



КАФЕДРА ДЕРЖАВНИХ ТА МІСЦЕВИХ
ФІНАНСІВ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ТА БІЗНЕСУ

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри державних та місцевих фінансів,
протокол № _____ від “___” _____ 2018 р.
В. о. зав. кафедри _____ Ситник Н.С.
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
В МАЛОМУ БІЗНЕСІ
(назва навчальної дисципліни)

галузь знань: 07 «Управління та адміністрування»
(шифр та найменування галузі знань)

спеціальність: 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»
(код та найменування спеціальності)

спеціалізація: «Фінанси, митна та податкова справа»
(найменування спеціалізації)

освітній ступінь: магістр
(бакалавр, магістр)

Укладач:

Гринчишин Ярослав Миколайович, доцент кафедри державних та місцевих фінансів,
кандидат економічних наук, доцент
(ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

ЛЬВІВ 2018

Конспект лекції № 1

Тема № 1. Особливості малого бізнесу та його роль в економічній системі держави (назва теми відповідно до РПНД)

Міжпредметні зв'язки

забезпечуючі: «Фінансовий аналіз», «Фінанси підприємств», «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Фінансовий менеджмент».

забезпечувані: «Фінансова безпека»

Мета лекції

Розкрити суть, критерії та функції малого бізнесу, його роль в економічній системі держави

План лекції (навчальні питання):

1. Сутність, критерії та функції малого бізнесу: вітчизняний та зарубіжний досвід
2. Особливості організації та реєстрації малого бізнесу в Україні
3. Фінансово-організаційні переваги та недоліки малого бізнесу
4. Роль малого бізнесу в ринковій економіці

Опорні поняття:

Малий бізнес, підприємництво, критерії малого бізнесу, етапи створення малого підприємства, переваги та недоліки малого бізнесу, роль малого бізнесу

Інформаційні джерела:

Законодавчі та нормативні акти:

1. Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» від 1 липня 2014р. № 1555-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1555-18>.
2. Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» від 12 січня 2015 р. № 5/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.

Основна та допоміжна література:

Основна:

1. Бедринцев М. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посіб. / М. Д. Бедринцев, А. В. Сурженко. – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 352 с.
2. Білик М.Д., Білик Т.О. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування. Монографія / М.Д. Білик, Т.О. Білик. – К.: ТОВ «Пан Тот»Ю, 2012. – 280 с.
3. Буряк Л. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посібн. / Л. Д. Буряк. – К.: Вид-во «КНЕУ», 2007. – 423 с.
4. Фастовець А.А., Фисун І.В. Фінанси малого бізнесу: навч. посіб./ Фастовець А.А., Фисун І.В. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 302 с.

Допоміжна:

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Т-во «Знання», КОО. 2001. – 277 с.
2. Дрига С.Г. Мале підприємництво України: становлення, механізми управління та підтримки: монографія / С.Г. Дрига; НДІ економіки Міністерства економіки України. – К. : ДКС центр, 2009. – 359 с.
3. Пітер Уілсон. Фінансовий менеджмент в малому бізнесі. – М.: Аудит, 1995. – 255 с.

Інтернет ресурси:

1. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.gov.ua>
3. Офіційний сайт Doing Business [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.doingbusiness.org/>

Навчальне обладнання: мультимедійний проектор, презентація

ВИКЛАД МАТЕРІАЛУ ЛЕКЦІЇ

Питання 1.

Малий бізнес є ключовою діяльністю, що сприяє розвитку економіки та внутрішнім джерелом стабільності та добробуту усіх сфер суспільного життя. Найчастіше визначаються три основні ознаки малого бізнесу: невеликий сегмент ринку збуту, який не дозволяє значно впливати на ціни і конкурентів; управлінська незалежність (підприємство керується не через формалізовану управлінську структуру, а ініціативно власником або партнерами-власниками); персоніфіковане управління, яке передбачає, що власник (партнери-власники) сам бере участь в усіх аспектах управління бізнесом і в процесі прийняття усіх рішень не підпорядковується у своїй зовнішньому контролю, окрім законодавчого обмеження. В Україні суб'єкти малого бізнесу також характеризуються широкою диверсифікацією економічної діяльності, прагненням до максимальної самостійності (універсальність праці, яка в Європі замінюється субпідрядом, франчайзингом тощо), разом з високою часткою тіньового обороту та низьким технологічним і управлінським рівнем діяльності.

У юридичній та економічній теорії для позначення суб'єктів господарювання з відносно невеликими масштабами господарської діяльності використовуються різні терміни, зокрема, «малий (або малий та середній) бізнес», «малі підприємства», «мале (або мале та середнє) підприємництво». У широкому розумінні під «малим бізнесом» найчастіше розуміють сукупність найбільш активної частини юридичних і фізичних осіб, що не об'єднані у монополістичні структури. У вузькому – безпосередньо саме приватне підприємство (господарську діяльність фізичної особи-підприємця), засноване на підприємницькій ідеї. Науковцями сформована та у господарському житті доведена на практиці тотожність зазначених термінів. Поняттям «малий (малий та середній) бізнес» найчастіше оперують економісти та практики, тоді як терміни «мале підприємництво», «середнє підприємництво» мають конкретне нормативно-правове визначення.

Із зазначеного вище, можна зробити висновок, що *малий бізнес* — одна з форм організації економічної діяльності, пов'язана з функціонуванням малих підприємницьких структур, заснованих в різних організаційно-правових формах та різних формах власності та має на меті одержання прибутку шляхом реалізації ідеї свого заснування.

Суб'єктами малого бізнесу виступають:

- підприємці, тобто особи, які здійснюють ініціативну діяльність на свій ризик і під свою економічну та юридичну відповідальність;
- колективи підприємців і підприємницькі асоціації;
- індивідуальні і колективні споживачі продукції (робіт, послуг), яких пропонують підприємці, а також спілки і асоціації споживачів;
- працівники, які здійснюють трудову діяльність за наймом на контрактній або іншій основі, а також їхні професійні спілки;
- державні структури в тих випадках, коли вони виступають безпосередніми учасниками угод та мають інтерес до діяльності бізнесу.

У господарській діяльності ведення малого бізнесу може відбуватися наступними видами діяльності — *виробничою, посередницькою та діяльністю у сфері послуг*.

Виробнича підприємницька діяльність вважається визначальною, оскільки вона найбільше впливає на ефективність системи господарювання та якість суспільного життя.

Підприємницька діяльність у сфері безпосереднього виробництва товарів має орієнтуватися на виготовлення й просування на ринок традиційних або інноваційних видів товарів.

Фізичні чи юридичні особи, які представляють інтереси виробників або споживачів, є посередниками, а основною метою *посередницької підприємницької діяльності* є поєднання економічних інтересів виробників і споживачів.

В залежності від характеру взаємовідносин між продавцем чи покупцем і торговим посередником, а також від функції, яку виконує посередник, можна виділити декілька видів торгово-посередницьких операцій:

операції по перепродажу, комісійні, агентські і брокерські.

Однією з поширених форм посередництва є *агентування*, тобто форма господарювання, за якої агент (посередник) діє від імені та на користь відповідно виробника або споживача (принципала) та за його рахунок. *Агенти виробників* (представники виробників) – представляють інтереси двох або декількох виробників товарів, які доповнюють один іншого. *Збутові агенти* одержують право на збут всієї продукції і ототожнюють собою відділ збуту, але не входять до структури фірми-виробника, а взаємодіють з нею на договірних умовах. *Агенти із закупівлі* займаються формуванням товарного асортименту (наприклад, для дрібних роздрібних торговців).

Операції по перепродажу здійснюються торговими посередниками від свого імені і за свій рахунок. Це означає, що торговий посередник виступає стороною договору як з виробником, так і з кінцевим споживачем і стає власником товару після оплати товару.

Суть *комісійних операцій* полягає у здійсненні одною стороною, названою комісіонером, за дорученням другої сторони, названої комітентом, угод від свого імені, але за рахунок комітента. Комісіонер не купляє товарів комітента, а лише укладає угоди по купівлі-продажу товарів за рахунок комітента. Це означає, що комітент залишається власником товару до його передачі в користування кінцевого споживача.

Брокерські операції полягають у встановленні через посередника-брокера контакту між продавцем і покупцем. Інакше кажучи, вони зводять зацікавлених продавців і покупців, самі при цьому не являються стороною в договорі і не беруть участі в ньому своїм капіталом. На відміну від агенту, брокер не є представником жодної із сторін і діє на основі окремих доручень і за визначену винагороду.

У сфері оптової торгівлі існують свої посередники. Оптовики функціонують у різних формах:

- *оптові фірми* – незалежні комерційні підприємства, що отримують право власності на всі товари, з якими мають справу. Це професійний вид підприємницької діяльності. Підприємницький дохід складається з різниці між ціною покупки товарів оптовиком і ціною продажу. Оптовик продає товар роздрібним торговцям;

- *дистриб'ютор* – це посередник, який спеціалізується на придбанні товарів у виробників і реалізує їх (розподіляє) своїм постійним клієнтам. Розрізняють дистриб'юторів товарів промислового призначення (їх партнерами є підприємці, що виробляють товари, готові до споживання) і дистриб'юторів, які продають товари роздрібним торговцям;

- *дjobери* – суб'єкти посередництва, які мають запаси готової продукції, забезпечують зберігання і поставку (транспортування) товарів.

До того ж принципи їх діяльності аналогічні агентським функціям.

Звернення до послуг дjobерів доцільно у тому випадку, якщо виробнику з якихось причин не вигідно створювати власну збутову мережу, або у випадку, коли він прагне вийти за рамки території, де розташовані його власні збутові підрозділи;

- *суб'єкт торгівлі по каталогам* – посередник, який займається реалізацією товарів шляхом розсилання каталогів товарів потенційним покупцям. У цьому випадку посередник має передбачити наявність складського приміщення. Крім того, передбачається можливість використання якого-небудь ефективного виду транспорту;

- *комівояжер* – це підприємець-посередник, який не тільки продає, але і доставляє товар покупцю (продаж із доставкою). До комівояжерів відносять роз'їзних представників

торговельних фірм, які пропонують покупцям товари за зразками. Комівояжери забезпечують доволі ефективну рекламу товарів і створюють міцні канали збуту продукції, а також післяпродажного обслуговування

- *аукціонна форма торгівлі* також є посередницькою операцією. У здійсненні таких операцій беруть участь три суб'єкта відносин. *Аукціон представляє собою публічний торг*. Це змагання покупців за право придбання товару, що виставляється на аукціонний продаж. Аукціонні товари мають *стартову ціну* та пропонуються на продаж *лотами* – неподільними партіями товару, що виставляється на аукціонний продаж. Усі лоти (під номерами) виставляються для попереднього огляду до початку аукціону. Товар (лот) вважається проданим після третього удару молотка аукціонника тому аукціонеру, який запропонував найвищу ціну. На міжнародні аукціони виставляються хутро, скакові коні, прянощі, чай, тютюн, вовна, антикваріат, інші товари.

Окремим видом посередницької діяльності можна вважати *фінансове посередництво*. Сфера його діяльності – фінанси, грошовий обіг і кредит. Воно поширюється на таке коло операцій як продаж і купівля іноземної валюти, обмін цінних паперів на гроші, валюту або інші цінні папери, пошук та економічне обґрунтування інвестиційних проектів, операції на ринку нерухомості тощо. Прибуток підприємця виникає в результаті операцій з фінансовими ресурсами та отриманням відсотків або фіксованих доходів.

В останні роки в усьому світі все більший розвиток одержує *бізнес у сфері послуг*, який найлегше організувати. Прикладами такого бізнесу є телефонні довідкові служби, послуги з догляду за дитиною, перекладача.

Подібні підприємства вимагають незначних (або взагалі ніяких) капіталовкладень. Деякі послуги, наприклад готелі або спортивний бізнес, вимагають набагато більше інвестицій. Послуги налічують сотні різних типів: від майстерень з ремонту взуття до агентств з прокату автомобілів, від шлюбних консультантів до стоматологів. Послуги – це дуже привабливий бізнес для підприємців. В даний час саме в цій сфері йдуть активні інноваційні процеси. Особливо рентабельним і швидкозростаючим є бізнес у сфері ділових послуг. Консультаційний бізнес передбачає надання інформації суб'єктам на платних умовах з питань юридичної, фінансової, бухгалтерської допомоги та інших питань суспільного життя.

Всі перераховані види підприємництва тісно пов'язані між собою.

Дуже часто в одному підприємстві поєднується і виробник, і фінансист, і посередник. Поєднання різних видів бізнесу дозволяє підприємцю збільшувати конкурентні переваги свого бізнесу і знижувати ризики. Однак, не завжди довільне поєднання видів бізнесу веде до успіху.

Підприємництво як форма переважно ініціативної діяльності може започатковуватися й функціонувати у вигляді будь-яких її видів (виробничої та торговельної діяльності, посередництва, надання послуг тощо).

Бізнес відповідно до організаційної мети може бути організований у різних масштабах і відповідно до цього виділяють наступні розміри суб'єктів бізнесу: велике, середнє та мале (в тому числі мікро) підприємство. Господарським кодексом України передбачено наступні критерії віднесення бізнесу до різних розмірів залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік (рисунк 1).

Окрім розглянутого кількісного критерію, малий бізнес ще визначається й якісно (Х.Велу, 1980 р.21), адже бізнес характеризується високою індивідуальністю і потребує суб'єктивної оцінки. До якісних критеріїв малого бізнесу відносять:

1. мета – визначається імпровізовано, ринком, інтуїтивно, інколи – відповідно до стратегії;

2. менеджмент – власними силами, прямо, авторитарно або з залученням та консультації партнерів-спеціалістів;

3. виробництво товарів, надання послуг – короткострокове планування виробничої діяльності або відсутність плану без маркетингового дослідження;

4. стосунки із персоналом – формуються за принципом «великої сім'ї», особистий контакт із власниками, висока ступінь мотивації, слабкий вплив профспілок;

5. джерела фінансування діяльності – кошти домогосподарства та банківські позички.

Висока практична та ідейна цінність даного підходу в господарському житті та у використанні в бізнес-сфері обмежується низьким рівнем доступу до необхідної інформації про внутрішні управлінські справи, а в умовах асиметричності статистичної інформації в умовах сучасного розвитку якість цього підходу знижується.

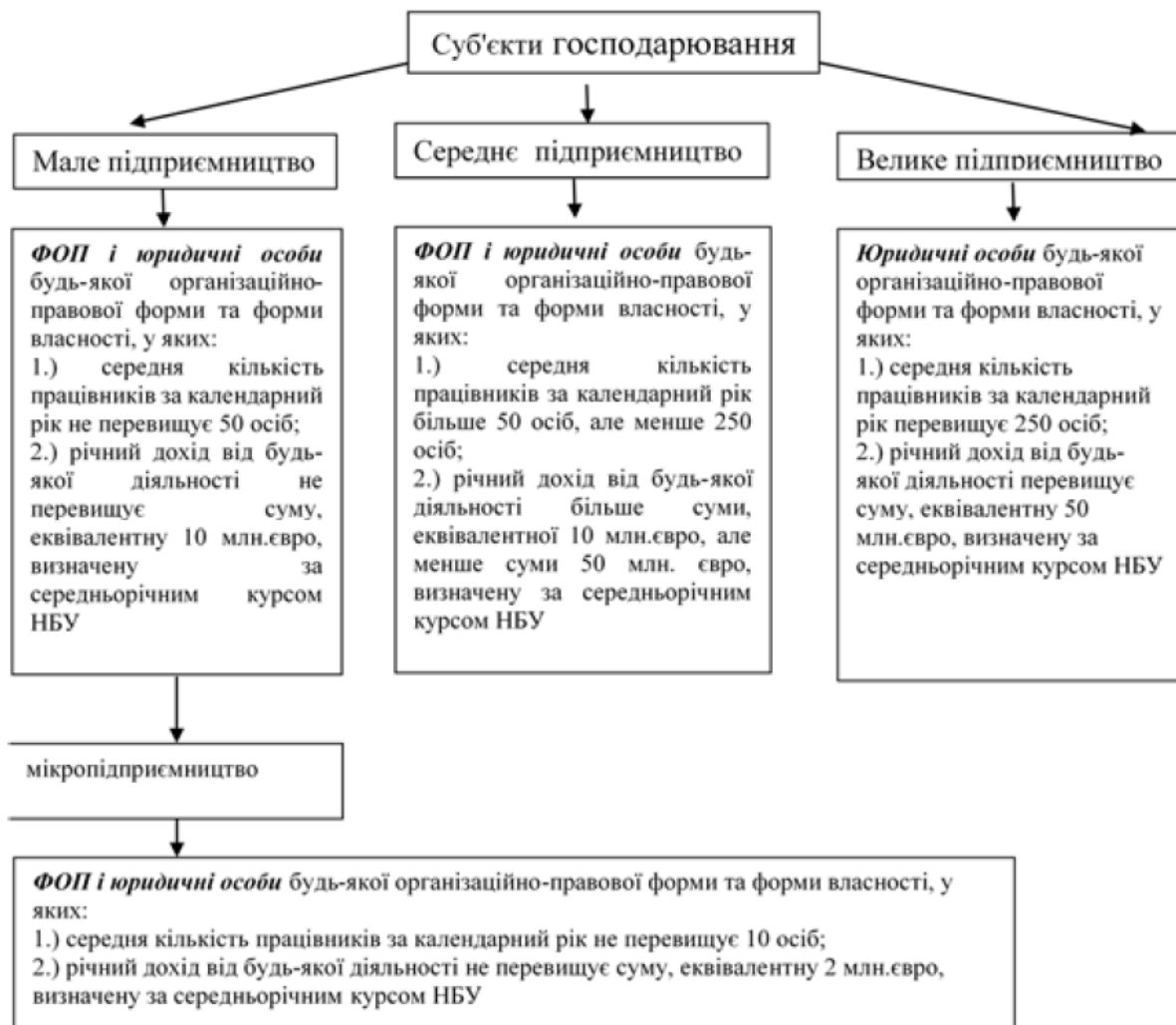


Рисунок 1. Розподіл бізнесу залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік

За своєю економічною природою малий бізнес виконує дві функції: економічну та соціальну. *Економічна* функція полягає в тому, що малий бізнес надає ринковій системі необхідну гнучкість (активізація структурних зрушень, процесів роздержавлення та приватизації); формує конкурентне середовище (є основою локальних ринків, обмежує монополії і сприяє їх до раціоналізації свого виробництва шляхом створення дочірніх підприємств); прискорює науково-технічний прогрес (організація малосерійного й інноваційного підприємництва, пошук розробка і впровадження нових ідей); мобілізує сировинні, людські та фінансові ресурси та сприяє їх раціональному використанню; забезпечує зростання податкових надходжень до бюджетів, розвиток інновацій та сприяння стабілізації депресивних регіонів.

Соціальна функція малого бізнесу забезпечує зростання зайнятості; знижує соціальну напругу в суспільстві; формує систему задоволення платоспроможного попиту; стабілізує

рівень доходів населення та подолання диспропорцій в доходах, сприяє зростанню рівня суспільного добробуту.

Для забезпечення виконання бізнесом своїх функцій необхідна належна *інфраструктура*, яка включає нормативно-правове забезпечення та комунікативну сферу, науково-дослідницькі установи та організації а також – навчальні заклади, що забезпечують підготовку фахівців та організаційно-фінансові установи (банки, що виконують фінансові послуги; постачальники, що організовують постачання сировиною, матеріалами, напівфабрикатами, комплектуючими виробами, енергією, машинами й устаткуванням, інструментом та ін.; оптові й роздрібні продавці, що надають послуги щодо доведення товарів до споживача; спеціалізовані фірми й установи, що виконують професійні юридичні, бухгалтерські та інші послуги; агентства з працевлаштування, що займаються підбором робочої сили; рекламні, транспортні, страхові організації тощо).

Питання 2.

Наявність фінансових ресурсів, які можуть бути використані в підприємницьких цілях, ставлять перед людиною запитання: інвестувати кошти в створений бізнес чи створити власну справу? Якщо перевага надається власному бізнесу, то розпочинається досить складний шлях, навіть за наявності організаційного досвіду.

Приступаючи до організації бізнесу, підприємець ставить перед собою питання: що він може і хоче створити. Для організації бізнесу необхідний стартовий капітал, для організації підприємницької діяльності — виробничі потужності, обладнання, відповідна технологія, підготовлені виробничі кадри тощо. Важливу роль відіграють результати вивчення ринку: попиту і пропонування, ціна тієї продукції, яку підприємець передбачає виготовляти, стан конкурентів. 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 (ФОП, ПП тощо) чи товариство (партнерство), що дозволяється створювати в Україні згідно з ст. 45 Господарського Кодексу України.

Підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах, передбачених законодавством, на вибір підприємця. Також, в залежності від способу заснування та формування статутного капіталу в Україні можуть створюватися *унітарні та корпоративні підприємства*.

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який ним призначається, керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства. Унітарними є *державні та комунальні підприємства, підприємства, засновані на власності об'єднань громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника* (однієї особи та його праці або з використанням найманої праці (ФОП), а також – що діє на основі приватної власності суб'єкта господарювання – юридичної особи).

Корпоративне підприємство 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. Корпоративними є *кооперативні підприємства, підприємства, що створюються у формі господарського товариства*, а також *інші підприємства*, в тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб.

У разі заснування малого бізнесу необхідно враховувати специфічні фактори, які впливають на процес його створення та функціонування (табл. 1).

Враховуючи характеристики, переваги і недоліки, а також чинники вибору організаційної форми, можна прийняти обґрунтоване рішення щодо правового статусу майбутнього підприємства.

Наступним етапом технології створення є визначення стратегічних і конкретних цілей діяльності новостворюваного суб'єкта підприємництва, які мають відповідати певним критеріям і підтверджуватись необхідними розрахунками.

Останнім етапом у створенні нового підприємства є його державна реєстрація. Виходячи з цього, особливу увагу потрібно звернути на процедуру та зміст її етапів.

