, що виносяться на захист індивідуальних завдань

1. Які питання являються провідними у виборі бізнесу?

2. В чому полягає пошук ідей бізнесу?
3. Які питання та показники ринкових відносин впливають на бізнес?
4. В чому полягають техніко-економічні розрахунки при виборі бізнесу?
5. Що таке бізнес-план, та його основні розділи?
6. В чому полягають маркетингові дослідження в бізнесі?
7. Що таке товарна політика в бізнесі та її складові частини?
8. В чому визначається конкурентноздатність продукції, та чим вона визначається?
9. Які умови визначають виробничо-ресурсний потенціал бізнесу?
10. Що таке організаційний план бізнес-плану та що він вивчає?
11. Які ризики притаманні бізнесу та як їх страхують?
12. Фінансовий план бізнес-плану та які питання він охоплює.
13. Основні організаційно правові форми бізнесу та їх стисла характеристика.
14. Характеристика повного товариства.
15. Характеристика командного товариства.
16. Характеристика товариства з повною відповідальністю.
17. Характеристика товариства з додатковою відповідальністю.
18. Характеристика акціонерних товариств та їх види.
19. Характеристика виробничих кооперативів.
20. Характеристика державних, муніципальних та унітарних товариств.
21. Характеристика некомерційних організацій.
22. Порядок реєстрації підприємств.
23. Організація ліцензування бізнесу (діяльності).
24. Основні елементи інфраструктури бізнесу.
25. Банківське обслуговування бізнесу.
26. Комерційні банки та їх роль в розвитку бізнесу.
27. Емісійні банки та їх роль у розвитку економіки бізнесу.
28. Банківська система України.
29. Операції банків в розвитку у бізнесі.
30. Біржі, їх види та роль у визначенні відносин в бізнесі.
31. Фондові біржі та їх роль у розвитку фондових операцій в бізнесі.
32. Товарні біржі та їх роль у розвитку товарних відносин в бізнесі.
33. Визначення та основні функції аудиту в бізнесі.
34. Основні об'єкти та етапи перевірки бізнесу. Що визначає аудиторський висновок?
35. Взаємодії аудиторської фірми з клієнтами бізнесу.
36. Аудит грошових потоків у бізнесі.
37. Аудит безготівкових грошових потоків у бізнесі.

38. Аудит цінних паперів.
39. Визначення та функції митниці у бізнесі.
40. Що визначають митні платежі.
41. Митні режими в бізнесі.
42. Митні правопорушення в бізнесі.
43. Використання складів в митних операціях.
44. Основні принципи оподаткування та економічного регулювання в бізнесі.
45. Податкова система України.
46. Права та обов'язки платників податків.
47. Права та обов'язки податкових органів.
48. Податкові правопорушення в бізнесі.
49. Система арбітражних судів і обслуговування бізнесу.
50. Арбітражні витрати та процесуальні терміни.
51. Пред'явлення позову та підготовка до розгляду справи.
52. Визначення та види комерційних угод.
53. Посередники при укладенні угод.
54. Етапи укладення угод.
55. Зміст контракту купівлі-продажу.
56. Визначення комерційної таємниці та її признаки.
57. Характеристика режиму комерційної таємниці.
58. Критерії признання інформації комерційною таємницею.
59. Система охорони комерційної таємниці.
60. Ділова етика в бізнесі та її характеристика.
61. Дотримання ділових обов'язків.
62. Використання силового тиску в бізнесі.
63. Взаємовідносини бізнесу і влади.
64. Бізнес-кодекси та їх характеристика.
65. Принципи ділової моралі.
66. Характеристика підприємницьких ризиків.
67. Класифікація підприємницьких ризиків.
68. Страхування від перерв у роботі.
69. Страхування ризиків нової техніки та технології.
70. Страхування біржових ризиків.
71. Страхування валютних ризиків.
72. Страхування комерційних ризиків.
73. Ризик-менеджмент у бізнесі.
74. Ідентифікація та оцінка ризику.