Таблиця 1

Групування факторів, що впливають на створення та функціонування малого бізнесу

Група факторів	Фактори
Фінансові	Система фінансування, кредитування, страхування. Чинна система оподаткування і податкові пільги. Державна фінансова підтримка розвитку малого бізнесу
Економічні	Загальний стан і стабільність економіки країни. Рівень інфляції. Надійність національної грошової одиниці та стан грошового обігу. Темпи і послідовність роздержавлення і приватизації. Стан ринкової інфраструктури. Рівна і справедлива конкуренція на ринку товарів і послуг
Організаційні	Процедура організації створення малого бізнесу Наявність інформації про можливі сфери діяльності. Інформаційна, консультативна та науково-методична допомога. Умови розвитку зовнішньоекономічної діяльності.
Психолого-професійні	Психологічна готовність створювати малий бізнес та здійснювати відповідну діяльність. Емоційна діяльність та відчуття престижності справи. Наявність і можливість одержання професійних знань щодо організації створення і діяльності малого бізнесу
Правові	Правова та інструктивна база здійснення діяльності. Наявність правових гарантій функціонування.
Ресурсні	Способи та можливість залучення початкового капіталу. Система матеріально-технічного забезпечення. Наявність і способи отримання виробничих площ. Кадрове забезпечення.
Соціальні	Ставлення держави до підприємницької діяльності. Громадська думка щодо розвитку малого бізнесу взагалі і особливо в сільській місцевості.

Організація підприємства має процесуальний характер. Для того, аби підприємство було визнане як суб'єкт підприємницької діяльності, його потрібно зареєструвати певним чином і в певному порядку.

В Україні протягом останнього часу діє типова схема процедури державної реєстрації новостворюваного підприємства. Варто звернути увагу, що послідовність кроків, а також їх зміст суттєво відрізняються для фізичних та юридичних осіб. Для реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності — фізичних осіб на сьогодні діє спрощена схема державної реєстрації.

Достатньо визначитися з видом економічної діяльності відповідно до КВЕД, системою оподаткування, а потім – подати реєстратору відповідним чином заповнену реєстраційну картку (де вказують код КВЕД), копію паспорта та ідентифікаційного коду. Документи подаються за місцем проживання (до речі, можна зареєструвати та бізнес через портал державних послуг – <https://igov.org.ua>). Протягом двох робочих днів з моменту подання

документації особу повинні внести до державного реєстру й видати відповідну виписку. З цього моменту суб'єкт підприємництва вважається створеним.

Далі необхідно подати такі документи до податкової інспекції:

- ☐ копію паспорта та ідентифікаційного коду;
- ☐ заяву щодо застосування єдиного податку (в разі схвалення, отримується свідоцтво та реквізити рахунку, на який необхідно сплачувати податок);
- ☐ отриману вами раніше виписку з єдиного державного реєстру;
- ☐ книгу обліку доходів (повертають після реєстрації);
- ☐ заяву на ім'я начальника територіального органу ДФС.

На облік у Пенсійному фонді особа стає автоматично. Особа отримує право відкрити в обраному вами банку поточний рахунок, який буде використовуватися для безготівкових розрахунків (для цього необхідно подати в банк: виписку з державного реєстру; довідку з Пенсійного фонду; копію паспорта та ідентифікаційного коду; картку зі зразками підписів; заяву про відкриття того чи іншого виду рахунку).

Крім того, **порядок реєстрації бізнесу** передбачає можливість замовлення печатки. У цьому випадку вимагатимуть лише виписку з державного реєстру. Загалом реєстрація триває 4-5 днів. На початку діяльності необхідно зареєструвати реєстратори розрахункових операцій (РРО). Процедура реєстрації касового апарата включає заповнення і подача документів до відповідного податкового органу (протягом 2 робочих днів після подачі документів можна отримувати фіскальний номер); фіскалізація касового апарату в центрі сервісного обслуговування, отримання довідки про опломбування та актів введення в експлуатацію. На цьому етапі проводиться вже реєстрація касового апарату та книги РРО. Для цього необхідні такі документи: довідку про опломбування РРО; акт введення в експлуатацію РРО; книгу РРО. Наступного робочого дня після подачі цих документів податкова повинна провести реєстрацію РРО і видати реєстраційне посвідчення та книгу.

Перелік документів для реєстрації РРО: договір з ЦСО (центр сервісного обслуговування) про обслуговування РРО; договір оренди приміщення (якщо РРО реєструється для отримання ліцензії на торгівлю алкогольними виробами необхідне приміщення площею не менше 20 кв. метрів); документ, що підтверджує купівлю чи оренду РРО; паспорт РРО; заповнена форма 1-РРО; книга РРО (з наявним голографічним захистом).

Питання 3.

Виконання бізнесом своїх функцій супроводжується високим рівнем ризику, що зумовлює формування сукупності переваг та недоліків.

Переваги: гнучкість (можливість бізнесу легко маніпулювати асортиментом, створювати нові бізнес-ідеї та їх реалізовувати); вища рентабельність порівняно з великим бізнесом; ефективне використання вільних незначних ресурсів (за рахунок незначних масштабів та локального ринку можна використовувати ті ресурси, які для великого бізнесу не є привабливими).

Недоліки: ризикований характер (ініціативність і ідея можуть бути нереалізованими на ринку, що призведе до зниження показників діяльності бізнесу або до його краху); інтуїтивний характер і неспеціалізоване управління (бізнесмени часто не мають спеціалізованої освіти чи досвіду управління, що призводить до проблем у повсякденному веденні справ та в реалізації стратегічних цілей); обмежений доступ до високоякісних ресурсів (великі фірми можуть обирати необхідні матеріальні, фінансові, кадрові та інші ресурси для реалізації свого потенціалу, в той час як малий бізнес часто використовує ресурси «залишкового принципу», які не завжди мають високу якість); залежність від підтримки великих фірм і держави; низький рівень стійкості (малий бізнес нестійкий: половина підприємств гине в перший рік свого існування, але їх місце займають новостворені фірми).

У практичному сенсі, переваги малого бізнесу проявляються у наступному:

- незалежність дій. Підприємець сам собі господар, нікому не підпорядковується, малі фірми не дотримуються управлінської ієрархії, що дозволяє розвивати ініціативу і формувати свободу дій підприємця;

- адаптація до особливостей місцевих умов. Малий бізнес ідеально організований і пристосований для вивчення побажань, переваг, звичаїв, традицій та інших характеристик місцевого ринку. У США чимало випадків, коли успішно діючі на національному рівні фірми не можуть конкурувати з малими на місцях, бо місцеві роздрібні або промислові фірми краще знають специфічний попит місцевого населення;

- поєднання декількох професій. Чимало людей вважають за краще бути в одній особі універсальним спеціалістом (фінансист, менеджер і т.д.);

- збереження підприємницького духу. У порівнянні з великими підприємствами в малих фірмах, особливо в перспективних сучасних видах економічної діяльності, більше проявляється інноваційний, підприємницький дух.

Разом з тим, існує низка практичних недоліків малого бізнесу. У малих підприємств є кілька слабких місць, в тому числі в умовах їх функціонування в ринковій економіці. Ці слабкі місця визначаються якраз тим, що цей бізнес є малим. Перше серед них – низька можливість накопичення капіталу. Як правило, в розширення виробництва власники малого бізнесу можуть виділити незначну частину капіталу. Істотні складності вони відчувають, займаючи капітал на стороні. По-перше, ці складності викликаються прагненням малого бізнесу до незалежності (найважливіше його перевага), яка суттєво обмежує можливості позики.

По-друге, у малого бізнесу не може бути достатньо коштів для сплати високих відсотків, особливо на початку діяльності.

Друге із слабких місць малого бізнесу, слабка позиція малого бізнесу на ринку, незважаючи на всю його спритність, близькість до споживачів, постачальників, творчість в організації виробництва, величезну роль у фінансуванні та підтриманні конкурентного середовища в економіці – саме в конкурентній боротьбі.

Третя слабка позиція малого бізнесу – складність початку діяльності. Справа не тільки в тому, що важко знайти стартовий капітал, а й в тому, що важко знайти професіоналів в виробничій та посередницькій діяльності, хоча часто бізнес розпочинається в умовах кризи, коли на ринку праці безробітними можуть бути гарні спеціалісти.

Для того щоб малий бізнес, став дійсно життєздатним, зміг виконати всі завдання, для вирішення яких він створений, для того, щоб він міг у повному обсязі реалізувати закладений в ньому потенціал і використовувати всі свої переваги, необхідні умови з боку держави щодо його підтримки. За цих умов недоліки можуть згладжуватися, а переваги, навпаки, виділятися.

Питання 4.

В умовах дестабілізації економіки, обмеження доступу до фінансових ресурсів, саме суб'єкти малого підприємництва, які не потребують великих стартових інвестицій, спроможні за відповідної підтримки найшвидше і найефективніше розв'язувати проблеми економіки України, стимулювати розвиток конкуренції та сприяти економічному зростанню держави на національному та міжнародному рівнях.

Найважливішою передумовою розвитку економіки загальноцивілізованим шляхом є розвиток і вдосконалення підприємництва як особливого виду господарської діяльності. Підприємництво є одним з найважливіших чинників розвитку господарства на засадах інноваційного типу економічного зростання, яке ґрунтується на підприємницькій ініціативі в сфері науково-технічної та організаційно-економічної діяльності. Підприємництво лежить в основі господарського життя малого бізнесу, концентруючи в собі найхарактерніші властивості ринкових відносин, виступає рушійною силою життєдіяльності ринкової економіки.

Світовою науковою спільнотою та практиками господарського життя країн з розвинутою ринковою економікою було давно визнано, що бізнес – явище системоутворююче для всього суспільства, але в радянський період історії України ні теоретики, ні практики не приділяли належної уваги цій темі, що призвело в кінці 20 століття до глибокої кризи економічної системи.

Роль і значення малого бізнесу в економічному розвитку полягає у тому, що:

– підприємництво і бізнес є важелем для зміни структури економіки.

Для підприємців основний спонукальний мотив – можливість одержання прибутку. Вони майже завжди концентрують свої дії на розвитку перспективних напрямків господарської діяльності, віддача від яких може перевершити середні показники;

– розвиток малого бізнесу створює сприятливий клімат для конкуренції. Забезпечуючи освоєння перспективних виробництв, підприємці сприяють швидшому оновленню техніко-технологічної бази і асортименту продукції фірми, стимулюють господарську активність, підтримуючи конкуренцію й існуючий ринок;

– малий бізнес в багатьох країнах з розвинутою економікою став каталізатором економічного розвитку. Цей своєрідний прискорювач істотно впливає на структурну перебудову в економіці; збільшення обсягів виробництва і надання послуг; стимулювання інвестиційної діяльності;

- підвищення рівня попиту і пропонування; прискорення темпів економічного розвитку національної економіки;

– малий бізнес сприяє економії і раціональному використанню всіх ресурсів. Діяльність підприємця нерозривно зв'язана з господарським ризиком. Саме ця обставина є потужним стимулом економії ресурсів, вимагає від підприємця детального аналізу рентабельності проектів, відповідального ставлення до інвестицій, раціонального витрачання ресурсу, найманню робочої сили та забезпечує ефективні стимули до високоефективної праці. Здебільшого особистості, котрі мають власний бізнес і завдяки цьому сильніші спонукальні мотиви, більше зацікавлені в якісній і продуктивній праці, ніж наймані працівники. Такий психологічний феномен вільної праці для одержання власного зиску забезпечує ще більший вигравш для економіки, загалом. Ділові якості підприємців та особливості підприємницької діяльності найяскравіше проявляються на рівні малих та середніх підприємств.

Мале підприємництво несе в собі значне смислове навантаження: воно створює середовище і дух підприємництва, без яких неможлива ринкова економіка, забезпечує необхідну мобільність в умовах ринку, створює глибоку спеціалізацію і кооперацію, без яких неможлива висока ефективність.

Загальний висновок за темою лекції.

Роль і значення малого бізнесу в економічному розвитку полягає у тому, що: підприємництво і бізнес є важелем для зміни структури економіки; розвиток малого бізнесу створює сприятливий клімат для конкуренції; малий бізнес в багатьох країнах з розвинутою економікою став каталізатором економічного розвитку; підвищення рівня попиту і пропонування; прискорення темпів економічного розвитку національної економіки; малий бізнес сприяє економії і раціональному використанню всіх ресурсів.

Питання для контролю знань:

1. Назвіть суб'єктів малого бізнесу.
2. Охарактеризуйте види діяльності у малому бізнесі.
3. Які типи посередницької діяльності можна реалізувати в малому бізнесі?
4. Яка класифікація суб'єктів підприємництва використовується в Україні?
5. За якими критеріями класифікуються підприємства в світі?
6. Опишіть якісні критерії класифікації малого бізнесу за Х.Велу.
7. Назвіть етапи реєстрації суб'єктів малого бізнесу в Україні.
8. Наведіть порівняльну характеристику організаційно-правових форм підприємницької діяльності.

9. Охарактеризуйте основні фактори, що впливають на діяльність малого бізнесу.
10. Які переваги та недоліки малого бізнесу можна назвати?
11. Яка роль малого бізнесу в ринковій економіці

Питання для самостійного опрацювання матеріалу лекції:

1. Комбінований підхід при визначенні малих підприємств.
2. Сутнісна і порівняльна характеристика організаційно-правових форм підприємницької діяльності.
3. Етапи створення господарського товариства на прикладі ТОВ.
4. Порядок та етапи створення господарського товариства - специфіка АТ.

Питання для підготовки до семінарського заняття:

1. Сутність, критерії та функції малого бізнесу: вітчизняний та зарубіжний досвід
2. Особливості організації та реєстрації малого бізнесу в Україні
3. Фінансово-організаційні переваги та недоліки малого бізнесу

Укладач(і): _____ **Гринчишин Ярослав Миколайович, к.е.н., доцент**
(підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

Конспект лекції № 2

Тема № 2. Фінансові ресурси малого бізнесу та джерела їх формування

(назва теми відповідно до РПНД)

Міжпредметні зв'язки

забезпечуючі: «Фінансовий аналіз», «Фінанси підприємств», «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Фінансовий менеджмент».

забезпечувані: «Фінансова безпека»

Мета лекції *Розкрити структуру фінансових ресурсів малого бізнесу, особливості фінансової діяльності малих підприємств*

План лекції (навчальні питання):

1. Визначення початкової суми капіталу
2. Особливості фінансової діяльності малих підприємств
3. Джерела формування фінансових ресурсів малого бізнесу

Опорні поняття:

Стартовий (початковий) капітал, фінанси малого бізнесу, джерела формування фінансових ресурсів, активи, власний капітал, позичковий капітал.

Інформаційні джерела:

Законодавчі та нормативні акти:

3. Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» від 1 липня 2014р. № 1555-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1555-18>.

4. Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» від 12 січня 2015 р. № 5/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.

Основна та допоміжна література:

Основна:

5. Бедриниць М. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посіб. / М. Д. Бедриниць, А. В. Сурженко. – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 352 с.

6. Білик М.Д., Білик Т.О. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування. Монографія / М.Д. Білик, Т.О. Білик. – К.: ТОВ «Пан Тот»Ю, 2012. – 280 с.

7. Буряк Л. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посібн. / Л. Д. Буряк. – К.: Вид-во «КНЕУ», 2007. – 423 с.

8. Фастовець А.А., Фисун І.В. Фінанси малого бізнесу: навч. посіб./ Фастовець А.А., Фисун І.В. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 302 с.

Допоміжна:

4. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Т-во «Знання», КОО. 2001. – 277 с.

5. Дрига С.Г. Мале підприємництво України: становлення, механізми управління та підтримки: монографія / С.Г. Дрига; НДІ економіки Міністерства економіки України. – К. : ДКС центр, 2009. – 359 с.

6. Пітер Уілсон. Фінансовий менеджмент в малому бізнесі. – М.: Аудит, 1995. – 255 с.

Інтернет ресурси:

1. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.gov.ua>
3. Офіційний сайт Doing Business [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.doingbusiness.org/>

Навчальне обладнання: мультимедійний проектор, презентація

ВИКЛАД МАТЕРІАЛУ ЛЕКЦІЇ

Питання 1.

Підприємцю, що приступає до створення бізнесу, доводиться вирішувати масу складних завдань. Потрібно підготувати бізнес-план, підібрати приміщення, продумати концепцію продукту. Дуже багато проблем бізнесу впираються в питання з фінансуванням. На першому етапі важливо правильно розрахувати потреби майбутнього підприємства в грошових коштах.

Розпочинаючи діяльність у будь-якій зі сфер бізнесу, підприємець постає перед проблемою пошуку стартового капіталу. Один із постулатів бізнесу проголошує: *«Без грошей у підприємництві нічого робити»*. У цьому контексті під грошима розуміють капітал, призначений для вкладання в підприємницьку діяльність.

Без наявності стартового капіталу не може бути підприємництва. Чим потужніший початковий капітал підприємця на момент заснування його бізнесу, тим значнішими й масштабнішими будуть результати його діяльності. Крім того, слід усвідомлювати, що наявний підприємницький капітал може створювати відповідний імідж підприємця як ділової людини, а також підвищувати ймовірність досягнення успіху в його власній справі.

Отже, **початковий капітал** — це не тільки економічна категорія, необхідна для реалізації проекту, але й психологічний фактор, наявність і розмір якого впливають на імідж підприємця перед партнерами, а також є гарантом платоспроможності підприємця.

Стартовий (початковий) капітал у буквальному розумінні означає суму коштів, авансованих для започаткування бізнесу. Стартовий капітал для бізнесу – це рятувальний круг, який дозволяє підприємцю вийти на потрібний рівень розвитку в максимально короткі терміни. Зазначимо, що розуміти під капіталом лише певні грошові кошти, матеріальні кошти є помилкою. Капітал може існувати *в матеріальній та ідейній (ментальній) формах*. Зокрема знання, вміння, здібності, «ноу-хау», сама ідея майбутнього бізнесу також виступають структурними елементами початкового капіталу. Варто звернути увагу на те, що іноді грошова вартість підприємницької ідеї може переважити вартість матеріальних ресурсів, необхідних для її реалізації.

Власник капіталу, купуючи на ринку товари — засоби виробництва, необхідні ресурси і робочу силу, поєднує їх, спрямовуючи на досягнення місії та конкретних цілей у процесі ведення бізнесу, і після реалізації створеного продукту (товару, послуги) планує одержати більшу вартість, ніж та, яку було авансовано. Стартовий капітал використовується підприємцем для формування активів – основного і оборотного капіталу.

Стосовно порядку формування стартового капіталу варто пам'ятати, що потреба в певному обсязі капіталу залежить, насамперед, *від стратегічних планів самого підприємця і від його підприємницької ідеї*. Розмір початкового капіталу залежить передусім *від типу бізнесу та виду економічної діяльності*, в якому планується реалізовувати підприємницьку ідею. Співвідношення між основним та оборотним капіталом у різних видах економічної діяльності не одне й те саме. Необхідний розмір початкового капіталу визначається на основі розрахунків певних економічних показників щодо конкретного проекту.

Зауважимо, що під час формування початкового капіталу доцільно враховувати можливі альтернативні варіанти перебігу подій (*песимістичний, оптимістичний, найбільш*

реальний) і відповідно розробляти перелік дій, спрямованих на формування окремих елементів підприємницького капіталу.

Стартовий капітал підприємця формують його кошти, або, в разі недостатності, кошти зовнішнього середовища – зобов'язання. Формула рівності бухгалтерського балансу **Активи** (Основний капітал + Оборотний капітал) = **Власний капітал + Зобов'язання** дозволяє визначити розмір позикового капіталу, недостатнього для фінансування визначеного розміру господарських засобів: **Зобов'язання = Активи-Власний капітал**.

Під час формування стартового підприємницького капіталу не тільки враховується його вартість, а й прогнозується економічна вигода від його інвестування в започаткування бізнесу. Для цього з достатньою вірогідністю визначаються очікуваний рівень прибутковості підприємницького проекту та строк окупності капіталу, розрахований із виокремленням показника чистого прибутку.

На етапі реалізації підприємницького проекту підприємець приймає рішення щодо вибору способу формування підприємницького капіталу. Рішення має базуватись на результатах порівняльного аналізу доступних можливостей формування (оренда, лізинг, купівля, власне виробництво тощо).

Реальна можливість сформувати необхідний стартовий капітал разом з бажанням і здатністю започаткувати власну справу є обов'язковою передумовою здійснення потрібної суспільству ефективної підприємницької діяльності, активне і вміле використання сприятиме розвитку економіки України і підвищенню добробуту населення.

Практика показує, що цілком можливо почати бізнес і без початкового капіталу, хоча зв'язок, транспорт та інші накладні витрати на початковому етапі все одно доведеться оплачувати зі своєї кишені. Їх можна вважати похибкою у розрахунках.

Початковий капітал витрачається на оренду офісу, зарплату співробітникам, купівлю обладнання, замовлення товарів, рекламу, тому якщо планується почати бізнес без початкового капіталу, від усього перерахованого доведеться відмовитися. Для початку – від офісу: можна почати бізнес працюючи вдома, а з клієнтами зустрічатися в кав'ярні.

Якщо можливо повністю відмовитися від використання найманої праці і робити все самостійно, слід це зробити. Якщо не можливо, то не слід наймати персонал на повний робочий день або оплату проводити за фактом виконання.

Без стартового капіталу краще надавати послуги. Якщо не зв'язуватися з фізичними товарами, то не потрібні будуть гроші на їх закупівлю, транспортування і зберігання. Якщо все ж є бажання працювати з реальним товаром, можна брати його під реалізацію малими партіями.

Найпоширенішими видами бізнесу без стартового капіталу є: □

консультації. Грошей не вимагає взагалі, адже доводиться продавати власний досвід. Складність полягає в тому, що потрібно, по перше, його треба мати, а по друге, переконати в необхідності його для потенційних клієнтів. Їх пошук буде набагато простішим, якщо у вас вже є зв'язки в тій сфері, в якій ви хочете почати консультувати;

освітні послуги. Курси з навчання масажу, риториці, малювання тощо. Потрібно знайти досвідченого педагога, якщо ви таким не є, приміщення в оренду на пару вечорів і клієнтів, яких в такому бізнесі знайти простіше, ніж в консультаційному. Ризиком є те, що працюють на вас викладачі, які можуть запросто відокремитися і почати свою справу;

логістика. Можна запропонувати клієнтам організацію доставки їхнього товару туди, куди їм треба. Потрібен не капітал, а вміння домовлятися з безліччю транспортних компаній і організувати все в часі;

Інтернет-магазин. Витрати на його відкриття дуже невеликі, можна використовувати навіть соціальні мережі. Якщо продавати вдалий товар, можна побудувати успішний бізнес.

Організація формування капіталу є ключовим етапом становлення власного бізнесу, що визначає ефективність його подальшого функціонування, тому слід ретельно підходити до пошуку джерел та організації фінансової роботи на підприємстві.

Питання 2.

За економічною суттю фінанси малого бізнесу – це форми і методи створення та використання фондів фінансових ресурсів для забезпечення господарської діяльності підприємства. Весь процес опосередкування фінансами циклу господарювання є не що інше, як фінансова діяльність.