13.4. Організація виконання індивідуального завдання

Реферат виконується студентом самостійно під керівництвом викладача. Захист реферату здійснюється в процесі презентації його основних положень на семінарі або при співбесіді з викладачем. Відповідальність за організацію підготовки рефератів несе кафедра, яка зобов'язана створити відповідні умови для їх виконання та захисту, методичне та інформаційне забезпечення.

Студент при виконанні реферату повинен:

- обрати та узгодити з викладачем тему;
- отримати завдання;
- самостійно підготувати реферат, спираючись на методичне та інформаційне забезпечення;
- відвідувати консультації;
- сприймати зауваження та оперативно виконувати методичні вказівки керівника;
- подати реферат на перевірку керівнику;
- презентувати основні положення реферату на семінарі.

Викладач повинен:

- видати тему та завдання на реферат з визначенням термінів виконання;
- керівництва підготовкою реферату;
- скласти та дотримуватись графіка консультацій;
- перевірити та оцінити якість реферату;
- провести підготовку студента до презентації реферату на семінарі.

Завідувач кафедри повинен:

- організувати методичне та інформаційне забезпечення виконання рефератів;
- контролювати виконання графіку консультацій викладачів кафедри;
- розглядати на засіданнях кафедри стан підготовки рефератів;
- вирішувати спірні питання, що виникають між викладачем і студентом.

13.5. Структура індивідуального завдання та вимоги до його складових

Структура індивідуального завдання

Вступна частина:

- титульний аркуш;

– зміст;

– вступ.

Основна частина:

– розділи індивідуального завдання;

– висновки;

– перелік посилань.

Зміст розташовують з нової сторінки. До змісту включають: послідовно перелічені назви пунктів та підпунктів (див. п.2), перелік посилань, додатки тощо і номери сторінок, які містять початок матеріалу.

Вступ розташовують з нової сторінки. Вступ містить обґрунтування практичної та теоретичної актуальності проблеми, призначеної для вивчення. У вступі необхідно сформулювати основні питання дослідження та цілі й завдання, які впливають з нього.

Основна частина реферату складається із завдання, виконання якого охоплює наступні етапи: пошук джерел інформації на обрану тему; складання плану реферату; опрацювання джерел інформації; написання реферату.

Пошук джерел інформації варто починати із загального ознайомлення з темою шляхом перегляду відповідного розділу навчального посібника. Крім цього, до написання реферату можна залучити першоджерела електронних ресурсів інформації.

– Національна бібліотека України імені Вернадського – <http://www.nbuv.gov.ua/>;

– Національна парламентська бібліотека України – <http://www.nplu.kiev.ua/>;

– Наукова бібліотека НаУКМА – <http://www.library.ukma.kiev.ua/>;

– Енциклопедія – <http://www.e-atlas.com.ua/>;

– Російська національна бібліотека – <http://www.nir.ru:8101/>.

Складання плану реферату відбувається на основі одержаних уявлень про стан питання згідно теми реферату, який повинен відповідати завданню досліджень. План реферату уточнюється протягом терміну роботи над рефератом. Остаточний варіант трансформується у зміст реферату.

Опрацювання джерел інформації виконується з обов'язковим цитуванням ключових моментів і принципів положень та посиланням на використані бібліографічні джерела. При опрацюванні джерел інформації можуть виникнути власні думки, узагальнення, доповнення, які необхідно включати в реферат із відповідною позначкою.

Написання реферату пов'язано з наповненням його текстом, при написанні якого опрацювати спеціальні теми, властиві даній науці, уникаючи незвичних понять та складних граматичних зворотів. Основна вимога до тексту – це його структурованість, лаконізм, логічна послідовність викладу

матеріалу, ясність та чіткість мови, відсутність складних зворотів і граматичних помилок. До тексту реферату включати схеми і таблиці, якщо вони допомагають зрозуміти основний зміст та скорочують обсяг реферату.