В умовах ринкової економіки значний вплив на фінансове забезпечення діяльності підприємства мають: вільний вибір діяльності; використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших видів ресурсів, використання яких не заборонене або не обмежене законодавством; самостійне здійснення зовнішньоекономічної діяльності, використання належної частини валютної виручки (при проведенні зовнішньоторговельних операцій або операцій з валютою); залучення на добровільних засадах до здійснення підприємницької діяльності майна та коштів юридичних осіб і громадян; вільний найм працівників. Отже, підприємство повинно організувати фінансове забезпечення так, щоб це сприяло підвищенню ефективності виробництва і в результаті забезпечувало позитивний фінансовий результат.

У Законі України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність» дається визначення фінансової діяльності як такої, що призводить до змін розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства.

Зміст **фінансової діяльності** підприємства складають грошові відносини, які супроводжуються безперервним кругообігом коштів та полягають у формуванні системи фінансового забезпечення підприємницької діяльності для забезпечення реалізації її цілей. Під поняттям фінансове забезпечення розуміють заходи спрямовані на покриття потреби підприємства в капіталі з усіх можливих джерел, їх мобілізацію і використання.

Фінансове забезпечення малого підприємництва також досягається за допомогою мобілізації фінансових ресурсів. Сам процес створення фінансових ресурсів має відмінні риси через те, що суб'єктами малого підприємництва виступають фізичні особи-підприємці та малі підприємства. Масштаби, мета, форми і види виробничо-фінансової діяльності підприємства виявляють суттєвий вплив на вибір джерел фінансування і їх структуру.

Залучення фінансових ресурсів та фінансова робота у малому бізнесі має свою специфіку відносно суб'єктів великого підприємництва. Малий бізнес має обмежений доступ до фінансових та грошових ринків. Емісія акцій скоріше є винятком та має відносно невисокий рівень попиту. Отримати кредит не вдається не тільки через високу вартість, а й через ризиковий фінансовий стан підприємства і відсутність кредитної політики. За таких умов все залежить від підприємницької винахідливості фірми.

Малий бізнес несе інший склад, рівень та ієрархію ризиків. Добробут та доля власника невеликого підприємства прямо залежить від її успіху чи невдач справи на ринку. Можливості диверсифікації портфеля власних інвестицій обмежені межами власного підприємства. У справу вкладаються всі наявні кошти. Через це власник малого підприємства підданий більшому ризику, ніж, наприклад, отримувач контрольного пакету акцій, що завжди має можливість «скинути» акції чи диверсифікувати свій портфель.

Малий бізнес має низький рівень ліквідності. Середній коефіцієнт поточної ліквідності малого бізнесу – 2, тобто подвійне перевищення поточних пасивів над поточними активами (для великих підприємств – потроєне перевищення). А це означає, що мале підприємство має більші проблеми з мобілізацією «живих» грошей для виконання своїх поточних зобов'язань, тобто є менш платоспроможним, ніж велике підприємство.

Низька ліквідність настає через те, що підприємство має більш високі показники оборотності запасів та дебіторської заборгованості, що не покривають поточні зобов'язання. Отже, за таких обставин очевидна роль фінансового управління ефективністю залучення фінансових ресурсів.

Одним з ключових питань стабільного функціонування та розвитку бізнесу є управління структурою капіталу. Фінансова стійкість бізнесу визначає рівень його

залежності від зовнішніх джерел фінансування, тобто від коштів інвесторів, кредиторів тощо та визначає реальний та перспективний фінансовий стан.

Аналіз структури капіталу є одним із найбільш важливих і складних завдань, які вирішуються у процесі фінансового управління. Вважається, що оптимальна структура капіталу являє собою таке співвідношення використання власних і позичених коштів, при якому забезпечується ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності і коефіцієнтом фінансової стійкості бізнесу, тобто максимізується його ринкова вартість.

Капітал бізнесу є першоджерелом його діяльності, адже він створюється власниками за свій рахунок і покликаний виконувати завдання, делеговані керівництву через фінансові ресурси. Власний капітал є зв'язком між бізнесом та засновниками та основним важелем регулювання співпраці між ними в питанні досягнення консенсусу між особистими та корпоративними інтересами. Функціонування суб'єкта господарювання, з точки зору практики, неможливе без додаткового залучення необхідних ресурсів, що спричинює появу в структурі балансу зобов'язань довгострокового та короткострокового характеру, що загально репрезентують позиковий капітал. Вибір співвідношення між ними визначає рівень ефективної діяльності підприємства.

Кредитори та інвестори завжди звертають більшу увагу на тих суб'єктів, які в змозі самостійно фінансувати свою діяльність за рахунок коштів, що підвищує їхню надійність та знижує ризик неповернення боргів. На практиці, ефективність використання позикових коштів вища, ніж власних, адже власні кошти мають значно меншу стимулюючу властивість та роблять підприємство убезпеченим від зовнішнього нестабільного середовища. У той же час, позичені кошти у нерегульованих обсягах можуть значно ускладнити його діяльність та потребують додаткових витрат на управління та обслуговування боргів, зменшують ліквідність бізнесу та його привабливість.

В фінансовій літературі немає єдиного підходу до встановлення співвідношення власного і позикового капіталу, адже суб'єкти підприємницької діяльності намагаються оптимізувати структуру власних джерел фінансування на умовах індивідуальної та достатньої вигідності. Існує декілька методів оптимізації структури капіталу, найбільш розповсюдженими з яких є наступні:

- оптимізація структури капіталу з використанням ефекту фінансового важеля (теорія Міллера-Модільяні, ММ) за якою найбільш ефективним буде таке співвідношення власного та позикового капіталу, коли приріст чистої рентабельності власного капіталу та ефект фінансового левериджу (відсоток збільшення прибутковості власного капіталу за рахунок залучення позикових коштів в обіг) буде мати найбільше значення;

- оптимізація, що має на меті мінімізацію термінів окупності та рівня ризику залучення капіталу – пов'язана з вибором дешевих варіантів фінансування груп активів за допомогою консервативної, агресивної, компромісної фінансової політики підприємства;

- оптимізація на основі мінімальної вартості – оцінка власного та позикового капіталу за окремими його елементами, а також оцінка капіталу за його середньозваженою вартістю WACC.

Для бізнесу ці методи є монофакторними (враховуються лише витрати на залучення позикового капіталу), при виборі способів фінансування не враховується фактор часу; у процедурі вибору оптимального варіанту не використовуються сильні сторони та можливості окремих господарських суб'єктів. Управління оптимальною структурою капіталу, спрямоване на забезпечення розвитку бізнесу, має базуватися на індивідуальному аналізі всіх наявних та потенційних можливостей та розробки стратегії розвитку в довгостроковій перспективі, забезпечуючи інтереси всіх пов'язаних з його діяльністю суб'єктів.

Питання 3.

При організації малого бізнесу пошук джерел початкового капіталу є ключовим фактором його подальшого існування. До фінансових ресурсів, залучених із зовнішніх

джерел, належать кошти у формі прямих інвестицій, фінансування, довгострокових кредитів, кредиторської заборгованості, тимчасових (короткострокових) зобов'язань і т.д.

Питома вага власних фінансових ресурсів малих підприємств у структурі джерел фінансового забезпечення в середньому коливається в межах 35- 40% до загальної суми. Виявлення такої особливості дає можливість зробити висновок про можливість значної мобілізації фінансових ресурсів за рахунок зовнішніх джерел. Власні джерела, в свою чергу, поділяються на вперше залучені в оборот, тобто ті, з якими підприємство починає свою діяльність (статутний капітал) і які концентруються у стартовому капіталі, та повторно залучені в результаті перерозподілу коштів в активах та капіталі (нерозподілений прибуток, резервний капітал, іммобілізація залишкових поточних активів, додатковий капітал). Величина власних фінансових ресурсів тісно пов'язана з обсягом виробництва і ефективністю фінансово-господарської діяльності підприємства.

Основним джерелом інвестованого капіталу **підприємців – фізичних осіб** є їхні особисті кошти. Саме ці кошти або рішення закласти власний будинок чи квартиру переконують банкірів у серйозності намірів підприємців. Наприклад, у таких країнах як США й Італія на особисті накопичення припадає 90% коштів, які потрібні на створення нового бізнесу. В Україні також основну частину інвестованого капіталу підприємці отримують із власних накопичень або позичають у друзів чи родичів. У підприємців під час здійснення господарсько-фінансової діяльності основним джерелом поповнення власного капіталу виступає прибуток від неї. Без прибутку бізнес не може динамічно розвиватися.

Недарма бізнесмени кажуть: «Немає продажу – немає прибутку – немає бізнесу».

При нестачі власних коштів малий бізнес здійснює фінансове забезпечення господарської діяльності за рахунок зовнішніх джерел фінансування. У бізнесі існування позикового капіталу не є проблемою, адже при ефективній діяльності та впевненості в успішності проекту бізнес має ступінь віддачі у відтворенні більший, ніж плата за користування кредитом.

За умови відсутності власних заощаджень з метою здійснення капітальних вкладень для розширення власного виробництва, його модернізації та освоєння нових видів продукції малі підприємства прагнуть залучити довгострокові кошти і безпосередньо звертаються за кредитами до банків.

У господарській практиці провідна роль у фінансуванні підприємств малого бізнесу належить комерційним позичальникам. Найбільш традиційним джерелом поповнення фінансових ресурсів підприємницьких структур виступає **банківське кредитування**. Для формування, розвитку й розширення власної справи комерційні банки пропонують приватним підприємцям і власникам підприємств малого бізнесу численні кредитні програми, а саме: інвестиційне кредитування, багаторазові кредити на будь-які потреби за одним об'єктом застави, кредит на придбання основних засобів і нематеріальних активів, кредит на придбання обладнання й автотранспорту, кредит на поповнення обігових коштів і поточні потреби, програма експрес-кредитування тощо.

Складність в обслуговуванні банківських кредитів зумовлюється розмірами кредитів, складною процедурою прийняття банками відповідних рішень про кредитування, відсутність у суб'єктів малого підприємництва достатньої кількості майна, що може бути заставою при отриманні кредиту, небажання позичальників надавати банку інформацію про свій бізнес.

Альтернативою банківським установам є **кредитні спілки** – небанківські кредитні установи, які надають кредити підприємствам малого бізнесу досить оперативно й без зайвих бюрократичних процедур. Але отримати кредит можна лише ставши членом кредитної спілки. Вступ до кредитних спілок пов'язаний з додатковими витратами (сплата вступного й пайового внесків), а кредитні відсотки в кредитних спілках набагато вищі, ніж у банках.

Кредитування бізнесу може здійснюватися шляхом залучення **коштів постачальників** на умовах відстрочки платежу, тобто за отриманий товар кошти сплачуються не відразу, а через визначений за домовленістю час. За користування такими кредитними ресурсами відсотки не сплачуються, а у випадках, коли сума боргу буде погашена достроково,

постачальник може надавати покупцеві знижку з ціни. В період відстрочки платежу можна вільно маневрувати коштами, що передбачені для оплати і отримати певну економічну вигоду

До фінансування підприємств малого бізнесу залучаються й кошти **міжнародних кредитних організацій** в рамках програм підтримки малого й середнього бізнесу. Наприклад, здійснюються програми мікрокредитування Європейським банком реконструкції й розвитку, Німецько-Українським фондом, фондом Євразія, Координатором проектів ОБСЄ в Україні та агентством США з Міжнародного розвитку.

Одним із фінансових джерел державної підтримки малого бізнесу є **кошти державного Фонду соціального страхування**. Підприємництво є одним із видів зайнятості. Тому підприємці, які перебувають на обліку в центрі зайнятості можуть пройти відповідну підготовку, скласти бізнес-план, захистити його перед спеціальною комісією й отримати кошти, які нараховуються йому як одноразова допомога по безробіттю.

Формування фінансових ресурсів суб'єктів малого підприємництва залежить від виду економічної діяльності, тривалості виробничого циклу, стану ринку збуту готової продукції, застосування прогресивних форм розрахунків, податкового навантаження, цінової політики, системи кредитування суб'єктів малого підприємництва. Наприклад, у промисловості співвідношення власних, позичених і залучених коштів становить 60%/10%/30% (зумовлюється необхідністю значних ресурсів на етапі становлення), відповідно, тоді як у торгівлі 7%/45%/48% (пояснюється високим рівнем готової продукції та швидкістю операційного циклу), у будівництві –15%/25%/60% (пояснюється залучення до проектів інвестиційних ресурсів).

Загальний висновок за темою лекції.

За економічною суттю фінанси малого бізнесу – це форми і методи створення та використання фондів фінансових ресурсів для забезпечення господарської діяльності підприємства. При організації малого бізнесу пошук джерел початкового капіталу є ключовим фактором його подальшого існування. У господарській практиці провідна роль у фінансуванні підприємств малого бізнесу належить комерційним позичальникам.

Питання для контролю знань:

1. Як визначити суму початкового капіталу для ведення бізнесу?
2. Які види бізнесу не вимагають наявності початкового капіталу?
3. В чому полягає особливість фінансової діяльності малого підприємства?
4. Охарактеризуйте основні моделі оптимізації структури капіталу.
5. Які джерела фінансування малого бізнесу існують?
6. Яка роль міжнародних організацій у забезпеченні фінансування малого бізнесу?

Питання для самостійного опрацювання матеріалу лекції:

1. Сутність та структура активів малого бізнесу
2. Управління основними засобами малого бізнесу
3. Управління нематеріальними активами бізнесу
4. Управління оборотним капіталом малого бізнесу

Питання для підготовки до семінарського заняття:

1. Джерела формування фінансових ресурсів малого бізнесу .
2. Управління активами малого бізнесу

Укладач(і): _____ **Гринчишин Ярослав Миколайович, к.е.н., доцент**
(підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

Конспект лекції № 3

Тема № 2. Зовнішні джерела фінансового забезпечення малого бізнесу та особливості його кредитування

(назва теми відповідно до РПНД)

Міжпредметні зв'язки

забезпечуючі: «Фінансовий аналіз», «Фінанси підприємств», «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Фінансовий менеджмент».

забезпечувані: «Фінансова безпека»

Мета лекції *Розкрити структуру зовнішніх джерел фінансування малого бізнесу та особливості його кредитування*

План лекції (навчальні питання):

- 1.Зовнішні джерела фінансування малого бізнесу
- 2.Кредитування малого бізнесу
- 3.Лізинг як альтернативний вид фінансування малих підприємств
- 4.Франчайзинг як форма ведення бізнесу

Опорні поняття:

Зовнішні джерела фінансування, комерційні позичальники, державні позичальники, кредитування, лізинг, франчайзинг.

Інформаційні джерела:

Законодавчі та нормативні акти:

- 1.Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» від 1 липня 2014р. № 1555-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1555-18>.
- 2.Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва»: Наказ Міністерства фінансів України від 25.02.2000 р., № 36. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://zakon1.rada.gov.ua/>.
- 3.Податковий кодекс України (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

Основна та допоміжна література:

Основна:

- 1.Бедринець М. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посіб. / М. Д. Бедринець, А. В. Сурженко. – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 352 с.
- 2.Білик М.Д., Білик Т.О. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування. Монографія / М.Д. Білик, Т.О. Білик. – К.: ТОВ «Пан Тот»Ю, 2012. – 280 с.
- 3.Буряк Л. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посібн. / Л. Д. Буряк. – К.: Вид-во «КНЕУ», 2007. – 423 с.
- 4.Фастовець А.А., Фисун І.В. Фінанси малого бізнесу: навч. посіб./ Фастовець А.А., Фисун І.В. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 302 с.

Допоміжна:

- 1.Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Т-во «Знання», КОО. 2001. – 277 с.
- 2.Дрига С.Г. Мале підприємництво України: становлення, механізми управління та підтримки: монографія / С.Г. Дрига; НДІ економіки Міністерства економіки України. – К. : ДКС центр, 2009. – 359 с.

3. Пітер Уїлсон. Фінансовий менеджмент в малому бізнесі. – М.: Аудит, 1995. – 255 с.
4. Гура Н.О. Облік на підприємствах малого бізнесу: навч. посіб. / Н.О. Гура. – К.: Знання, 2007. – 310 с.

Інтернет ресурси:

1. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.gov.ua>
3. Офіційний сайт Doing Business [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.doingbusiness.org/>
4. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/>.

Навчальне обладнання: мультимедійний проектор, презентація

ВИКЛАД МАТЕРІАЛУ ЛЕКЦІЇ

Питання 1.

Зовнішні джерела фінансування малого бізнесу поділяються на дві великі групи: кошти державних позичальників і кошти комерційних (приватних) позичальників (Рис. 1). Провідна роль у фінансуванні підприємств малого бізнесу належить комерційним позичальникам.



Рис. 1. Джерела мобілізації позикових коштів підприємствами малого бізнесу

Найбільш традиційним джерелом поповнення фінансових ресурсів підприємницьких структур виступає **банківське кредитування**. Для формування, розвитку й розширення власної справи комерційні банки пропонують приватним підприємцям і власникам підприємств малого бізнесу численні кредитні програми, а саме: інвестиційне кредитування,

багаторазові кредити на будь-які потреби за одним об'єктом застави, кредит на придбання основних засобів і нематеріальних активів, кредит на придбання обладнання й автотранспорту, кредит на поповнення обігових коштів і поточні потреби, програма експрес-кредитування тощо.

Можливості отримати банківський кредит є обмеженими з багатьох причин. Серед них незацікавленість банків у видачі невеликих за розмірами кредитів, складна процедура прийняття банками відповідних рішень про кредитування, відсутність у суб'єктів малого підприємництва майна, що може бути заставою при отриманні кредиту, небажання позичальників надавати банку інформацію про свій бізнес, упередження малих підприємств щодо доцільності та доступності залучення кредитного фінансування, досить тривалий термін розгляду банками кредитної заявки тощо. Основними ж причинами недостатнього банківського кредитування підприємств малого бізнесу є відсутність на державному рівні чіткого механізму його підтримки.

Законопроекти, що стосуються розвитку малого бізнесу в Україні, носять чисто декларативний характер: стверджується необхідність підтримки малого бізнесу, розроблені певні цільові програми, але при цьому набір конкретних заходів, спрямованих на реалізацію заявлених цілей, досить обмежений.

З боку банків підприємцям для задоволення потреби в оборотному капіталі надається така послуга як **факторинг** – передача банку або фінансовій компанії неоплачених боргових зобов'язань, що виникають між контрагентами в процесі реалізації товарів і послуг на умовах комерційного кредиту та супроводжуються елементами юридичного, страхового, інформаційного та бухгалтерського обслуговування клієнтів (рис. 2).



Рис. 2. Порядок проведення факторингових операцій

Альтернативою банківським установам є **кредитні спілки** – небанківські кредитні установи, які надають кредити підприємствам малого бізнесу досить оперативно й без зайвих бюрократичних процедур. Але отримати кредит можна лише ставши членом кредитної спілки. Вступ до кредитних спілок пов'язаний з додатковими витратами (сплата вступного й пайового внесків). Кредитні відсотки в кредитних спілках зазвичай вищі, ніж у комерційних банках.

Сучасною формою товарного кредиту виступає **фінансовий лізинг**, що передбачає придбання майна і передачу його фізичним або юридичним особам на договірних умовах на визначений строк (не менше 1 року) за встановлену плату з правом викупу майна лізингоотримувачем. Це дозволяє підприємцям зменшити витрати щодо придбання засобів

виробництва за рахунок невеликих авансових виплат, щоб забезпечити право користуватися майном, а потім за рахунок прибутків, отриманих від діяльності з використання майна, виплачувати решту його вартості. Серед видів майна, що найчастіше передається в лізинг: харчове, торгівельне, поліграфічне, медичне обладнання, а також автотранспортні засоби. Найчастіше ця форма товарного кредиту стосується придбання устаткування. Незважаючи на те, що лізинг набув великої популярності в країнах з розвинутою ринковою економікою, в Україні лізингові компанії не дуже поширені. Найбільшу частку серед незначної кількості вітчизняних лізингових компаній посідають компанії, що займаються передачею в лізинг сільськогосподарської техніки.

Кредитування бізнесу може здійснюватися шляхом залучення **коштів постачальників** на умовах відстрочки платежу, тобто за отриманий товар кошти сплачуються не відразу, а через визначений за домовленістю час. За користування такими кредитними ресурсами відсотки не сплачуються. У випадках, коли сума боргу буде погашена достроково, постачальник може надавати покупцеві знижку з ціни.

До фінансування підприємств малого бізнесу залучаються й кошти **міжнародних кредитних організацій** в рамках програм підтримки малого й середнього бізнесу. Наприклад, здійснюються програми мікрокредитування Європейським банком реконструкції й розвитку, Німецько-Українським фондом, фондом Євразія, Координатором проектів ОБСЄ в Україні та Агентством США з Міжнародного розвитку.

До державних позичальників малого бізнесу, в першу чергу, належать **Регіональні фонди підтримки підприємництва (РФПП)**, які створюються на обласному й районному рівнях. Ці фонди не є підприємницькими структурами і здійснюють свою діяльність як державні фінансові посередники шляхом об'єднання фінансових, матеріальних, нематеріальних та інших ресурсів засновників і учасників, спрямованих на підтримку та розвиток підприємництва. Напрямами діяльності фондів виступають: удосконалення нормативно-правової бази РФПП, моніторинг упровадження об'єктами підприємницької діяльності окремих бізнес-проектів, фінансово підтриманих у попередні роки; захист майнових прав держави в особі РФПП; реалізація регіональної політики, співпраця з місцевими органами влади; аналіз стану реалізації профінансованих підприємницьких проектів; формування пропозицій до проекту заходів щодо виконання Комплексної програми розвитку малого підприємництва в області; підготовка та подання пропозицій до проекту заходів щодо виконання Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні; співпраця з іншими органами й організаціями у сфері сприяння підприємству; реалізація міжнародного проекту за рахунок коштів, наданих Координатором проектів ОБСЄ в Україні та Агентством США з міжнародного розвитку.

Одним із фінансових джерел державної підтримки малого бізнесу є **кошти державного Фонду загальнообов'язкового соціального страхування на випадок безробіття**. Підприємництво є одним із видів зайнятості. Тому підприємці, які впродовж трьох місяців перебувають на обліку в центрі зайнятості можуть пройти відповідну підготовку, скласти бізнес-план, захистити його перед спеціальною комісією й отримати кошти, які нараховуються йому як одноразова допомога по безробіттю. Розміри допомоги при цьому залежать від розмірів заробітку підприємця за останнім місцем роботи.

Питання 2.