Висновки підсумовують вирішення завдань дослідження у рефераті та мають відповідати цим завданням.

Перелік посилань починається з нової сторінки. Бібліографічні описи в переліку посилань подають в порядку, за яким вперше згадуються в тексті реферату.

Додатки вміщують матеріал, який є необхідним для повноти викладу змісту реферату. Цей матеріал розміщують в кінці реферату.

13.6. Критерії оцінювання індивідуального завдання

Індивідуальне завдання з дисципліни «Основи організації бізнесу» оцінюється шляхом визначення середньоарифметичного балу за обґрунтованість результатів вирішення завдання і захист. В оцінюванні обґрунтованості результатів можна використовувати наступні критерії: відповідність висновків завдання одержаним результатам; логічність вирішення завдання; практична обґрунтованість висновків з кожного завдання; відповідність вимогам до оформлення результатів кожного завдання; самостійність вирішення.

Кожен критерій оцінюється в один бал, відповідність розрахунків завдання зазначеним критеріям дозволяє оцінити його найвищою оцінкою «відмінно». Відсутність тієї чи іншої складової знижує оцінку на відповідну кількість балів.

Захист розрахункового індивідуального завдання здійснюється на практичному занятті на 9 неділі чверті. Оцінювання знань, продемонстрованих під час захисту роботи, проводиться з урахуванням таких критеріїв:

- розуміння поставленого завдання, ступінь засвоєння методології його вирішення;
- ступінь засвоєння фактичного матеріалу дисципліни;
- поінформованість в літературі стосовно питань, які виносяться на захист;
- поєднання теорії і практики при розгляді виробничих ситуацій, що пов'язані із завданням та тематикою дисципліни;
- уміння захищати свою позицію та робити висновки на основі набутих знань із дисципліни.

Оцінка «відмінно» може бути отримана студентом-виконавцем за відповідність одержаних результатів та її захисту зазначеним критеріям.

13.7. Список літератури до виконання індивідуального завдання

Рекомендовані джерела інформації для написання індивідуального завдання:

1. *Муравьев А. И., Игнатьев А. М., Крутик Л. Б.* «Предпринимательство». Учебник.— СПб.: Изд. «Лань», 2001.— 696 с.

2. *Бусыгин А. В.* «Предпринимательство». Учебник.— М.: Дело, 2001.— 638 с.

3. *Подсолонко В. А., Процай А. Ф., Миронова В. С.* «Підприємництво». Навчальний посібник.— К.: Центр навчальної літератури, 2003.— 636 с.

4. *Варналій З. С.* «Основи підприємництва». Навчальний посібник. 3-ге вид., випр. і доп.— К.: Знання, 2006.— 350 с.

5. *Захарчин Г. М.* «Основи підприємництва». Навчальний посібник.— К.: Знання, 2008.— 437 с.

6. *Цигилин І. І., Паневник Т. М., Криховецька З. М.* «Основи підприємства». Навчальний посібник.— К.: ЦНЛ, 2005.— 240 с.

7. *Сизоненко В. О.* «Підприємництво». Підручник.— К.: Вікар, 1999.— 435 с.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Анатолій Миколайович **Мельников**
Ольга Анатоліївна **Коваленко**
Наталія Борисівна **Пундяк**

ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Під загальною редакцією
кандидата технічних наук, доцента
А. М. Мельникова

Оригінал-макет підготовлено
ТОВ «Центр учбової літератури»

Підписано до друку 15.03.2013 р. Формат 60x84 1/16.
Друк лазерний. Папір офсетний. Гарнітура Petersburg C.
Ум. друк. арк. 11.25. Тираж – 300 прим.

ТОВ «Видавництво «Центр учбової літератури»
вул. Електриків, 23 м. Київ 04176
тел./факс 044-425-01-34
тел.: 044-425-20-63; 425-04-47; 451-65-95
800-501-68-00 (безкоштовно в межах України)

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 4162 від 21.09.2011 р.