Організація кредитування суб'єктів малого підприємництва має певні особливості й відрізняється від трансформаційного процесу кредитування. Передусім особливість кредитування виходить із сутності малого бізнесу, в якому важливе значення має особистісний фактор, тобто надання кредиту комерційним банком залежить від авторитету керівника (власника) малого підприємства, професіоналізму, досвіду роботи, своєчасного виконання зобов'язань перед бюджетом, позабюджетними державними фондами, кредитними установами. Отже успіх бізнесу значною мірою залежить від особистості керівника. Часто мале підприємство й приватна сфера позичальника настільки переплетені,

що поділ між цими двома сферами доволі проблематичний, а інколи навіть неможливий. Звідси можна зробити такий висновок: чим менший абсолютний обсяг господарської діяльності малого підприємства, тим важливішими стають у процесі вирішення питання надання кредиту особистісні якості позичальника.

Другою особливістю кредитування малого бізнесу є те, що кожен етап кредитного циклу виконується за особистої участі кредитного експерта. При цьому юридичний відділ, фахівець з оцінки застави й служба безпеки беруть участь як консультанти тільки в нестандартних ситуаціях. Слід зазначити, що залучення потенційних клієнтів є однією з функцій, яка покладена на кредитного експерта. Це пояснюється тим, що мікропозичальник, який може бути фізичною або юридичною особою, зазвичай, є неготовий до співпраці з банком або взагалі не знає про таку можливість. Обов'язком кредитного експерта є інформування про наявність такого виду кредитування. Особистісний контракт є визначальний на початковому етапі співпраці.

Третьою особливістю кредитування суб'єктів малого підприємництва є те, що для поліпшення ефективності роботи кредитного експерта, скорочення часу обробки заявок, а також оптимізації функцій документарного обігу й звітності передбачається наявність підрозділу «back office». Цей підрозділ має складатися з невеликої кількості працівників (наприклад, двох). У функції цього підрозділу входять уся бухгалтерська робота, пов'язана з видачею та погашенням кредитів, веденням бази даних і статистичної звітності за кредитним портфелем, підготовкою банківських документів, зокрема договорів на видачу кредитів, формуванням кредитних справ та ін.

Але головною особливістю кредитування суб'єктів малого бізнесу є відмінності в проведенні фінансово-економічного й соціально-економічного аналізу потенційного позичальника. Однак методика оцінювання кредитоспроможності суб'єкта підприємницької діяльності фізичної або юридичної особи враховує мінімально необхідні вимоги, рекомендовані НБУ щодо оцінювання фінансового стану підприємства згідно з положенням НБУ «Про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків».

Загалом, кредитоспроможність малих підприємств може оцінюватись так само же чином, як і здатність до погашення позики у великих підприємств, а саме: на основі аналізу коефіцієнтів кредитоспроможності, руху грошового потоку та оцінки ділового ризику. Проте використання банком традиційних методів аналізу утруднюється, що пов'язано передусім зі складністю для підприємств вести бухгалтерський та управлінський облік, а витрати на аудиторську перевірку є доволі значними. Отже, перед банком постає проблема якості наданої позичальником інформації. Таким чином, оцінка кредитоспроможності позичальника ґрунтується не стільки на аналізі фінансової звітності, скільки на особистісному знанні працівником банку бізнесу позичальника. Така технологія передбачає наявність постійних зв'язків з позичальником: виїзний і безвиїзний моніторинг. У малих і середніх підприємствах, а особливо це характерно для приватних підприємців, існує тісний зв'язок між підприємством і його господарською діяльністю.

За першими двома критеріями (оцінка характеру позичальника, оцінка ділового ризику) кредитний експерт вивчає кредитну історію позичальника, а саме: чи отримував раніше позичальник кредит, своєчасність його погашення та сплата відсотків за кредитом, ефективність використання отриманого кредиту та його цільове призначення. Кредитний експерт збирає інформацію про засновників малого підприємства, розмір його статутного капіталу.

У результаті аналізу фінансових показників господарської діяльності визначається ряд коефіцієнтів: коефіцієнт загальної ліквідності (розраховується як відношення короткострокових активів до короткострокових пасивів). Цей коефіцієнт характеризує можливість підприємства в термін до одного року розрахуватися за поточними зобов'язаннями. Розрахункове нормативне значення показника більше одиниці. Значення

показника менше одиниці означає, що підприємство фінансує свої «довгі» активи за рахунок короткострокової заборгованості, що є неприпустимим.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності (розраховується як відношення грошових коштів до короткострокових пасивів) характеризує можливість підприємства розрахуватися негайно за своїми зобов'язаннями. Розрахункове нормативне значення більше 0,2.

Відхилення цього показника у бік менше 0,2 означає, що підприємство не в змозі забезпечити негайне виконання своїх зобов'язань. Однак здебільшого цей показник краще розглядати за значну кількість періодів, оскільки його значення доволі прив'язане до миттєвих надходжень на рахунок позичальника.

Частка власного капіталу розраховується як відношення суми власних коштів до загальних активів підприємства та характеризує ступінь незалежності підприємства від залученого капіталу. Розрахункове нормативне значення більше 0,5. Невиконання рівня цього показника свідчить про високу залежність підприємства від залучених ресурсів, що значно підвищує ризики його діяльності (якщо рівень граничний, необхідно розглядати якість показників ліквідності та платоспроможності). Для банку, у процесі розгляду справи позичальника цей коефіцієнт має доволі вагоме значення, адже з погляду психологічного фактора, позичальник повинен ризикувати більше (більшими коштами), ніж банк.

Коефіцієнт маневреності (розраховується відношенням різниці підсумка першого розділу пасиву балансу та підсумка першого розділу активу балансу до власних коштів) характеризує суму власних фінансових ресурсів, що спрямовується на формування оборотного капіталу. Розрахункове нормативне значення більше 0,1 проте на практиці здебільшого вимагають, щоб цей показник мав щонайменше позитивне значення. Від'ємне значення показника означає, що підприємство фінансує свій основний капітал за рахунок залучених ресурсів, що значно підвищує ризики його діяльності.

Оборотність товарно-матеріальних запасів характеризує тривалість одного обороту товарно-матеріальних запасів. Цей показник необхідно розглядати в динаміці. Якщо в звітному періоді тривалість одного обороту товарно-матеріальних запасів скорочується порівняно з минулим, то підвищується ефективність використання товарно-матеріальних ресурсів.

У процесі аналізу фінансового стану фірми визначаються показники оборотності дебіторської та кредиторської заборгованості. Ці показники аналогічно попередньому визначаються в динаміці, і скорочення оборотності заборгованості позитивно характеризує роботу фірми.

Додатково зазвичай здійснюється прогноз руху грошових коштів (cashflow). Його мета — встановити вірогідність того, що позичальник буде спроможний створити адекватний грошовий потік з метою виконання своїх зобов'язань за кредитною угодою.

Доволі важливим є питання забезпечення кредиту, однак рішення кредитного комітету головним чином ґрунтується на фінансовому стані малого підприємства. За програмою мікрокредитування застосовується комплексний підхід до підбору забезпечення за кредитом, що пов'язане з диверсифікацією ризиків втрати застави, а також приділяється особлива увага особистісній відповідальності власника бізнесу за зобов'язаннями позичальника.

Світова практика визначення банком кредитоспроможності

малих і середніх підприємств складається з таких елементів:

- оцінка ділового ризику;

- оцінка фінансових показників діяльності;

- особистісні контакти з клієнтом працівника банку;

- оцінка особистісного фінансового стану власника фірми.

Забезпеченням за зобов'язанням можуть бути: нерухомість, обладнання, транспорт, товари, застава та порука третіх осіб.

Отже, найбільшу увагу в процесі розгляду кредитного проекту на кредитному комітеті банку приділяють репутації позичальника в діловому світі, групі кредитних (фінансових) показників, що відображають можливість малого підприємства, виходячи з поточної

господарської діяльності, розраховуватися за кредитами, ступеня незалежності суб'єкта малого підприємництва та якості забезпечення за позикою.

Таким чином, основними факторами, що впливають на можливість кредитування певного проекту, є здатність повернення кредиту, виходячи з поточної фінансово-господарської діяльності, ефективність ведення бізнесу та наявність забезпечення повернення позики.

На практиці основна увага в процесі визначення кредитоспроможності приділяється поточному фінансовому стану позичальнику зокрема його здатності, виходячи з наявних грошових потоків, своєчасно розраховуватися за кредитом, ефективності використання наявних грошових коштів, зацікавленості позичальника в успішній реалізації проекту.

Питання 3.

Фінансовий лізинг (характеризується в міжнародній практиці як "капітальний лізинг" або "лізинг з повною окупністю активу, що лізингується") характеризується складною системою економічних відносин — орендних, торгових, кредитних тощо. Механізм орендних стосунків фінансового лізингу був розглянутий при викладенні питання поновлення позаоборотних активів. У цьому розділі розглядаються особливості фінансового лізингу як однієї з форм фінансового кредиту, тобто кредитні стосунки, які пов'язані з його функціонуванням і специфікою управління.

Кредитні стосунки фінансового лізингу характеризуються багатоаспектністю, яка проявляється в достатньо широкому діапазоні.

1. Фінансовий лізинг задовольняє потребу в найбільш дефіцитному виді позичкового капіталу — довгостроковому кредиті.

На сучасному етапі довгострокове банківське кредитування підприємств зведено до мінімуму. Це серйозне гальмо у здійсненні підприємствами інвестиційної діяльності, що пов'язана з поновленням і розширенням складу їх позаоборотних активів.

Використання фінансового лізингу з цією метою дозволяє задовольнити потреби підприємства в залученні довгострокового кредиту значною мірою.

2. Фінансовий лізинг забезпечує повний об'єм задоволення конкретної цільової потреби підприємства в позичкових коштах. Використання фінансового лізингу з конкретною метою поновлення і розширення складу активної частини операційних позаоборотних активів дозволяє підприємству повністю виключити інші форми фінансування цього процесу за рахунок як власного, так і позичкового капіталу, зменшує залежність підприємства від банківського кредитування.

3. Фінансовий лізинг автоматично формує повне забезпечення кредиту, що зменшує вартість його залучення. Формою такого забезпечення є сам лізинговий актив, який у випадку фінансової неспроможності (банкрутства) підприємства може бути реалізований кредитором з метою відшкодування несплаченої частини лізингових платежів і суми неустойки по угоді. Додатковою формою такого забезпечення кредиту є обов'язкове страхування лізингового активу лізингоотримувачем (рейтером) на користь лізингодавача (ліссора). Зменшення рівня кредитного ризику (і, відповідно, його премії за ризик) створює передумови для відповідного зменшення вартості залученого підприємством цього виду фінансового кредиту (порівняно з банківським кредитом).

4. Фінансовий лізинг забезпечує покриття "податковим щитом" всього об'єму залученого кредиту. Лізингові платежі, які забезпечують амортизацію всієї суми основного боргу за залученим кредитом, входять у склад витрат підприємства, і відповідним чином зменшують суму його оподаткованого доходу. За банківським кредитом аналогічний "податковий щит" поширюється лише на платежі з обслуговування кредиту, а не на суму основного боргу за ним. Крім того, певна система податкових пільг поширюється і на лізингодавача.

6. Фінансовий лізинг забезпечує більш широкий діапазон форм платежів, пов'язаних з обслуговуванням боргу. На відміну від банківського кредиту, де обслуговування боргу і повернення основної його суми здійснюється у формі грошових платежів, фінансовий лізинг

передбачає можливість здійснення таких платежів у іншій формі, наприклад, у формі постачання продукції, що була вироблена за участю лізингованих активів.

Фінансовий лізинг забезпечує більшу гнучкість у термінах платежів, пов'язаних з обслуговуванням боргу. На відміну від традиційної практики обслуговування і погашення банківського кредиту, фінансовий лізинг надає підприємству можливість здійснення лізингових платежів за значно ширшим діапазоном схем з урахуванням характеру використання лізингованого активу, терміну його використання тощо. У цьому відношенні фінансовий лізинг є для підприємства переважаючим кредитним інструментом.

7. Фінансовий лізинг характеризується більш спрощеною процедурою оформлення кредиту порівняно з банківською. Як

свідчить сучасний вітчизняний і зарубіжний досвід, при лізинговій угоді об'єм затрат часу і перелік необхідної документації суттєво нижчий, ніж при складанні угоди з банком про надання довгострокового фінансового кредиту. Значною мірою цьому відповідає суворо цільове використання отриманого кредиту і надійне його забезпечення при фінансовому лізингу.

8. Фінансовий лізинг забезпечує зменшення вартості кредиту за рахунок ліквідаційної вартості лізингованого активу. Оскільки при фінансовому лізингу після завершення лізингового періоду відповідний актив передається у власність лізингоотримувача, то після повної його амортизації він має можливість реалізувати його за ліквідаційною вартістю. На суму цієї ліквідаційної вартості (приведеної шляхом дисконтування до справжньої вартості) умовно зменшується сума кредиту з лізингової угоди,

9. Фінансовий лізинг не вимагає формування на підприємстві фонду погашення основного боргу у зв'язку з поступовістю його амортизації. Оскільки при фінансовому лізингу обслуговування основного боргу і його амортизація здійснюється одночасно (тобто включені в склад лізингових платежів у комплексі), по закінченню лізингового періоду вартість основного боргу з лізингованого активу зводиться до нуля. Це позбавляє підприємство від необхідності відволікання власних фінансових ресурсів на формування фонду погашення.

Питання 4.

Вигоду від організації бізнесу можна збільшити за рахунок використання переваг об'єднання зусиль, при чому не лише представників малого бізнесу, але і спільною співпрацею малого, середнього та великого підприємництва. Саме в цьому випадку доцільним є застосування відносно нового інструменту — *франчайзингу*, який передбачає використання ідей, потенціалу одних підприємств та ресурсів і можливостей інших, забезпечуючи ефективну співпрацю та отримання вигоди від здійснення конкретного виду діяльності.

Франчайзинг — це така організація бізнесу, у якій підприємство (франчайзер) передає незалежній людині або підприємству (франчайзі) право на продаж продукту або послуг цього підприємства. Франчайзі зобов'язується продавати цей продукт або послуги заздалегідь за встановленими законами та правилами ведення бізнесу, які встановлює франчайзер. В обмін на здійснення всіх цих правил франчайзі отримує дозвіл використовувати ім'я підприємства, його репутацію, продукт та послуги, маркетингові технології, експертизу та механізми підтримки. Тобто, в сучасних умовах франчайзинг — це право, яке надає можливість франчайзі розпочинати власний бізнес або здійснювати певний вид діяльності під торговою маркою франчайзера на основі укладеної франчайзингової угоди.

У свою чергу, франчайзингова угода — це привабливіші умови започаткування бізнесу за рахунок використання ефективної практики, досвіду успішних підприємств, певна підтримка у всіх сферах: від закупки сировини і вибору технології до збуту готової продукції безпосереднім споживачам. Якщо підприємці не готові створювати власний бізнес з нуля, але бажають інвестувати капітал, вони можуть придбати франшизу — комплекс благ, що складається з прав користування брендом і бізнес-моделлю франчайзера, а також інших благ,

необхідних для створення та ведення бізнесу. В якості франшизи можуть виступати методи ведення бізнесу, товарний знак, технологія зі взаємними зобов'язаннями і пільгами між франчайзером і франчайзі, що надаються за плату та оформлені відповідно до закону про охорону інтелектуальної власності.

Як правило, при придбанні франшизи підприємці отримують готове підприємство, але при управлінні його діяльністю необхідно виконувати вказівки франчайзера, які стосуються: товару чи послуги, методів продажу, контролю над витратами, звітності, тривалості робочого дня тощо.

Світовий досвід засвідчує, що придбання франшизи є найбільш безпечним способом розпочати власний бізнес.

Ринок франчайзингу в Україні на сьогодні набуває досить високої активності та стає більш привабливим для іноземних інвесторів. На даний момент найбільш привабливими та прибутковими видами економічної діяльності України, в яких розвиваються та працюють франчайзингові компанії є роздрібна *торгівля, громадське харчування, послуги для вітчизняного бізнесу*. Так, наприклад, відомими франчайзинговими підприємствами є: McDonald's, Xerox, Coca-Cola, Ford, Hilton, Zinger, Kodak, Benetton, Pepsi Co. В Україні — це ТМ «Піцца Челентано», Форнетті, Дім кави, Картопляна хата, ТМ «Михайло Воронін», ТМ «ZARINA», «Галопом по Європам», «Наша Ряба» та ін.

До гарантій франчайзера відносять: використання назви компанії, постійна допомога в управлінні, підготовка керівних кадрів, фінансова допомога, оптові ціни при закупівлях.

Зобов'язаннями франчайзі виступають: виплата франшизних платежів, дотримання процедур, здійснення мінімальних інвестицій, дотримання стандартів якості, підтримання ділових стосунків.

В залежності від змісту франчайзингового пакету виділяють наступні види франчайзингу: *виробничий, товарний, сервісний, франчайзинг бізнес-формату*.

Виробничий франчайзинг передбачає передачу франчайзером франчайзингу запатентованих технологій й сировини для виробництва певної продукції. Частіше всього франчайзер виробляє і поставляє напівфабрикати, технологія виробництва яких являє собою комерційну таємницю. Прикладом виробничого франчайзингу може бути виробництво безалкогольних напоїв. Предметом франчайзингової угоди при цьому виступають продаж на пільгових умовах спеціального обладнання для виробництва певної продукції.

Товарний франчайзинг передбачає поставку франчайзі на пільгових умовах визначеного асортименту товарів для продажу їх за певними технологіями. При цьому детально виписуються вимоги до технологій продажу та використання товарного знака. Окрім цього франчайзер забезпечує франчайзі рекламною, консультативною, інформаційною підтримкою, надає послуги з навчання й стажування персоналу. Товарний франчайзинг застосовується при продажу бензину, автомобілів, велосипедів, алкогольних й безалкогольних напоїв.

Сервісний франчайзинг, окрім передачі обладнання й надання права продажу послуг, здійснює передачу технологій продажу, обслуговування клієнтів, а також контролюються усі аспекти їх застосування. Він являє собою синтез двох попередніх видів франчайзингу у сфері послуг.

Франчайзинг бізнес-формату, окрім передачі франчайзі прав на використання фірмового знака, передає йому відпрацьовану модель організації ведення бізнесу (детальні технології й правила ведення бізнесу, включаючи роботу з нерухомістю, оформленням інтер'єрів приміщень, освітлення, розташування меблів, зовнішнього вигляду співробітників, специфіки роботи з постачальниками, рекламної політики тощо). Класичним прикладом франчайзингу бізнес-формату є мережа «Mc Donalds».

Франчайзингові системи можуть набувати різноманітних форм й об'єднувати виробників з виробниками, виробників з оптовими підприємствами, виробників з роздрібними підприємствами, оптового підприємства з роздрібним, роздрібних підприємств обслуговування тощо.

Перед укладанням договору франчайзі необхідно визначити вартість франшизи. Для цього рекомендується скласти бізнес-план й визначити всі витрати, до яких відносять:

За використання товарного знаку, ноу-хау, технологій, інформаційної підтримки франчайзі сплачує франчайзеру **роялті** або **паушальний платіж (визначено в договорі)**. У перекладі з французької «**роялті**» означає «частка короля». Мовою франчайзингу «роялті» – це регулярні платежі франчайзі своєму франчайзеру. Існує три види роялті:

☐ процент з обороту, за якого франчайзі сплачує франчайзеру процент від об'єму продажу за певний період роботи (становить від 0,5% до 15%);

☐ процент з маржі – процент від націнки на товар (різниця між оптовою та роздрібною ціною);

☐ фіксований роялті – регулярний платіж, розмір якого визначено договором і розраховується відповідно до вартості франчайзера, кількості підприємств, клієнтської бази (характерний для бізнесу, де точно визначити обсяги продажів неможливо).

Іноді користуються усередненою ставкою роялті, орієнтуючись на світовий показник фіксованого значення виплат для даної сфери підприємництва. Договір франшизи може затвердити навіть нульовий рівень роялті або період, протягом якого не потрібно буде нічого платити (у разі, коли окупність інвестицій довгострокова). Різні види роялті дозволяють ефективно врегулювати фінансові відносини між франчайзером і партнером, гарантуючи власникові стабільний дохід.

Паушальний платіж є фіксованою одноразовою виплатою франчайзі на користь франчайзера за вступ в франчайзингову мережу. Розмір паушального платежу залежить від витрат на створення цієї мережі, цінності бренду, сервісних послуг для франчайзі, а також всіх інших витрат, які несе франчайзер в процесі реєстрації франшизного підприємства та рівень одержуваного прибутку франчайзером індивідуально від кожного франчайзі.

Таким чином, франчайзинг є успішною формою ведення бізнесу, що розвивається у всьому світі тому, що в ньому гармонійно поєднується стимул особистого володіння з управлінською й технічною майстерністю крупного бізнесу. Для підприємців франчайзинг є відносно швидким шляхом для економічного зростання, адже вони отримують вже готові підприємства. Для франчайзера він дає можливість швидко розширювати свій бізнес шляхом продажу.

Загальний висновок за темою лекції.

Зовнішні джерела фінансування малого бізнесу поділяються на дві великі групи: кошти державних позичальників і кошти комерційних позичальників. Основними причинами недостатнього банківського кредитування підприємств малого бізнесу є відсутність на державному рівні чіткого механізму його підтримки. Сучасною формою товарного кредиту виступає фінансовий лізинг, що передбачає придбання майна і передачу його фізичним або юридичним особам на договірних умовах на визначений строк за встановлену плату з правом викупу майна лізингоотримувачем. Застосування франчайзингу передбачає використання ідей, потенціалу одних підприємств та ресурсів і можливостей інших, забезпечуючи ефективну співпрацю та отримання вигоди від здійснення конкретного виду діяльності.

Питання для контролю знань:

1. Назвіть принципи організації фінансів малих підприємств?
2. Які функції фінансів підприємств?
3. Що таке фінанси малого бізнесу?
4. Назвіть типи малих фірм за Дж.Ван Хорном.
5. Яка структура фінансового механізму в малому бізнесі?
6. В чому полягає специфіка організації фінансового менеджменту?

Питання для самостійного опрацювання матеріалу лекції:

- 1.Кредитування малого бізнесу кредитними спілками.
- 2.Комерційний кредит.
- 3.Залучення коштів міжнародних організацій на розвиток малого бізнесу.

Укладач(і): _____ **Гринчишин Ярослав Миколайович, к.е.н., доцент**
(підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

Конспект лекції № 4

Тема № 4. Основні напрями управління фінансовими ресурсами на малих підприємствах та особливості оподаткування малого бізнесу

(назва теми відповідно до РПНД)

Міжпредметні зв'язки

забезпечуючі: «Фінансовий аналіз», «Фінанси підприємств», «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Фінансовий менеджмент».

забезпечувані: «Фінансова безпека»

Мета лекції *Розкрити особливості управління фінансами в малому бізнесі, порядок оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва*

План лекції (навчальні питання):

1. Особливості управління фінансами в малому бізнесі та його пріоритетні напрями.
2. Оподаткування малого бізнесу за спрощеною системою
3. Особливості обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва

Опорні поняття:

Особливості фінансів в малому бізнесі, чинники фінансового менеджменту в малому бізнесі, спрощена система оподаткування, форми бухгалтерського обліку, фінансова звітність малих підприємств.

Інформаційні джерела:

Законодавчі та нормативні акти:

4. Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» від 1 липня 2014р. № 1555-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1555-18>.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва»: Наказ Міністерства фінансів України від 25.02.2000 р., № 36. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://zakon1.rada.gov.ua/>.
6. Податковий кодекс України (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

Основна та допоміжна література:

Основна:

5. Бедринець М. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посіб. / М. Д. Бедринець, А. В. Сурженко. – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 352 с.
6. Білик М.Д., Білик Т.О. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування. Монографія / М.Д. Білик, Т.О. Білик. – К.: ТОВ «Пан Тот»Ю, 2012. – 280 с.
7. Буряк Л. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посібн. / Л. Д. Буряк. – К.: Вид-во «КНЕУ», 2007. – 423 с.
8. Фастовець А.А., Фисун І.В. Фінанси малого бізнесу: навч. посіб./ Фастовець А.А., Фисун І.В. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 302 с.

Допоміжна:

5. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Т-во «Знання», КОО. 2001. – 277 с.
6. Дрига С.Г. Мале підприємництво України: становлення, механізми управління та підтримки: монографія / С.Г. Дрига; НДІ економіки Міністерства економіки України. – К. : ДКС центр, 2009. – 359 с.
7. Пітер Уілсон. Фінансовий менеджмент в малому бізнесі. – М.: Аудит, 1995. – 255 с.

8. Гура Н.О. Облік на підприємствах малого бізнесу: навч. посіб. / Н.О. Гура. – К.: Знання, 2007. – 310 с.

Інтернет ресурси:

1. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.gov.ua>
3. Офіційний сайт Doing Business [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.doingbusiness.org/>
4. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/>.

Навчальне обладнання: мультимедійний проектор, презентація

ВИКЛАД МАТЕРІАЛУ ЛЕКЦІЇ

Питання 1.

Фінансам малого бізнесу, з одного боку, властиві риси, що характеризують економічну природу фінансів в цілому, а з іншого – в організації фінансів, структурі джерел фінансових ресурсів, взаєморозрахунках з бюджетом – вони мають ряд відмінних особливостей.

Фінанси малого бізнесу – це сукупність економічних відносин з приводу акумуляції та ефективного розміщення фінансових ресурсів, що спрямовується на розвиток малого бізнесу з метою реалізації підприємницьких ідей та примноження його вартості на основі знань специфічних законів, за якими розвивається малий бізнес. Реалізація наукового підходу щодо управління фінансами малого бізнесу потребує визначення **особливостей**, що їм притаманні порівняно з середнім і великим бізнесом. До них можна віднести наступні:

1. **Невеликі обсяги капіталу**, що знаходяться в розпорядженні малих фірм. Це є передумовою його маневреності (швидкого переливання з одних сфер діяльності в інші), а також того, що початок підприємницької діяльності не пов'язаний з пошуком значних обсягів стартового капіталу. Це можуть бути власні накопичення підприємця, накопичення його родини чи друзів.

2. Підприємствам малого бізнесу притаманний **високий рівень підприємницьких ризиків**. Відомо, що між ризиком і прибутком існує тісний прямо пропорційний зв'язок.

3. Для успішного розвитку малого бізнесу держава надає йому **фінансову підтримку**, зокрема – доступ до фінансових ресурсів на пільгових умовах. Для отримання цих ресурсів необхідно знати умови отримання пільгового фінансування, а також вміти переконувати кредиторів чи інвесторів в перспективності й інвестиційній привабливості окремих підприємницьких структур на основі професійно складених бізнес-планів.

4. Управління фінансами малого бізнесу **поєднується** з іншими функціями, які виконує підприємець. У зв'язку з тим, що функція управління фінансами не виокремлена, по відношенню до малих фірм застосовуються спрощені системи фінансової звітності, оподаткування тощо. При проведенні аналізу й оцінки фінансової звітності застосовується незначна кількість ключових показників. Їхні бізнес-плани й фінансові обґрунтування інвестиційних проектів не перевантажені складними й трудомісткими розрахунками. У той же час підприємці у сфері малого бізнесу потребують освітніх й навчально-консультативних послуг щодо управління фінансами.

Фінансовий менеджменту суб'єктів малого підприємництва значно відрізняється від фінансового менеджменту великих підприємств та корпорацій. У фінансовій та управлінській літературі тлумачиться велика кількість визначень управління фінансами суб'єктів підприємництва, але дуже рідко враховуються масштаби діяльності фірми. Виходячи з визначення фінансів малих підприємницьких структур, **фінансовий менеджмент у малому бізнесі** – це процес проведення комплексу послідовних та

взаємопов'язаних управлінських процедур, пов'язаних з формуванням, розподілом та ефективним використанням обмежених фінансових ресурсів з метою реалізації підприємницьких цілей у поєднанні з комерційною вигодою в процесі розвитку власної справи або збереження позицій на ринку. У сучасному розумінні **основним завданням** фінансового менеджменту суб'єктів малого підприємництва є ухвалення рішень щодо забезпечення найбільш ефективного руху фінансових ресурсів в усіх ланках бізнесу.

У малому бізнесі основною *метою* фінансового менеджменту є ефективне управління **оборотним капіталом**, а саме запасами, дебіторською заборгованістю, грошовими коштами, що дозволяє мати достатню кількість ліквідних коштів, робить його платоспроможним та забезпечує добробут власників. У окремих ситуаціях метою управління фінансами малого бізнесу може бути:

- виживання бізнесу в умовах конкурентної боротьби;
- попередження банкрутства та суттєвих фінансових невдач;
- максимізація прибутку або мінімізація витрат;
- стійкий темп зростання економічного потенціалу;
- зростання обсягу виробництва та реалізації;
- зростання доходів керівництва та власників бізнесу;
- забезпечення рентабельності бізнесу та інші.

Основними чинниками, які впливають на організацію управління фінансами малого бізнесу є: кількість працюючих та їхній склад, організаційна структура підприємства або схема управління, сфера діяльності, асортимент продукції, форма власності, співвідношення попиту та пропонування продукції, що виробляється та інші.

Дж. Ван Хорн умовно розділяє малі фірми на два типи:

1. Малі компанії з орієнтацією на розширення. Зростання темпів росту таких компаній вимагає прийому більшої кількості нових працівників, що, в свою чергу, вимагає розробки нових методів управління, в тому числі і в сфері фінансового менеджменту.

2. Типові малі фірми. Ріст для них – не першочергове завдання. Як правило, типове мале підприємство залежить від 1-2 чоловік, що ним володіють. Велика частина рішень приймається без належного аналізу.

Стратегічне планування зазвичай не здійснюється через значний обсяг поточної роботи кожного співробітника. Типове мале підприємство, як правило, активно здійснює управління оборотним капіталом. Основне завдання при цьому – вміле планування грошових потоків.

У сучасних умовах господарювання фінансовий менеджмент у малому бізнесі також має специфіку, яка полягає у його залежності від внутрішніх джерел фінансування і слабкої організації довгострокового планування, що обумовлена незначною чисельністю працюючих і низьким рівнем їхньої спеціалізації. Разом з тим, більшість власників малого бізнесу відчувають дефіцит широкого діапазону професійних навичок, за допомогою яких вони повинні точно аналізувати ринок і стрімко маневрувати своїми обмеженими ресурсами, що призводить до зниження економічного та фінансового потенціалу малого бізнесу.

Отже, для власника малого підприємства, якого цікавить, в першу чергу, поточний прибуток, стратегічна мета часто заміщається ціллю виживання. Через це успішний, на перший погляд, бізнес, легко переходить межу, за якою може відбутися спад та банкрутство, адже для малих підприємств прибуток і ризик – ключові елементи фінансового менеджменту. Малі підприємства, по суті, не вдаються до професійного управління фінансами.

Через свої розміри та цілі існування малий бізнес, зазвичай, не має можливостей для залучення висококваліфікованих, високооплачуваних найманих працівників, особливо менеджерів і бухгалтерів, і спирається на власні сили. Тому фінансова робота у малому бізнесі виконується, як правило, у бухгалтерії або у фінансово-збутовому відділі, а головним фінансовим менеджером (Chief Financial Officer, CFO) виступає власник та, частково, бухгалтер. Зазвичай, функції прогнозування та бюджетування на малому підприємстві не виконуються або виконуються за необґрунтованими методиками, враховуючи завантаженість власника, та мають стихійний ірраціональний характер.

Часто залишаються поза увагою також аналіз фінансових показників та оцінка ймовірності банкрутства, вибір оптимальних джерел фінансування, маркетинговий та інвестиційний аналізи, не говорячи вже про використання інструментів контролінгу. Підвищення якості управління малим бізнесом в цілому і, особливо, управління фінансами малих підприємств, є сферою безпосередньої зацікавленості самих підприємців.

Питання 2.

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності - особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, на сплату єдиного податку в порядку та на умовах, визначених цією главою, з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності.

Юридична особа чи фізична особа - підприємець може самостійно обрати спрощену систему оподаткування, якщо така особа відповідає вимогам, встановленим законодавством, та реєструється платником єдиного податку в порядку, визначеному законодавством.

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

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

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

не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб;

обсяг доходу не перевищує 1500000 гривень.

Дія цього підпункту не поширюється на фізичних осіб - підприємців, які надають посередницькі послуги з купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого майна, а також здійснюють діяльність з виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння. Такі фізичні особи - підприємці належать виключно до третьої групи платників єдиного податку, якщо відповідають вимогам, встановленим для такої групи;

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

4) четверта група - сільськогосподарські товаровиробники, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 відсотків.

Не можуть бути платниками єдиного податку першої - третьої груп:

суб'єкти господарювання (юридичні особи та фізичні особи - підприємці), які здійснюють:

1) діяльність з організації, проведення азартних ігор, лотерей (крім розповсюдження лотерей), парі (букмекерське парі, парі тоталізатора);

2) обмін іноземної валюти;

3) виробництво, експорт, імпорт, продаж підакцизних товарів (крім роздрібного продажу паливно-мастильних матеріалів в ємностях до 20 літрів та діяльності фізичних осіб, пов'язаної з роздрібним продажем пива та столових вин);

4) видобуток, виробництво, реалізацію дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, у тому числі органогенного утворення (крім виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння,

дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння);

5) видобуток, реалізацію корисних копалин, крім реалізації корисних копалин місцевого значення;

6) діяльність у сфері фінансового посередництва, крім діяльності у сфері страхування, яка здійснюється страховими агентами, визначеними Законом України "Про страхування", сюрвейєрами, аварійними комісарами та аджастерами;

7) діяльність з управління підприємствами;

8) діяльність з надання послуг пошти (крім кур'єрської діяльності) та зв'язку (крім діяльності, що не підлягає ліцензуванню);

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

10) діяльність з організації, проведення гастрольних заходів;

фізичні особи - підприємці, які здійснюють технічні випробування та дослідження, діяльність у сфері аудиту;

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

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

суб'єкти господарювання, у статутному капіталі яких сукупність часток, що належать юридичним особам, які не є платниками єдиного податку, дорівнює або перевищує 25 відсотків;

представництва, філії, відділення та інші відокремлені підрозділи юридичної особи, яка не є платником єдиного податку;

фізичні та юридичні особи - нерезиденти;

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

Ставки єдиного податку для платників першої групи встановлюються у відсотках (фіксовані ставки) до розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб, встановленого законом на 1 січня податкового (звітного) року (далі у цій главі - прожитковий мінімум), другої групи - у відсотках (фіксовані ставки) до розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітного) року (далі у цій главі - мінімальна заробітна плата), третьої групи - у відсотках до доходу (відсоткові ставки).

Фіксовані ставки єдиного податку встановлюються сільськими, селищними, міськими радами або радами об'єднаних територіальних громад, що створені згідно із законом та перспективним планом формування територій громад, для фізичних осіб - підприємців, які здійснюють господарську діяльність, залежно від виду господарської діяльності, з розрахунку на календарний місяць:

1) для першої групи платників єдиного податку - у межах до 10 відсотків розміру прожиткового мінімуму;

2) для другої групи платників єдиного податку - у межах до 20 відсотків розміру мінімальної заробітної плати.

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

1) 3 відсотки доходу - у разі сплати податку на додану вартість згідно з цим Кодексом;

2) 5 відсотків доходу - у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку.

Ставка єдиного податку встановлюється для платників єдиного податку першої - третьої групи (фізичні особи - підприємці) у розмірі 15 відсотків:

- 1) до суми перевищення обсягу доходу, визначеного відповідно до законодавства;
- 2) до доходу, отриманого від провадження діяльності, не зазначеної у реєстрі платників єдиного податку, віднесеного до першої або другої групи;
- 3) до доходу, отриманого при застосуванні іншого способу розрахунків, ніж зазначений у цій главі;
- 4) до доходу, отриманого від здійснення видів діяльності, які не дають права застосовувати спрощену систему оподаткування;
- 5) до доходу, отриманого платниками першої або другої групи від провадження діяльності, яка не передбачена відповідними статтями податкового кодексу.

Ставки єдиного податку для платників третьої групи (юридичні особи) встановлюються у подвійному розмірі ставок:

- 1) до суми перевищення обсягу доходу, визначеного податковим кодексом;
- 2) до доходу, отриманого при застосуванні іншого способу розрахунків;
- 3) до доходу, отриманого від здійснення видів діяльності, які не дають права застосовувати спрощену систему оподаткування.

У разі здійснення платниками єдиного податку першої і другої груп кількох видів господарської діяльності застосовується максимальний розмір ставки єдиного податку, встановлений для таких видів господарської діяльності.

У разі здійснення платниками єдиного податку першої і другої груп господарської діяльності на територіях більш як однієї сільської, селищної, міської ради або ради об'єднаних територіальних громад, що створені згідно із законом та перспективним планом формування територій громад, застосовується максимальний розмір ставки єдиного податку, встановлений цією статтею для відповідної групи таких платників єдиного податку.

Зазначені ставки застосовуються з урахуванням таких особливостей:

1) платники єдиного податку першої групи, які у календарному кварталі перевищили обсяг доходу, визначений для таких платників, з наступного календарного кварталу за заявою переходять на застосування ставки єдиного податку, визначеної для платників єдиного податку другої або третьої групи, або відмовляються від застосування спрощеної системи оподаткування.

Такі платники до суми перевищення зобов'язані застосувати ставку єдиного податку у розмірі 15 відсотків.

Заява подається не пізніше 20 числа місяця, наступного за календарним кварталом, у якому допущено перевищення обсягу доходу;

2) платники єдиного податку другої групи, які перевищили у податковому (звітному) періоді обсяг доходу, визначений для таких платників, в наступному податковому (звітному) кварталі за заявою переходять на застосування ставки єдиного податку, визначеної для платників єдиного податку третьої групи, або відмовляються від застосування спрощеної системи оподаткування.

Такі платники до суми перевищення зобов'язані застосувати ставку єдиного податку у розмірі 15 відсотків.

Заява подається не пізніше 20 числа місяця, наступного за календарним кварталом, у якому допущено перевищення обсягу доходу;

3) платники єдиного податку третьої групи (фізичні особи - підприємці), які перевищили у податковому (звітному) періоді обсяг доходу, визначений для таких платників, до суми перевищення застосовують ставку єдиного податку у розмірі 15 відсотків, а також зобов'язані у порядку, встановленому цією главою, перейти на сплату інших податків і зборів, встановлених Кодексом.

Платники єдиного податку третьої групи (юридичні особи), які перевищили у податковому (звітному) періоді обсяг доходу, до суми перевищення застосовують ставку єдиного податку у подвійному розмірі ставок, а також зобов'язані перейти на сплату інших податків і зборів, встановлених податковим кодексом.

Заява подається не пізніше 20 числа місяця, наступного за календарним кварталом, у якому допущено перевищення обсягу доходу;

4) ставка єдиного податку, визначена для третьої групи у розмірі 3 відсотки, може бути обрана:

а) суб'єктом господарювання, який зареєстрований платником податку на додану вартість відповідно до розділу V Податкового Кодексу, у разі переходу ним на спрощену систему оподаткування шляхом подання заяви щодо переходу на спрощену систему оподаткування не пізніше ніж за 15 календарних днів до початку наступного календарного кварталу;

б) платником єдиного податку третьої групи, який обрав ставку єдиного податку в розмірі 5 відсотків, у разі добровільної зміни ставки єдиного податку шляхом подання заяви щодо зміни ставки єдиного податку не пізніше ніж за 15 календарних днів до початку календарного кварталу, в якому буде застосовуватися нова ставка та реєстрації такого платника єдиного податку платником податку на додану вартість у порядку, встановленому розділом V Податкового Кодексу;

в) суб'єктом господарювання, який не зареєстрований платником податку на додану вартість, у разі його переходу на спрощену систему оподаткування або зміни групи платників єдиного податку шляхом реєстрації платником податку на додану вартість відповідно до розділу V Податкового Кодексу і подання заяви щодо переходу на спрощену систему оподаткування або зміни групи платників єдиного податку не пізніше ніж за 15 календарних днів до початку наступного календарного кварталу, в якому здійснено реєстрацію платником податку на додану вартість;

5) у разі анулювання реєстрації платника податку на додану вартість у порядку, встановленому розділом V Податкового Кодексу, платники єдиного податку зобов'язані перейти на сплату єдиного податку за ставкою у розмірі 5 відсотків (для платників єдиного податку третьої групи) або відмовитися від застосування спрощеної системи оподаткування шляхом подання заяви щодо зміни ставки єдиного податку чи відмови від застосування спрощеної системи оподаткування не пізніше ніж за 15 календарних днів до початку наступного календарного кварталу, в якому здійснено анулювання реєстрації платником податку на додану вартість.

Для платників єдиного податку четвертої групи розмір ставок податку з одного гектара сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду залежить від категорії (типу) земель, їх розташування та становить (у відсотках бази оподаткування):

для ріллі, сіножатей і пасовищ (крім ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, а також сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту) - 0,95;

для ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, - 0,57;

для багаторічних насаджень (крім багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях) - 0,57;

для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, - 0,19;

для земель водного фонду - 2,43;

для сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту, - 6,33.

Податковим (звітним) періодом для платників єдиного податку першої, другої та четвертої груп є календарний рік.

Податковим (звітним) періодом для платників єдиного податку третьої групи є календарний квартал.

Порядок нарахування та строки сплати єдиного податку

Платники єдиного податку першої і другої груп сплачують єдиний податок шляхом здійснення авансового внеску не пізніше 20 числа (включно) поточного місяця.

Такі платники єдиного податку можуть здійснити сплату єдиного податку авансовим внеском за весь податковий (звітний) період (квартал, рік), але не більш як до кінця поточного звітного року.

Нарахування авансових внесків для платників єдиного податку першої і другої груп

здійснюється контролюючими органами на підставі заяви такого платника єдиного податку щодо розміру обраної ставки єдиного податку, заяви щодо періоду щорічної відпустки та/або заяви щодо терміну тимчасової втрати працездатності.

Платники єдиного податку третьої групи сплачують єдиний податок протягом 10 календарних днів після граничного строку подання податкової декларації за податковий (звітний) квартал.

Сплата єдиного податку платниками першої - третьої груп здійснюється за місцем податкової адреси.

Платники єдиного податку першої і другої груп, які не використовують працю найманих осіб, звільняються від сплати єдиного податку протягом одного календарного місяця на рік на час відпустки, а також за період хвороби, підтвердженої копією листка (листоків) непрацездатності, якщо вона триває 30 і більше календарних днів.

Єдиний податок, нарахований за перевищення обсягу доходу, сплачується протягом 10 календарних днів після граничного строку подання податкової декларації за податковий (звітний) квартал.

У разі припинення платником єдиного податку провадження господарської діяльності податкові зобов'язання із сплати єдиного податку нараховуються такому платнику до останнього дня (включно) календарного місяця, в якому анульовано реєстрацію за рішенням контролюючого органу на підставі отриманого від державного реєстратора повідомлення про проведення державної реєстрації припинення підприємницької діяльності.

У разі анулювання реєстрації платника єдиного податку за рішенням контролюючого органу податкові зобов'язання із сплати єдиного податку нараховуються такому платнику до останнього дня (включно) календарного місяця, в якому проведено анулювання реєстрації.

Платники єдиного податку четвертої групи:

самостійно обчислюють суму податку щороку станом на 1 січня і не пізніше 20 лютого поточного року подають відповідному контролюючому органу за місцезнаходженням платника податку та місцем розташування земельної ділянки податкову декларацію на поточний рік за формою, встановленою у порядку, передбаченому Податковим Кодексом;

сплачують податок щоквартально протягом 30 календарних днів, що настають за останнім календарним днем податкового (звітного) кварталу, у таких розмірах:

- у I кварталі - 10 відсотків;
- у II кварталі - 10 відсотків;
- у III кварталі - 50 відсотків;
- у IV кварталі - 30 відсотків;

Платники єдиного податку першої і другої груп та платники єдиного податку третьої групи (фізичні особи - підприємці), які не є платниками податку на додану вартість, ведуть Книгу обліку доходів шляхом щоденного, за підсумками робочого дня, відображення отриманих доходів.

Форма книги обліку доходів, порядок її ведення затверджуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну фінансову політику. Для реєстрації Книги обліку доходів такі платники єдиного податку подають до контролюючого органу за місцем обліку примірник Книги, у разі обрання способу ведення Книги у паперовому вигляді.

Платники єдиного податку третьої групи (фізичні особи - підприємці), які є платниками податку на додану вартість, ведуть облік доходів та витрат за формою та в порядку, що встановлені центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну фінансову політику. Для реєстрації Книги обліку доходів та витрат такі платники єдиного податку подають до контролюючого органу за місцем обліку примірник Книги.

Платники єдиного податку третьої групи (юридичні особи) використовують дані спрощеного бухгалтерського обліку щодо доходів та витрат.

Платники єдиного податку першої та другої груп подають до контролюючого органу податкову декларацію платника єдиного податку у строк, встановлений для річного податкового (звітного) періоду, в якій відображаються обсяг отриманого доходу, щомісячні

авансові внески.

Платники єдиного податку третьої групи подають до контролюючого органу податкову декларацію платника єдиного податку у строки, встановлені для квартального податкового (звітного) періоду.

Питання 3.

Згідно з Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» підприємства, у т.ч. суб'єкти малого підприємництва, мають право самостійного вибору форми бухгалтерського обліку як певної системи облікових регістрів, порядку та способів реєстрації та узагальнення інформації в них.

Так, суб'єкт малого підприємництва самостійно обирає одну з наведених **форм** бухгалтерського обліку:

а) звичайна форма бухгалтерського обліку.

б) спрощена форма бухгалтерського обліку із застосуванням регістрів відповідно до Наказу МФУ від 25.06.2003р. № 422 (два варіанта спрощений та простий);

в) спрощена форма бухгалтерського обліку із застосуванням регістрів відповідно до Наказу МФУ від 15.06.2011р. № 720;

Для суб'єктів малого підприємництва передбачено два варіанти ведення облікових регістрів: **звичайний та спрощений.**

Звичайний варіант

Якщо фінансові менеджери застосовують загальний план рахунків, вони ведуть облікові регістри, передбачені Методичними рекомендаціями по застосуванню регістрів бухгалтерського обліку, затвердженими Наказом Міністерства фінансів України № 356 від 29.12.2000 р. Відповідно, існують наступні форми організації бухгалтерського обліку на звичайних підставах: меморіально-ордерна, Журнал-Головна, журнально-ордерна, журнальна.

Узагальнення облікової інформації та складання фінансової звітності суб'єктів, які перебувають на загальній системі, складають звітність згідно з **«Національним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»**, затвердженого **Наказом Мінфіну № 73 від 07.02.2013 року** (балансу (звіту про фінансовий стан), звіту про фінансові результати (звіту про сукупний дохід), звіту про рух грошових коштів, звіту про власний капітал і приміток до фінансової звітності).

Малі фірми на спрощеній системі обліку можуть застосовувати Спрощений план рахунків відповідно до Наказу Міністерства фінансів України № 18646 (спрощена форма бухгалтерського обліку із застосуванням регістрів відповідно до Наказу МФУ від 25.06.2003р. № 422 (два варіанти), або вести облік без застосування плану рахунків та подвійного запису (спрощена форма бухгалтерського обліку із застосуванням регістрів відповідно до Наказу МФУ від 15.06.2011р. № 720).

Якщо підприємства малого бізнесу застосовують спрощений план рахунків, вони ведуть облікові регістри, передбачені Наказом Міністерства фінансів України «Про затвердження Методичних рекомендацій по застосуванню регістрів бухгалтерського обліку малими підприємствами» № 422 Він передбачає наступні варіанти.

Варіант 1. Ведення спрощеної форми облікових регістрів.

Спрощена форма бухгалтерського обліку рекомендована для застосування юридичними особами – суб'єктами підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності (крім банків) з ознаками суб'єктів малого підприємництва.

Формування даних для записів у регістрах бухгалтерського обліку здійснюється групуванням однакової за економічним змістом інформації первинних документів у допоміжних відомостях, аркушах-розшифровках та інших зведених документах. Деталізація інформації у регістрах бухгалтерського обліку може розширюватися.

Первинні документи поточного місяця комплектуються до кожного регістру бухгалтерського обліку в хронологічному і систематичному (по відношенню до регістру) порядку, нумеруються і переплітаються із зазначенням належності до регістру і періоду.

Після контирування первинних документів їх дані включаються до регістрів

бухгалтерського обліку із зазначенням на первинному документі номеру відповідного облікового реєстра і порядкового номеру записів у ньому (номер рядка). За документами, дані яких відображені в реєстрах бухгалтерського обліку загальним підсумком, номер реєстру і номер запису вказують на окремому аркуші, який складається у потрібному аналітичному розрізі з наступним перенесенням підсумкових оборотів до зазначеного реєстру бухгалтерського обліку та додається до зброшурованих документів.

Варіант 2. Проста форма ведення бухгалтерського обліку

При цій формі бухгалтерського обліку реєстрація первинних облікових документів, відображення операцій на рахунках, визначення собівартості продукції і фінансового результату ведеться в Журналі обліку господарських операцій.

Журнал містить усі застосовувані на малому підприємстві бухгалтерські рахунки, є комбінованим реєстром аналітичного і синтетичного обліків. В Журналі обліку господарських операцій записи здійснюються на підставі первинних та зведених документів, відомостей нарахування заробітної плати і амортизації тощо з відображенням суми операції на рахунках бухгалтерського обліку.

У графі 3 «Зміст операції» у хронологічній послідовності позиційним способом відображаються господарські операції звітного місяця із зазначенням суми операції у графі 4 та одночасно у графах «Дебет» і «Кредит» двох рахунків бухгалтерського обліку відповідних видів активів, власного капіталу, зобов'язань, доходів і витрат.

Підсумкові дані у Журналі визначають підрахунком суми оборотів за дебетом і за кредитом усіх рахунків бухгалтерського обліку і виведенням сальдо на кінець місяця. Суми дебетових і кредитових оборотів за місяць повинні бути однаковими.

Для аналітичного обліку розрахунків з оплати праці, з дебіторами і кредиторами суб'єкти малого підприємництва застосовують Відомість 3-м, підсумкові дані якої заносяться до Журналу обліку господарських операцій з позначенням у графі 3 «Відомість 3-м».

Юридичні особи, які зареєстровані платниками ПДВ і відповідають критеріям, визначеними Податковим кодексом України, та є платниками єдиного податку 3 чи 4 (сільгоспвиробники) групи мають право на спрощений облік доходів і витрат із застосуванням спрощеного Плану рахунків, ведення обліку в облікових реєстрах, затверджених методичними рекомендаціями №422, і складання фінансового звіту суб'єктів малого підприємництва (форми №1м та №2м).

Якщо підприємствам дозволено заповнювати **Спрощений фінансовий звіт, то вони можуть використовувати облікові реєстри, затверджені Наказом Міністерства фінансів України № 720 від 15.06.2011 р.**, які ведуть для узагальнення інформації без застосування подвійного запису для складання Спрощеного фінансового звіту.

Юридичні особи, які не зареєстровані платниками ПДВ та відповідають критеріям, визначеним в Податковому кодексі України, та є платниками єдиного податку групи 3 мають право на спрощений облік доходів і витрат без застосування подвійного запису (без використання плану рахунків), ведення обліку в облікових реєстрах, затверджених Методичними рекомендаціями №720, і складання спрощеного фінансового звіту суб'єктів малого підприємництва (форми №1мс та форми №2мс).

Необхідно також відзначити, що **фізичні особи–підприємці** повинні вести книги обліку доходів і витрат, пере-бачені Наказом Міністерства фінансів України № 579 від 19.06.2015 р. Фізичні особи – підприємці, які обрали спрощену систему оподаткування та є платниками єдиного податку **першої і другої груп, а також платники єдиного податку третьої групи, які не є платниками податку на додану вартість**, ведуть **Книгу обліку доходів**, у якій щоденно за підсумками робочого дня відображають отримані доходи. Книга ведеться за вибором платника податку в паперовому або в електронному вигляді.

У разі обрання платником податку ведення Книги в паперовому вигляді: платник податку зобов'язаний подати до контролюючого органу за основним місцем обліку для реєстрації примірник Книги, на титульному аркуші якої зазначаються: прізвище, ім'я та по батькові, реєстраційний номер облікової картки платника податків, податкова адреса, де вона

(прошнурована і пронумерована) реєстру. Записи у Книзі виконуються **розбірливо чорнилом темного кольору або кульковою ручкою**.

Внесення виправлень здійснюється шляхом нового запису (з відображенням від'ємного або позитивного значення), який засвідчується підписом платника податку. У разі реєстрації нової Книги протягом податкового (звітного) періоду записи в ній продовжуються наростаючим підсумком, а попередня Книга залишається у платника податку.

У разі обрання платником податку ведення Книги в електронній формі платник податку зобов'язаний отримати в акредитованому центрі сертифікації ключів, включеному до системи подання податкових документів в електронному вигляді, посилені сертифікати відкритих ключів; укласти договір про визнання електронних документів з контролюючим органом за основним місцем обліку та надіслати до такого контролюючого органу заяву про обрання способу ведення Книги в електронній формі засобами електронного зв'язку (контролюючий орган протягом 3 робочих днів формує і надсилає платнику податку повідомлення про реєстрацію Книги із зазначенням реєстраційного номера Книги та дати її реєстрації).

Після отримання платником податку повідомлення про реєстрацію Книги така особа здійснює операції з її ведення. Внесення даних за підсумками робочого дня здійснюється щоденно, але не пізніше наступного календарного дня. У Книзі в електронному вигляді допускаються виправлення помилок або коригування шляхом доповнення рядка, в якому відображається від'ємне або позитивне значення.

Записи у Книзі не залежно від форми її ведення виконуються за підсумками робочого дня, протягом якого отримано **дохід**, зокрема про кошти, які надійшли на поточний рахунок платника податку або які отримано готівкою, вартість безоплатно отриманих товарів (робіт, послуг).

Фізичні особи – підприємці, які обрали спрощену систему оподаткування та є **платниками єдиного податку третьої групи, які є платниками податку на додану вартість, або фізичні особи-підприємці на загальній системі оподаткування**, ведуть Книгу обліку доходів і витрат, у якій щоденно за підсумками робочого дня відображають отримані доходи та понесені витрати. Порядок реєстрації Книги однаковий.

Записи у Книзі виконуються за підсумками робочого дня, протягом якого отримано **дохід**, окремо про кошти, що надійшли на поточний рахунок платника податку та/або отримано готівкою, фактично безоплатно отримано товари (роботи, послуги) та понесено **витрати**, зокрема оплачені придбані товари (роботи, послуги) – без податку на додану вартість, виплачена заробітна плата, сплачений єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, інші витрати, які понесені у зв'язку з провадженням господарської діяльності платника податку, зокрема витрат на зв'язок, сплату орендних та комунальних платежів тощо; тощо.

Книга зберігається у платника податку протягом 3 років після закінчення звітного періоду, в якому здійснено останній запис. Дані Книги заповнюються у грн з копійками та використовуються платником податку для заповнення податкової декларації платника єдиного податку.

Суб'єкти малого бізнесу, які застосовують спрощену систему оподаткування, складають звітність відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва», що встановлює два варіанти: 1) складання Фінансового звіту, що включає Баланс (форма № 1-м) і Звіт про фінансові результати (форма № 2-м) або 2) складання Спрощеного фінансового звіту, що включає Баланс (форма № 1-мс) і Звіт про фінансові результати (форма № 2-мс).

Загальний висновок за темою лекції.

Фінансовий менеджмент у малому бізнесі – це процес проведення комплексу послідовних та взаємопов'язаних управлінських процедур, пов'язаних з формуванням, розподілом та ефективним використанням обмежених фінансових ресурсів з метою реалізації підприємницьких цілей у поєднанні з комерційною вигодою в процесі розвитку власної справи або збереження позицій на ринку. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності - особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, на сплату єдиного податку в порядку та на умовах, визначених цією главою, з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності. Суб'єкти малого підприємництва мають право самостійного вибору форми бухгалтерського обліку як певної системи облікових регістрів, порядку та способів реєстрації та узагальнення інформації в них.

Питання для контролю знань:

1. Охарактеризуйте обліково-аналітичне забезпечення фінансового управління в малому бізнесі.
2. Назвіть критерії прийняття фінансових рішень у малому бізнесі.
3. Опишіть фінансові параметри підприємства малого бізнесу на різних етапах життєвого циклу.
4. Які існують режими оподаткування в малому бізнесі?
5. Які переваги та недоліки спрощеного оподаткування малого бізнесу?
6. Які податки сплачують фізичні особи-підприємці?
7. Назвіть групи платників єдиного податку?
8. Які обмеження для платників єдиного податку II групи?
9. Хто може перебувати на IV групі платників єдиного податку?
10. Які ставки єдиного податку існують?
11. Охарактеризуйте процес адміністрування податків, сплачених малим бізнесом?

Питання для самостійного опрацювання матеріалу лекції:

1. Переваги та недоліки спрощеного оподаткування малого бізнесу
2. Фінансові параметри підприємства малого бізнесу на різних етапах життєвого циклу

Укладач(і): _____ Гринчишин Ярослав Миколайович, к.е.н., доцент
(підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

Конспект лекції № 5

Тема № 3. Планування діяльності малого бізнесу

(назва теми відповідно до РПНД)

Міжпредметні зв'язки

забезпечуючі: «Фінансовий аналіз», «Фінанси підприємств», «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Фінансовий менеджмент».

забезпечувані: «Фінансова безпека»

Мета лекції *Розкрити методичні засади складання бізнес-плану малого підприємства, суть стратегічного, оперативного планування та бюджетування в малому бізнесі*

План лекції (навчальні питання):

1. Бізнес-план та методика його складання
2. Стратегічне та оперативне планування в малому бізнесі
3. Бюджетування діяльності малого бізнесу

Опорні поняття:

Бізнес-план, стратегія управління малим підприємством, стратегічне планування, оперативне планування, бюджетування.

Інформаційні джерела:

Законодавчі та нормативні акти:

1. Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» від 1 липня 2014р. № 1555-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1555-18>.
2. Постанова КМУ від 12 грудня 2011 р. «Про утворення Державної інноваційної небанківської фінансово-кредитної установи «Фонд підтримки малого інноваційного бізнесу».

Основна та допоміжна література:

Основна:

1. Бедринець М. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посіб. / М. Д. Бедринець, А. В. Сурженко. – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 352 с.
2. Білик М.Д., Білик Т.О. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування. Монографія / М.Д. Білик, Т.О. Білик. – К.: ТОВ «Пан Тот»Ю, 2012. – 280 с.
3. Буряк Л. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посібн. / Л. Д. Буряк. – К.: Вид-во «КНЕУ», 2007. – 423 с.
4. Фастовець А.А., Фисун І.В. Фінанси малого бізнесу: навч. посіб./ Фастовець А.А., Фисун І.В. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 302 с.

Допоміжна:

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Т-во «Знання», КОО. 2001. – 277 с.
2. Дрига С.Г. Мале підприємництво України: становлення, механізми управління та підтримки: монографія / С.Г. Дрига; НДІ економіки Міністерства економіки України. – К. : ДКС центр, 2009. – 359 с.
3. Пітер Уілсон. Фінансовий менеджмент в малому бізнесі. – М.: Аудит, 1995. – 255 с.
4. Теличко Р.К. Фінансове планування на малих та середніх підприємствах / Р.К. Теличко // Економіка. Фінанси. Право. – К., 2007. – №8. – С. 14-16.

Інтернет ресурси:

1. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.gov.ua>
3. Офіційний сайт Doing Business [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.doingbusiness.org/>

Навчальне обладнання: мультимедійний проектор, презентація

ВИКЛАД МАТЕРІАЛУ ЛЕКЦІЇ**Питання 1.**

У бізнесі з переходом до ринкових відносин відбувається зближення методичних підходів, що застосовуються у вітчизняній практиці планування, з практикою зарубіжних країн. На початку переходу до ринку багато українських підприємств не складали плани, адже в умовах нестабільності, невизначеності та непорівнянності даних важко було досягнути точності розрахунків, тим більше спрямованих на перспективу. Однак в умовах євроінтеграції посилилася увага до складання бізнес-планів. Це було викликано закономірним впливом ринкових реалій на економіку, необхідністю використання методів економічного передбачення, адекватних ринку, а також вимогами бізнес-партнерів до життєздатності багатьох видів діяльності, які з'являлися в умовах, коли переважна більшість підприємств була збитковою. Практика бізнес-планування характеризувалася швидким переходом від довільної структури бізнес-плану до стандартизованої її форми, яка відповідає міжнародним стандартам та інтересам інвесторів.

Планування потребує будь-який бізнес, будь-яке виробництво, економіка в цілому. Спланувати бізнес — означає оцінити можливості, необхідність і обсяги випуску конкурентоспроможної продукції, визначити місткість ринку і його конкретного сегмента, оцінити попит на продукцію, що випускається підприємством, результативність його роботи на ринку. Швидкий розвиток технологій, ускладнення і різноманіття пропонованої продукції та послуг, скорочення їх життєвого циклу, поява великої кількості конкурентоспроможних компаній, підвищення вимог з боку споживачів, збільшення обсягів і швидкості отримання інформації, нових знань — всі ці і інші зміни в світі змушують господарюючі суб'єкти шукати методи для кращої адаптації до нових умов. До цього слід додати невизначеність, непередбачуваність і нестабільність зовнішнього середовища. Тому в даний час управління організацією набуває підприємницького характеру. Це виявляється в тому, що в управлінні зростає роль передбачення, стратегічного уявлення.

Практика показує, що відсутність збалансованого і постійно оновлюваного бізнес-плану, який втілює в реальність визначені цілі, свідчить про недоліки в системі управління фірмою і негативно впливає на можливості залучення фінансових ресурсів. Навпаки, реальне, достовірне планування забезпечує надійність фінансування фірми, що дуже важливе для її успішного функціонування в плинних умовах зовнішнього середовища. Проте сьогодні далеко не всі суб'єкти малого підприємництва і організації використовують планування як метод управління своєю діяльністю. Серед керівників існує переконання, що в умовах переходу вітчизняної економіки до ринку в плануванні немає необхідності, оскільки менеджери мають достатній досвід, знання та інтуїцію, які дозволяють їм вчасно передбачити зміни на ринку.

Подібне упередження деяких працівників, може стати істотною перешкодою на шляху ефективного планування. Річ у тому, що планування викликає так багато змін в діяльності фірми, що виникають сумніви, нерозуміння, розчарування. Все це і створює невпевненість у доцільності широкого застосування планування.

Бізнес-план — це програма дій бізнесмена, яка обґрунтована аналізом ринку, постачальників, інвестицій тощо та визначає цілі діяльності бізнесу. У зарубіжній практиці

бізнес-план використовується незалежно від сфери діяльності, масштабів власності і організаційно-правової форми підприємства. У будь-якому випадку вирішуються як внутрішні завдання, пов'язані з управлінням підприємством, так і зовнішні, обумовлені встановленням контактів і взаємин з іншими підприємствами і організаціями.

При розробці бізнес-планів прийнято залучати не тільки необхідних експертів і консультантів, але і самих замовників, а також майбутніх користувачів, якщо об'єкт планування експлуатуватиметься іншим суб'єктом ринкової економіки. У разі потреби з цією метою може здійснюватися перевірка готового бізнес-плану спеціалізованою аудиторською організацією, яка може дати йому незалежну і об'єктивну оцінку.

На вимогу замовника бізнес-плану можуть бути представлені альтернативні варіанти проекту, в яких початкові дані варіюються.

Вимоги до складання бізнес-плану наступні:

1. Вимоги до оформлення титульної сторінки

Титульний лист повинний бути лаконічним і привабливим. Найкраще на титульному листі розташувати емблему і логотип підприємства. На титульному листі обов'язково повинні бути присутніми:

- ☐ Назва підприємства.
- ☐ Назва проекту (або інше призначення бізнес-плану).
- ☐ Прізвище, ім'я, по батькові (цілком) розробника бізнес-плану.
- ☐ Дата (місяць і рік) складання.

2. Структура за якою має бути виконано бізнес-план

2.1. Резюме бізнес-плану

У цьому розділі в декількох пунктах у стислій формі викладається весь бізнес-план, розкриваючи сутність і ціль підприємства. Основою для написання цього розділу служить інформація, що міститься у всіх розділах розробленого бізнес-плану.

Структура, що рекомендується, резюме.

- ☐ Короткий опис проекту, його мети і задачі.
- ☐ Ресурсне забезпечення.
- ☐ Механізм реалізації.
- ☐ Унікальність або конкурентоздатність продукції або послуги.
- ☐ Обсяг необхідного зовнішнього фінансування.
- ☐ Прогноз обсягу продажів і прибутків;
- ☐ Повернення позик інвесторам.

Основна вимога до резюме – простота і лаконічність викладу, мінімум спеціальних термінів.

2.2. Опис виду економічної діяльності, фірми та її продукції

Призначення розділу – показати і довести реальність підприємницького започаткування шляхом опису форми практичних дій з урахуванням реальної ситуації в обраній сфері бізнесу. В цьому розділі мають бути чітко і коротко пояснені два основних моменти:

- ☐ Що являє собою підприємство, як засіб одержання прибутку.
- ☐ На чому буде базуватися його успішна діяльність.
- ☐ Чим підприємство займається (буде додатково займатися), що являє собою продукт (послуга), хто є клієнтами.
- ☐ Опис ситуації у сфері бізнесу (як підприємство вписується в обрану сферу бізнесу, стан справ у цій сфері, оцінка перспектив розвитку).
- ☐ Організаційно-правова форма підприємства, організаційна структура, засновники, персонал і партнери, дата створення.
- ☐ Фінансово-економічні показники діяльності підприємства.
- ☐ Місце розташування підприємства (коротко описати: адреса підприємства, характеристика будинку або приміщення, власність або оренда, необхідність реконструкції, чим гарне місце для бізнесу).

☐ Специфіка роботи (сезонність, час роботи (години і дні тижня), і інші особливості, зв'язані зі сферою бізнесу або використовуваних ресурсів).

Якщо підприємство тільки створюється, то цей розділ має додатково містити обґрунтування майбутнього успіху створюваного підприємства.

Якщо проект реалізується в рамках індивідуальної підприємницької діяльності, то приводиться опис бізнесу, яким займається. Інформація цього розділу повинна переконати потенційного інвестора в надійності і перспективності фірми, що пропонує проект.

Будь-який підприємницький проект базується на тій продукції (послугі), що буде запропонована споживачеві (покупцеві) і принесе прибуток підприємцеві.

Необхідно наочно і переконливо представити товар або виріб (послугу), зроблених за допомогою вашої технології. Найкраще, якщо це буде натуральний зразок, його фотографія, малюнок або його опис, розкриття ідеї, задуму. У бізнес-плані дається опис по кожній продукції (послугі) окремо.

Орієнтовна структура розділу:

- ☐ найменування продукції (послуги);
- ☐ призначення й область застосування продукції;
- ☐ короткий опис і основні характеристики;
- ☐ конкурентоздатність продукції (послуги), по яких параметрах випереджає конкурентів, по яким уступає їм;
- ☐ патентоспроможність і авторські права;
- ☐ наявність або необхідність ліцензування випуску продукції;
- ☐ ступінь готовності;
- ☐ наявність сертифіката якості продукції;
- ☐ безпека і екологічність;
- ☐ умови постачання й пакування;
- ☐ гарантії і сервіс;
- ☐ експлуатація;
- ☐ утилізація після закінчення експлуатації.

2.3. Огляд ситуації на ринку

Розділ має містити наступну інформацію:

- ☐ розмір (потенціал) ринку товару (послуги) даного профілю;
- ☐ тенденції (зростання, стабілізація, звуження) характерні для ринку даного продукту (послуги) в останні роки;
- ☐ прогнози щодо майбутнього розвитку ринку;
- ☐ основні чинники які впливали і впливатимуть у майбутньому на тенденції розвитку даного ринку;
- ☐ хто є споживачами (потенційними споживачами) продукції фірми;
- ☐ що є специфічним саме для ваших наявних або потенційних клієнтів (особливі потреби, пріоритети, звички, географічні, демографічні, соціально-економічні ознаки тощо);
- ☐ фактори що визначають конкурентоспроможність фірми на ринку даної групи товарів (послуг);
- ☐ найближчі конкуренти фірми (конкретні назви);
- ☐ сильні та слабкі сторони конкурентів;
- ☐ переваги вашої фірми перед конкурентами;
- ☐ зовнішні фактори (законодавчого, екологічного, санітарного та іншого характерові), які впливають або можуть впливати за певних обставин на бізнес фірми.

2.4. План маркетингу

Розділ має включати наступні елементи:

- ☐ опис ринку збуту продукції (послуги);
 - ☐ Опис постачання товару від місця виробництва до місця продажу або споживання.
- Повний опис містить у собі: пакування, складування на місці виробництва, комплектування

для відправлення, транспортування до місця продажу, передпродажний сервіс, продаж та післяпродажний сервіс. Опис каналів збуту продукції (послуги).

☐ Стратегія залучення споживачів, виходячи з можливостей. Ціна й обсяг збуту продукції.

☐ Прогнозовані обсяги продаж (за часом, за окремими видами товарів (послуг) фірми, за певними групами споживачів. Прогнози мають бути виконані в трьох варіантах: песимістичний прогноз, найімовірніший та оптимістичний;

2.5. Виробничий план

Головне завдання виробничого плану як розділу бізнес-плану фірми виробничого спрямування полягає в тому, щоб переконати заінтересованих фізичних та юридичних осіб (потенційних інвесторів), що фірма: а) реально спроможна організувати відповідне виробництво; б) здатна продукувати необхідну кількість товарів належної якості; в) має можливість придбати необхідні для цього ресурси.

У складі виробничого плану мають бути такі блоки (підрозділи):

- ☐ основні виробничі операції;
- ☐ машини та устаткування;
- ☐ сировина, матеріали й комплектуючі вироби;
- ☐ виробничі й невиробничі приміщення;
- ☐ вплив зовнішніх факторів.

У підрозділі «Основні виробничі операції» варто навести схему виробничих потоків, яка має дати можливість зрозуміти:

- ☐ звідки фірма отримує сировину, матеріали й комплектуючі вироби;
- ☐ у якій технологічній послідовності виготовляється продукція;
- ☐ куди і кому готову продукцію фірма буде поставляти (продавати).

Крім того, у цьому розділі (за потреби) визначають види операцій, що їх виконуватимуть субпідрядники, і дають характеристику кожному з них.

Підрозділ «Машини та устаткування» складається:

- ☐ з повного списку машин та устаткування, потрібного для здійснення технологічного процесу;
- ☐ розрахунків витрат, пов'язаних з придбанням або орендою (лізингом) технологічного обладнання;
- ☐ інформації щодо строків служби та амортизаційних відрахувань. У разі потреби можна надати характеристику основних техніко-експлуатаційних показників устаткування.

У підрозділі «Сировина, матеріали й комплектуючі вироби» необхідно навести відомості щодо:

- ☐ усіх основних видів матеріальних ресурсів, котрі будуть використані у виробничому процесі;
- ☐ конкретних постачальників сировини, й матеріалів;
- ☐ закупівельних цін на всі види матеріальних ресурсів;
- ☐ фінансових та інших умов постачання цих ресурсів фірмі;
- ☐ обсягів потрібних запасів сировини, матеріалів і комплектуючих виробів, а також відомості щодо особливих умов їх зберігання.

Підрозділ «Виробничі й невиробничі приміщення», має включати інформацію про потреби фірми в конкретних виробничих і невиробничих приміщеннях (включаючи адміністративні, складські, підсобні). Причому приміщення характеризуються щодо їх розмірів, територіального розміщення, забезпечення майданчиками для навантажувально-розвантажувальних робіт, транспортними засобами тощо.

Насамкінець у виробничому плані обов'язково визначається можливий вплив зовнішніх факторів на виробничо-господарську діяльність фірми. До таких факторів належать:

- ☐ зміна цін на окремі види матеріальних ресурсів з ініціативи постачальників або під впливом економічної ситуації в країні;
- ☐ ймовірність появи нових технологій виготовлення окремих видів продукції;

☐ юридичні обмеження стосовно виробничих процесів (санітарно-екологічні норми, вимоги до утилізації відходів виробництва, безпеки праці тощо).

2.6. Організаційний план

В цьому розділі мають бути висвітлені наступні питання:

- ☐ Обґрунтування вибору юридичної форми організації бізнесу.
- ☐ Визначення потреби в персоналі з розподілом по категоріях працівників, кваліфікації (досвіду), необхідної чисельності, вартості та джерелам покриття потреб в персоналі (рекомендуємо виконати в табличній формі).
- ☐ Створення організаційної структури управління фірмою на якій мають бути показані всі організаційні одиниці фірми їх ієрархія і зв'язки.

До схеми необхідно додати коротке пояснення особливостей організаційної побудови і розкриває окремі її деталі (1-2 сторінки).

2.7. Оцінка ризиків

Розділ має включати питання:

- ☐ Можливі ризики та причини їх виникнення.
- ☐ Оцінка ступеню ризику (визначення потенційних негативних наслідків).
- ☐ Кількісний та якісний аналіз ризиків.
- ☐ Механізми реагування на можливі негативні наслідки.
- ☐ Заходи для нейтралізації, мінімізації або компенсації можливих негативних наслідків тієї або іншої діяльності.

2.8. Фінансовий план

Фінансовий план має містити наступні основні підрозділи.

- ☐ План доходів та видатків (план прибутків і збитків).
- ☐ План грошових надходжень і виплат (план руху готівки).
- ☐ Плановий баланс.
- ☐ Очікувані фінансові коефіцієнти.

План доходів і видатків, має характеризувати загальні суми прогнозованих доходів фірми від започаткованої бізнесової діяльності та її витрат за певний (у більшості випадків — трирічний) період. Він має складатися за стандартною формою і містити такі розрахункові показники:

- Загальний обсяг продажу товарів;
- Собівартість проданих товарів — усього, зокрема: матеріальні витрати й прямі витрати праці;
- Валовий прибуток;
- Операційні витрати — усього, зокрема: заробітна плата персоналу (за винятком прямих витрат праці), нарахування на заробітну плату, рентні платежі, комунальні послуги, витрати на утримання офісу й відрядження, реклама, страхові платежі, послуги зовнішніх консультантів, інші операційні витрати;
- Операційний прибуток;
- Сплата процентів за кредит, податків;
- Чистий прибуток.

В плані необхідно подати структуру доходів і видатків у середньому по галузі бізнесу (у процентах до загального обсягу продажу товарів), а фінансові показники навести в помісячному й поквартальному розрізі відповідно для першого року нової бізнесової діяльності та інших двох років.

У процесі розробки підрозділу фінансового плану «План доходів і видатків» необхідно спрогнозувати майбутні обсяги продажу товарів з помісячним розподілом для першого року і поквартальним — для другого й третього років нової бізнесової діяльності. Майбутній обсяг продажу має бути спрогнозованим окремо по кожному виробу та по всій сукупності таких на основі продажної ціни за одиницю й кількості проданих товарів у фізичних одиницях. При

цьому необхідно давати чітке пояснення припущень, які обґрунтовують прогнозування обсягів продажу продукції.

У цьому підрозділі фінансового плану мають бути здійснені аналіз і розрахунок точки беззбитковості виробництва та реалізації продукції майбутнього бізнесу.

План грошових надходжень та виплат має: а) визначити період діяльності, коли фірма відчуватиме брак або надлишок готівки; б) визначати кількість позикових коштів, які необхідні на цей період; в) показати, на що конкретно позичені кошти будуть витрачені; г) з'ясувати термін повернення позикових коштів.

План грошових надходжень і виплат має бути сформовано в наступній послідовності: 1) визначено готівкові кошти фірми на початок місяця (перший рік діяльності) чи кварталу (другий і третій рік діяльності); 2) обчислено всі передбачувані грошові надходження у ті самі проміжки часу; 3) розраховано обов'язкові платежі; 4) визначено чистий потік готівки як різниця між загальними сумами грошових надходжень та обов'язкових платежів; 5) розраховано суму готівкових коштів на кінець відповідного періоду.

Плановий (очікуваний) баланс фірми. Баланс будь-якої фірми, який складається на певну дату, має бути стандартної форми й містити три складові: активи, пасиви, власний капітал.

Очікувані фінансові коефіцієнти. В підрозділі мають бути розраховані наступні коефіцієнти: ліквідності, платоспроможності та рентабельності.

Питання 2.

Стратегія управління малим підприємством має свою специфіку, адже значною мірою це управління розвитком (менеджмент розвитку), основними компонентами якого є формування бачення, виявлення цілей і завдань, визначення стратегії, розробка планів розвитку, установлення відповідного лідерства. Будь-яку організацію можна представити як сукупність умінь, навичок, кваліфікацій і компетентності, які повинні бути спрямовані, насамперед, на розвиток організації. У зв'язку із цим змінюється й зміст управлінської діяльності. Таким чином, вона переважно спрямовується на перетворення і, меншою мірою, – на адміністрування.

Саме тому сучасне розуміння стратегічного управління в малих підприємницьких структурах виходить із необхідності збереження максимальної гнучкості підприємства, тому що на ринку проявляється непередбачений характер конкуренції, бувають підйоми й падіння цін, з'являються нові підходи в державному регулюванні й інші події, внаслідок чого відбуваються зміни стратегії суб'єкта підприємництва.

Стратегія управління малим підприємством – це цілеспрямований, багатоплановий, гнучкий процес, що передбачає розробку комплексу підходів, які забезпечили б йому життєздатність на ринку в майбутньому. Тільки після остаточного прийняття стратегії розвитку і її документального підтвердження у вигляді стратегічного плану підприємству доцільно переходити до обґрунтування своїх планів, побудови організаційної структури управління, визначення розміру необхідних інвестицій тощо. В основі стратегічного управління малим підприємством лежить стратегічне планування.

Стратегічне планування є відносно не новим поняттям у менеджменті та підприємстві, адже основні його принципи були сформовані ще у 70-80-х рр. XX ст. Стратегічне планування – це процес визначення й встановлення зв'язку організації з її оточенням, що полягає в реалізації обраних цілей і в спробах досягти бажаного стану взаємин з оточенням за допомогою розподілу ресурсів, що дозволяє ефективно й результативно діяти організації і її підрозділам. Стратегічне планування – це цілеспрямоване вироблення стратегії за допомогою комплексу фінансово-економічних, логістичних процедур, які спрямовані на побудову як моделі майбутньої діяльності компанії, так і програми переходу з поточного стану до бажаного.

Стратегічне планування передбачає перспективний напрямок розвитку малого підприємства; діагностує слабкі місця бізнесу; встановлює конкретні цілі та завдання для кожного підприємства відповідно до загальної стратегії; координує зусилля та припускає

узгодження дій в мікросередовищі фірми; створює базу для розподілу обмежених економічних ресурсів фірми; містить власний системний підхід для визначення загроз та можливостей малого підприємства, а також його сильних і слабких сторін.

Головна ідея у розробці відповідного планування – покращення ситуації та фінансового стану підприємства в майбутній перспективі.

Спроби скласти довгострокові плани, у яких пропонується, що й коли робити в досить тривалій перспективі, або ж спроби знайти у вихідний період рішення на багато років уперед, бажання будувати «на століття» або здобувати «на довгі роки» – усе це ознаки нестратегічного управління. При цьому вироблення програми дій починається з аналізу внутрішніх можливостей і ресурсів підприємства.

Стратегічний план, що характеризує діяльність підприємств, які працюють у ринкових умовах, використовує іншу парадигму, сутність якої полягає у такому: якщо ситуаційний аналіз виявив падіння попиту на якусь продукцію, навіть при наявності необхідних ресурсів, керівництво даного підприємства не буде нарощувати обсяги її випуску, а скоріше вибере стратегії зменшення випуску або перехід на випуск іншої продукції. В основі розробки стратегічного плану знаходиться аналіз перспектив розвитку підприємства при певних припущеннях про зміну зовнішнього середовища, у якому воно функціонує, а також з урахуванням стратегічних змін на цьому підприємстві.

Найважливішим елементом цього аналізу є визначення ринкової та конкурентної позиції підприємства, оцінка його слабких та сильних сторін, виявлення можливостей і загроз. На основі такого аналізу формуються окремі напрямки господарської діяльності (визначаються бізнес-процеси і виокремлюються бізнес-одиниці) і вибираються базові й функціональні стратегії.

Якщо довгострокові, середньострокові та короткострокові плани припускають планування обраних напрямків розвитку підприємства, то в рамках стратегічного планування вирішуються питання про те, які нові напрямки слід розвивати, а які з існуючих – ліквідувати. Стратегічне планування спрямоване на адаптацію діяльності малих підприємницьких структур до постійно мінливих умов зовнішнього середовища й на одержання вигід з нових можливостей.

Традиційно при здійсненні стратегічного планування найчастіше основний акцент робиться на розробку стратегічного плану. Через специфічні особливості функціонування малих підприємств в підприємницькому секторі економіки стратегічне планування не обмежується тільки розробкою стратегічного плану. У секторі малого підприємництва сюди варто включати заходи із реалізації стратегічного плану: створення організаційної культури, формування систем мотивації й організації праці, досягнення певної гнучкості в організації тощо.

Оскільки малі підприємства обмежені різними факторами (час, гроші, ресурси), одним з найважливіших завдань стратегічного планування малих підприємницьких структур є прийняття рішень про розподіл ресурсів між різними потребами підприємства. Цей процес прийняття рішень – ядро стратегічного планування. Без цього розподіл ресурсів може відбуватися під впливом моменту й ґрунтуватися на міркуваннях негайної необхідності, а не на стратегічній важливості.

У сучасних умовах нестабільності та невизначеності підприємець повинен чітко зрозуміти, на чому будуть сконцентровані його зусилля для розвитку всього наявного потенціалу, й визначитися при прийнятті господарських рішень в таких питаннях: чи буде підприємство залежати від замовників (покупців, споживачів, клієнтів), чи опиратиметься на інновації, досконалість технологічних процесів, чіткість управління матеріально-технічним постачанням або на технології тощо. Уміння змодельовати ситуацію обумовлене здатністю цілісно уявити ситуацію, зрозуміти закономірності взаємодії потреб і споживчого попиту покупців, конкурентів з якістю їх продукції й потреб власного підприємства, тобто здатності задовольняти потреби споживачів. Ці уміння передбачають також наявність здатності

рухатися від конкретного до абстрактного й у зворотному напрямку, що виступає важливою умовою компетентності в питаннях стратегії.

У процесі реалізації стратегічного плану, необхідно використовувати оперативне планування. Як свідчить практика господарювання, недооцінювати оперативне планування не варто, бо прийняття управлінського рішення тільки виходячи з реального стану справ, власного досвіду або інтуїції не приведе до найкращого оптимального результату в довгостроковій перспективі. Оперативне планування спрямоване на досягнення проміжних цільових настанов тактичних планів, установлених на короткий період (як правило, до одного місяця). У процесі оперативного планування встановлюються щоденні, тижневі, декадні й місячні завдання й здійснюється щоденна диспетчеризація виконання цих завдань, тобто за допомогою оперативних нарад здійснюються контроль і регулювання діяльності всіх працівників (або служб) підприємства.

При оперативному плануванні практично знижується рівень невизначеності планових рішень, хоча імовірнісний характер досягнення планових результатів залишається. Розміри підприємства й вид бізнесу відображаються на обсязі й видах планових робіт, складності планування, чисельності працівників, зайнятих у цьому процесі, але напрямки планових робіт при цьому залишаються однаковими. В малому бізнесі немає необхідності створювати планові групи або служби, однак повинен бути менеджер або працівник, відповідальний за планову діяльність на підприємстві. По кожному напрямку планування розробляються типові форми, таблиці, у яких відображаються планові завдання на певний період, а також повинні бути виділені показники оцінки результатів діяльності підприємства по їхній реалізації.

Організація оперативного планування на малих підприємствах, які пов'язані із виробництвом продукції і які діють у сфері послуг, суттєво відрізняється. Так, у процесі оперативного планування і управління виробництвом повинне бути досягнута взаємодія органів управління на всіх стадіях виробничого процесу (від одержання сировини до реалізації продукції) з метою виконання плану поставок готової продукції в необхідній кількості, потрібної якості, у потрібний час і місце з мінімальними сукупними витратами. В основі оперативного планування лежить виробнича програма, у рамках якої розробляються деталізовані планові завдання для кожного виробничого підрозділу (цеху, ділянки, робочого місця) на певний період часу, а також здійснюється поточне керівництво виробничим процесом і контроль його ходу.

Підприємства сфери послуг, а це в основному більша частину малих підприємств, мають ряд важливих особливостей з погляду організації проведення й надання послуг. По-перше, у сервісному бізнесі споживач звичайно присутній у виробничому процесі, тобто контакт, або взаємодія, зі споживачем тісніше, чим у сфері промислового виробництва. По-друге, у сфері послуг потрібен високий ступінь індивідуалізації обслуговування відповідно до вимог споживача. Тому, із цього погляду, оперативне планування в сфері послуг сутужніше, чим у промисловості, з погляду забезпечення ефективності.

У загальному виді система оперативного планування залежно від виду бізнесу малого підприємства повинна включати наступні складові: виробництво: складання календарного графіка виробництва продукції; формування замовлень на виробництво; визначення відрядних завдань виконавцям; розрахунки потреби в запасах; планування прямих і непрямих витрат; роботи й послуги: складання графіків виконання робіт і надання послуг; формування завдань співробітникам на виконання робіт і надання послуг; реалізація товарів: планування продажів у натуральному і вартісному вираженні, як по підприємству в цілому, так і по підрозділах; планування продажів по окремих товарних позиціях; формування графіків відвантаження товарів; планування надходжень доходів від продажів для формування бюджету підприємства. Такий перелік можна розширити, змінити з урахуванням конкретних особливостей, умов діяльності підприємства малого бізнесу (структура, місце розташування, склад персоналу та ін.). В цілому, слід вважати, що оперативне планування

повинно бути невід'ємним, обов'язковим елементом бізнес-планування для досягнення малим підприємством найкращих результатів й переваг в конкурентному середовищі.

Питання 3.

Багаторічний досвід закордонних фірм і українських підприємницьких структур малого бізнесу свідчить про те, що недооцінювання планування бюджету в умовах ринку, зведення його до мінімуму, ігнорування або некомпетентне здійснення найчастіше призводять до великих, нічим не виправданих, економічних втрат і, у кінцевому рахунку, до банкрутства. Поки ще кожен бізнесмен створює менеджмент у своїй фірмі, спираючись не на систему загальноприйнятих цінностей і уявлень, а лише на своє особисте сприйняття дійсності.

Очевидно, що на зміну етапу інтуїтивного управління малим підприємництвом, яке відповідало початку становлення малого і середнього бізнесу, має прийти управління, що базується на сучасній обґрунтованій науково практиці.

Бюджетування – це управлінська технологія, яка передбачає формування бюджетів для обраних об'єктів та їх використання з метою забезпечення оптимальної структури та співвідношення доходів та витрат, надходжень та видатків, активів та пасивів організації чи її ланок для досягнення встановлених цілей з урахуванням впливу середовища функціонування.

Суб'єкти малого підприємництва змушені шукати більш ефективні методи контролю за результатами фінансово-господарської діяльності, максимально використовувати весь арсенал інструментів фінансового управління. Зважаючи на нагальну необхідність задовольнити зростаючі потреби підприємства у коштах, це є можливим лише за умови запровадження у практику нових методів підвищення ефективності системи управління його фінансами, одним із яких є бюджетування.

Упровадження бюджетування на підприємствах стає об'єктивною необхідністю, спроможною забезпечити конкурентоспроможність підприємства. Після відмови від старої системи планування з'явилась нагальна потреба в розробці системи, яка б ураховувала особливості ринкових відносин. На багатьох українських підприємствах намагалися самостійно розробити нову ефективну власну систему планування, але недостатня кількість кваліфікованих фахівців у цій сфері та безліч інших причин істотно ускладнили виконання поставленого завдання. Малий бізнес в Україні все ще недостатнім чином виконує соціально-економічні функції, які є для нього традиційними й цілком досяжними за умов розвинутих ринкових відносин, адже цей економічний сектор природно орієнтований на місцеві ринки збуту та регіональні господарські комплекси.

Центрами бюджетування у малому бізнесі є окремі підрозділи в межах організаційної структури управління (для промислових, торговельних підприємств та сфери обслуговування); окремі товарні групи, продуктові напрями чи складові збутової мережі, наприклад магазини (для торговельних підприємств); окремі проекти (для рекламних агенцій та консалтингових фірм). У процесі бюджетування розробляють різні види бюджетів залежно від цільового призначення, об'єкта бюджетування, змісту показників, методів та строку розроблення, способу складання та напрямів побудови (рис.1)

На малому підприємстві система бюджетування є дворівневою: нижній рівень – функціональний, верхній – основний (фінансовий). Особливістю системи бюджетування на таких підприємствах є те, що існує можливість її спрощення, оскільки у системі оперативного обліку на підприємстві функціональний бюджет складається у формі документів бухгалтерського обліку (калькуляції, кошториси, розрахунки потреб у ресурсах тощо).

Накопичивши достатній досвід ведення бізнесу та зміцнивши становище на ринку, підприємство переходить до розряду стабільних. Керівники добре розуміють механізм бізнесу, встановлені необхідні контакти, бізнес приносить надійний прибуток. 1) бюджет сприяє вигідному перерозподілу коштів, дозволяє перемістити кошти з менш прибуткової області в більш прибуткову; 2) бюджет дозволяє контролювати витрати.

Коли підприємство тільки починає діяльність, відсутність вільних коштів сама по собі виступає стримуючим чинником. Однак стабільне підприємство має більшу гнучкість, і потреби різко зростають. Складання бюджету допомагає визначити найбільш важливі сфери

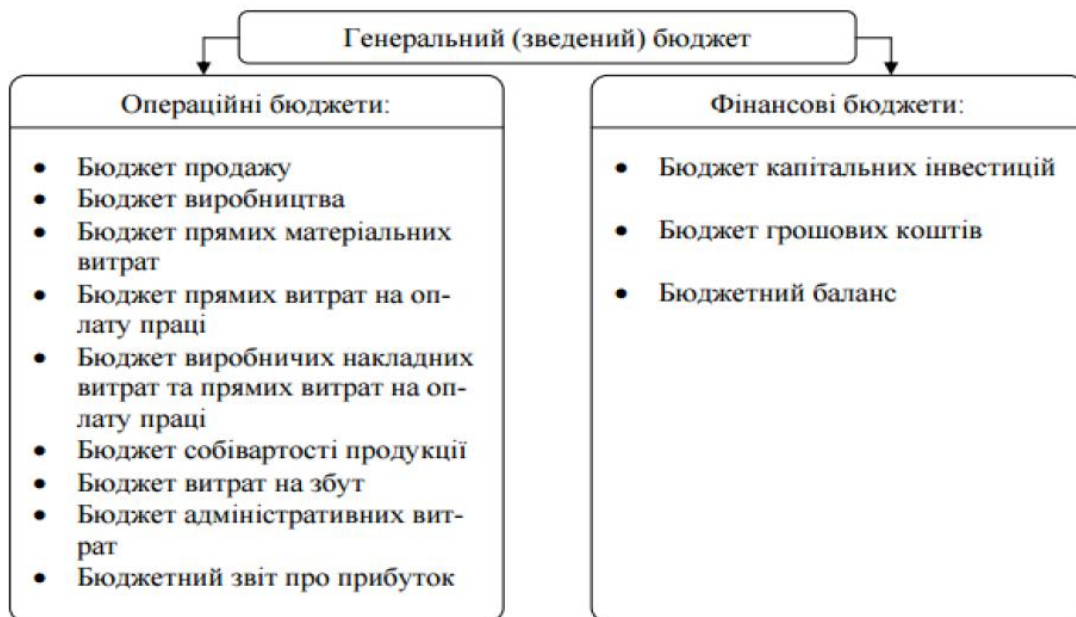


Рис.1. Система бюджетів малого бізнесу

застосування засобів; 3) бюджет сприяє поповненню резервного капіталу. Стадія розширення бізнесу вимагає значних витрат, тому зараз саме час накопити необхідні кошти.

Складні методи фінансового планування, які використовуються великими компаніями, цілком не придатні до застосування в малому бізнесі. Це відбувається, тому що малий бізнес має потребу в селективному підході стосовно методів планування діяльності та їх використання. Він має менший запас еластичності, та, якщо великий бізнес може витримати навіть великі збитки або стабільні тривалі малі втрати, малий бізнес не може собі цього дозволити. Для підвищення ефективності фінансового планування необхідно використовувати нові стандарти управління, зокрема процесний підхід. При цьому основним поняттям процесної методики є бізнес-процес, тобто цілеспрямована послідовність операцій (функцій) і подій. У зв'язку з цим пропонується розглядати процес формування комплексного фінансового плану як бізнес-процес. Найбільш актуальними для малого підприємництва бізнес-процесами, які вимагають оптимізації, є: оперативне управління ресурсами (аналіз поточних потреб, розподіл обігових коштів між підрозділами); управлінський облік (облік витрат і аналіз поточної собівартості, облік розрахунків із контрагентами і взаєморозрахунків усередині фірми); аналіз ефективності управління (структура ключових показників ефективності, формування й аналіз ключових показників в оперативному режимі); планування і бюджетування (структура бюджетів і кошторисів, механізми планування і контролю виконання).

Проект починається з визначення цілей і управлінських завдань, що розв'язуються системою в конкретній підприємницькій організації. Потім формуються моделі верхнього рівня, тобто узагальнені моделі процесів. На наступному етапі здійснення проекту укрупнені блоки верхнього рівня деталізуються за допомогою декомпозиції на більш низький рівень. Формуються детальні моделі бізнес-процесів планування, оперативного і бухгалтерського обліку, аналізу та контролю управління. У підсумку створюється комплексна модель фінансового планування підприємства у вигляді текстових звітів (комплексних річних, квартальних, місячних та оперативних планів).

При цьому змінюються повноваження і відповідальність співробітників, розробляються (змінюються) посадові інструкції, затверджуються типові форми планових і звітних документів, упроваджується система документообігу. Слід підкреслити, що моделювання і

реорганізація фінансових процесів – це реальний інструмент підвищення якості та ефективності фінансового планування.

Загальний висновок за темою лекції.

Бізнес-план – це програма дій бізнесмена, яка обґрунтована аналізом ринку, постачальників, інвестицій тощо та визначає цілі діяльності бізнесу. У зарубіжній практиці бізнес-план використовується незалежно від сфери діяльності, масштабів власності і організаційно-правової форми підприємства. Стратегічне планування передбачає перспективний напрямок розвитку малого підприємства; діагностує слабкі місця бізнесу; встановлює конкретні цілі та завдання для кожного підприємства відповідно до загальної стратегії; координує зусилля та припускає узгодження дій в мікросередовищі фірми; створює базу для розподілу обмежених економічних ресурсів фірми; містить власний системний підхід для визначення загроз та можливостей малого підприємства, а також його сильних і слабких сторін. Оперативне планування спрямоване на досягнення проміжних цільових настанов тактичних планів, установлених на короткий період. Бюджетування – це управлінська технологія, яка передбачає формування бюджетів для обраних об'єктів та їх використання з метою забезпечення оптимальної структури та співвідношення доходів та витрат, надходжень та видатків, активів та пасивів організації чи її ланок для досягнення встановлених цілей з урахуванням впливу середовища функціонування.

Питання для контролю знань:

- 1.Що таке планування і яка його роль у фінансовому менеджменті?
- 2.Навіщо потрібен бізнес-план?
- 3.Яка структура бізнес-плану?
- 4.У чому полягає стратегічне та оперативне планування в малому бізнесі?
- 5.Що таке стратегія управління малим бізнесом?
- 6.Які складові оперативного планування в бізнесі?
- 7.Що таке бюджетування в малому бізнесі?
- 8.Опишіть систему бюджетів малої фірми.

Питання для самостійного опрацювання матеріалу лекції:

- 1.Фінансові обґрунтування в бізнес-плані
- 2.Оцінка показників фінансового плану малого підприємства

Питання для підготовки до семінарського заняття:

- 1.Бізнес-план та методика його складання
- 2.Стратегічне та оперативне планування в малому бізнесі
- 3.Бюджетування діяльності малого бізнесу

Укладач(і): _____ Гринчишин Ярослав Миколайович, к.е.н., доцент
(підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

Конспект лекції № 6

Тема № 3. Фінансування інвестиційної та інноваційної діяльності суб'єктами малого бізнесу (назва теми відповідно до РПНД)

Міжпредметні зв'язки

забезпечуючі: «Фінансовий аналіз», «Фінанси підприємств», «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Фінансовий менеджмент».

забезпечувані: «Фінансова безпека»

Мета лекції *Розкрити сутність і форми інноваційної та інвестиційної діяльності в малому бізнесі*

План лекції (навчальні питання):

1. Інновації та інноваційна діяльність в господарському житті малого бізнесу
2. Інноваційний розвиток суб'єктів малого підприємництва: сутність, форми та державне регулювання
3. Інвестиційні рішення у малому бізнесі

Опорні поняття:

Інновації, інноваційна діяльність, інвестиційні рішення, реальні інвестиції, фінансові інвестиції, інтелектуальні інвестиції, економічний ефект.

Інформаційні джерела:

Законодавчі та нормативні акти:

3. Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» від 1 липня 2014р. № 1555-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1555-18>.

4. Постанова КМУ від 12 грудня 2011 р. «Про утворення Державної інноваційної небанківської фінансово-кредитної установи «Фонд підтримки малого інноваційного бізнесу».

Основна та допоміжна література:

Основна:

5. Бедриниць М. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посіб. / М. Д. Бедриниць, А. В. Сурженко. – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 352 с.

6. Білик М.Д., Білик Т.О. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування. Монографія / М.Д. Білик, Т.О. Білик. – К.: ТОВ «Пан Тот»Ю, 2012. – 280 с.

7. Буряк Л. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посібн. / Л. Д. Буряк. – К.: Вид-во «КНЕУ», 2007. – 423 с.

8. Фастовець А.А., Фисун І.В. Фінанси малого бізнесу: навч. посіб./ Фастовець А.А., Фисун І.В. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 302 с.

Допоміжна:

5. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Т-во «Знання», КОО. 2001. – 277 с.

6. Дрига С.Г. Мале підприємництво України: становлення, механізми управління та підтримки: монографія / С.Г. Дрига; НДІ економіки Міністерства економіки України. – К. : ДКС центр, 2009. – 359 с.

7. Пітер Уілсон. Фінансовий менеджмент в малому бізнесі. – М.: Аудит, 1995. – 255 с.

8.Теличко Р.К. Фінансове планування на малих та середніх підприємствах / Р.К. Теличко // Економіка. Фінанси. Право. – К., 2007. – №8. – С. 14-16.

Інтернет ресурси:

1. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.gov.ua>
3. Офіційний сайт Doing Business [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.doingbusiness.org/>

Навчальне обладнання: мультимедійний проектор, презентація

ВИКЛАД МАТЕРІАЛУ ЛЕКЦІЇ

Питання 1.

Суб'єкт малого підприємництва, який досягнув конкурентних переваг, може утримувати свої позиції на ринку за допомогою постійного процесу розробки *інновацій* – новостворених або вдосконалених конкурентоздатних технологій, продукції або послуг, а також організаційно-технічних рішень виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва або соціальної сфери – та їх впровадження в господарську практику, тому що саме інноваційність та новаторство є основою підприємницької діяльності. В умовах високої конкуренції, малий бізнес, який функціонує без інновацій, зупиниться у своєму розвитку. Підтримка своїх позицій за рахунок економії на масштабах виробництва, взаємозв'язку зі споживачем або надійністю каналів збуту рано чи пізно виявляться недостатніми. Конкуренти знайдуть шляхи обходу цих переваг на основі своїх інновацій та створять кращі чи дешевші способи ведення аналогічного бізнесу.

Інноваційна діяльність підприємства – це діяльність, спрямована на пошук і реалізацію інновацій в цілях розширення асортименту і підвищення якості продукції, вдосконалення технології та організації виробництва. Інноваційна діяльність малого бізнесу повинна включати: виявлення проблем підприємництва; здійснення інноваційного процесу; організацію інноваційної діяльності.

Характерною рисою інноваційної діяльності малих організацій є їх переважна орієнтація на створення продуктових інновацій, а не нових технологій, хоча саме така орієнтація приносить найбільший комерційний успіх на початковому етапі функціонування на ринку. Мале підприємство є інноваційним за своєю природою та вносить істотний внесок у зміну структури різних секторів і видів економічної діяльності національного господарства, виступає основою формування нових ринків. Наприклад, саме малі підприємства в таких секторах як біо-, нано- та інформаційні технології стають основними постачальниками нової продукції в країнах ЄС.

Малі підприємства, як правило, здійснюють інновації, які на початковому етапі не вимагають великих інвестицій, а також залучення значного обсягу трудових і матеріальних ресурсів, але мають високу ступінь віддачі. Досягненням конкурентних переваг малим бізнесом досягається за рахунок нової продукції, технології чи нових рішень щодо поведінки на ринку. Впровадження на ринку інноваційної продукції дає можливість малій піднятись на новий рівень і забезпечити технологічну перевагу над існуючими конкурентами. Подальша позитивна тенденція цього процесу залежить від інноваційної стратегії. Правильно підібрана інноваційна стратегія створює для малого бізнесу додаткові технологічні та ринкові можливості, сприяє зростанню конкурентоспроможності продукції і фірми в цілому. До основних видів інноваційних стратегій відносяться: *стратегія технологічного лідера*, яка дозволяє реалізовувати можливості, що пов'язані з розробкою і впровадженням абсолютно нової продукції чи процесу; *стратегія послідовника*, яка пов'язана з виробництвом та реалізацією удосконаленої продукції чи процесу, аналогічної продукції; *стратегія*

копіювання, яка пов'язана з випуском продукції на основі придбання ліцензій; та *пасивна* інноваційна стратегія, яка включає розробку і впровадження маркетингових і організаційних інновацій.

Розробка і реалізація інноваційної стратегії малої фірми неможлива без інвестиційних вкладень, тому щоб інноваційна стратегія виступала як вагомий фактор ефективності, мале підприємство має розглянути можливості здійснення взаємопов'язаних інвестицій в різні сфери своєї діяльності (розробка або придбання технологічних інновацій; створення сучасної організаційно □ виробничої структури; створення збутової і маркетингової мережі). У процесі інноваційної діяльності можна розвиватись з найбільшою результативністю, якщо буде чітко орієнтуватись на певний об'єкт і враховувати вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Найбільш характерними показниками інновацій є: новизна, можливість модифікації, можливість дифузії, прогресивність, конкурентоспроможність, адаптивність до нових умов виробництва, а також показники економічної, соціальної і екологічної ефективності. Зазначені показники впливають на кінцеві результати діяльності підприємства: на собівартість і ціну продукції, її якість, обсяг продажів і прибутку, рівень рентабельності.

Успіх інноваційної діяльності малого підприємства залежить від обсягу та доступності необхідних ресурсів, якими володіє підприємство, від здатності до швидких змін, гнучкості менеджменту і його адаптації до нових умов, неординарності створюваних інноваційних рішень, вміння оцінити і спрогнозувати комерційну вигоду, ефективності організаційно □ управлінських механізмів, завдяки яким реалізуються інноваційні проекти, рівня розвитку інноваційної інфраструктури, яка підтримує діяльність підприємств цієї сфери.

Питання 2.

Розвиток сучасного бізнесу – це процес систематичних динамічних перетворень, трансформацій його структури та середовища в межах встановлених стратегічних цілей для забезпечення його життєздатності.

Тому нагальною проблемою бізнесу є раціоналізація та інтеграція всіх процесів в системі управління підприємством. Це пояснюється, з одного боку, множиною багаторівневих цілей об'єктів і суб'єктів управління, які повинні мати високий рівень узгодженості, а з іншого, – складністю їх гармонізації.

Інноваційний розвиток бізнесу – це процес, який базується на інтегруванні цілей підприємства, його підсистем, цілей кожної особистості, яка працює в колективі, на вдосконалення ведення малого підприємництва, оптимізації бізнес-процесів для досягнення загальних стратегічних цілей на основі використання нових управлінських рішень різного господарського характеру та виробництві нових видів продукції чи послуг.

Сучасний етап світового розвитку, пов'язаний з процесами глобалізації, характеризується не тільки посиленням інноваційної активності в усіх сферах діяльності, але і формуванням нової якості інноваційного процесу – його безперервності, що визначається здатністю економіки до постійного виробництва і впровадженню більш досконалих знань і технологій. Незалежно від вибраної організаційно-правової форми бізнес стає на інноваційний шлях розвитку за умови:

- розробка і просування на ринки нових продуктів і передових технологій;
- висока частка науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт для створення нових конкурентоздатних продуктів і послуг;
- масштабний вплив інновацій, нових виробів і передових технологій на прибуток фірми;
- висока частка інвестицій в науково-дослідний сектор і пов'язане з ним оновлення виробництва;
- значна частка наукових та інженерно-технічних робітників в загальній чисельності персоналу.

В господарській практиці існує термін *малого інноваційного підприємства* – це особливий сектор економіки, який виявляє свою активність у науково-технічній сфері (в найбільшій мірі зосереджений у високотехнологічних галузях, таких як інформаційні, біо- і нанотехнології, охорона здоров'я, виробництво програмного забезпечення, а також в електронній, хімічній, фармацевтичній промисловості, машинобудуванні, космічній індустрії) та займається впровадженням технічних чи технологічних інновацій.

В малому бізнесі поширені наступні структури, які займаються інноваційною діяльністю та проявляють інноваційну активність:

1) Організації на початковій стадії становлення. Як правило, їх продукт знаходиться на рівні ідей, макетного або дослідного зразка. Обороти визначаються одержуваними ними з державних або недержавних джерел засобами на НДДКР. Часто в цих організаціях один штатний співробітник, інші співробітники залучаються на конкретне замовлення. Їх витрати – в основному зарплата. Для них характерно те, що значна частина обороту утворюється за рахунок обсягу продажів проекту або наданих послуг. Так як такий оборот недостатній для самозабезпечення, то організація вимушена займатися й традиційною діяльністю паралельно та користуватися орендованими площами або площами компаній, в структурі яких вони знаходяться.

2) Інжинірингові організації – це свого роду сполучна ланка між науковими дослідженнями і розробками, з одного боку, і між нововведеннями і виробництвом – з іншого. *Інжинірингова діяльність* пов'язана із створенням об'єктів промислової власності, діяльністю з проектування, виробництва та експлуатації машин, устаткування, організації виробничих процесів з урахуванням їх функціонального призначення, безпеки та економічності. Інжинірингові організації здійснюють оцінку вірогідної значущості, комерційної кон'юнктури і технічне прогнозування інноваційної ідеї, нової технології, корисної моделі, винаходу, виконують доопрацювання і доводять нововведення до промислової реалізації, надають послуги та консультації у процесі впровадження об'єкта розробки, виробляють пусконаладжувальні, випробувальні роботи за дорученням промислових підприємств.

3) Впроваджувальні організації сприяють розвитку інноваційного процесу і, як правило, спеціалізуються на впровадженні невикористаних патентовласниками технологій, на просуванні на ринок ліцензій перспективних винаходів, розроблених окремими винахідниками, доведенню винаходів до промислової стадії, на виробництві невеликих дослідних партій об'єктів промислової власності з подальшим продажем ліцензії.

4) Інноваційні організації, що діють на основі венчурного фінансування. Особливе місце серед малих інноваційних організацій займають організації, що мають венчурний механізм фінансування. Такі організації являють собою невеликі, але дуже гнучкі та ефективні підприємства, що створюються з метою апробації, доопрацювання і доведення до промислової реалізації «ризикових» інновацій і характеризуються високою

активністю, яка пояснюється прямою особистою зацікавленістю працівників організації та партнерів по венчурному бізнесу в успішній комерційній реалізації розроблених ідей, технологій, винаходів. Особливе значення венчурного бізнесу полягає в тому, що він приводить до створення нових життєздатних господарських одиниць, що впливають на всю традиційну структуру ведення наукових досліджень, і викликає структурні зміни в суспільному виробництві країни; сприяє технічному переозброєнню підприємств та видів економічної діяльності; спонукає великі корпорації до вдосконалення принципів управління та організаційних структур.

Необхідно зазначити, що основними проблемами розвитку інноваційної діяльності малих фірм є:

– проблеми фінансового характеру: нестача власних коштів підприємств, ускладненість залучення фінансових ресурсів з ринкових джерел (зокрема, жорсткі умови кредитування, недостатня фінансова підтримка з боку держави);

– проблеми організаційно-комунікаційного характеру: нерозвиненість ринку технологій; незрілість інноваційної інфраструктури, що має надавати посередницькі, інформаційні, юридичні, експертні, фінансово-кредитні та інші послуги; недоліки нормативно-правової бази інноваційної діяльності; відсутність умов налагодження коопераційних зв'язків з іншими суб'єктами інноваційного процесу;

– проблеми інформаційного характеру: відсутність або недоступність систематизованої інформації про нові технології, що мають потенціал комерціалізації, а також про стан та прогностичні оцінки кон'юнктури ринків збуту інноваційної продукції;

– проблеми внутрішньовиробничого характеру: низький інноваційний потенціал підприємства, нестача кваліфікованого технічного та управлінського персоналу на тлі незрілості консалтингової та інжинірингової інфраструктури;

– проблеми ринкового характеру: висока вартість нововведень, невизначеність строків інноваційного процесу, високий економічний ризик інноваційної діяльності, тривалі строки окупності нововведень, низький платоспроможний попит на вітчизняну інноваційну продукцію.

Темпи розвитку і масштаби зростання малого інноваційного бізнесу нерозривно пов'язані з питаннями регулювання його діяльності з боку держави. Спроби відмовитися від управління цим процесом, як свідчить досвід країн Заходу, не мають господарської перспективи. Практично у всіх країнах держава активно втручається в діяльність малого інноваційного підприємництва. Державна підтримка є об'єктивною передумовою нововведень, оскільки ринок не завжди може створити умови, при яких суб'єктам господарювання може бути вигідна і доступна безперервна інноваційна діяльність.

При здійсненні **активного втручання** держава визнає наукову, науково-технічну та інноваційну діяльність головними факторами економічного росту національної економіки. Як правило, вибір даної стратегії передбачає зміни в законодавстві та в зовнішній політиці держави. Держава не тільки виконує орієнтаційні функції, але й відіграє активну роль в організації і фінансуванні багатьох важливих програм і проектів, реалізація яких вносить значний вплив у розвиток національної економіки.

Опосередковане (децентралізоване) регулювання – більш складний механізм участі держави в науковій та інноваційній сферах. Держава створює інноваційну інфраструктуру, пропонує економічній сфері до впровадження створені в державному секторі науково-технічні новачки, виділяє державні ресурси для створення початкового попиту на нововведення, які знаходять подальше поширення в національній економіці. При здійсненні цієї стратегії використовуються податкові пільги та інші стимули наукової та інноваційної активності.

Змішане регулювання використовується в країнах, де в економіці значну частину складає державний сектор, і держава зацікавлена у підтримці високого експортного потенціалу галузей сектору. В даному випадку по відношенню до державних підприємств держава використовує стратегію активного втручання, а до інших – стратегію *децентралізованого регулювання*.

Для стимулювання НДДКР найбільш ефективним представляється забезпечення ліцензування та патентування нових відкриттів і винаходів, впровадження спеціально розроблених програм прямого фінансування, надання на конкурсній основі грантів, підтримка пільгового інвестування і кредитування. Освоєння наукоємного виробництва в істотній мірі залежить від податкової політики держави, а активне впровадження інноваційної продукції на ринок – від рівня розвитку системи державного замовлення та умов кооперування малих і великих підприємств.

Питання 3.

Розвиток малого підприємництва в Україні залежить не тільки від джерел формування його фінансових ресурсів, а й від ефективності управління цими ресурсами з метою отримання якнайбільшого прибутку.

Так, саме, інвестування, як один із методів фінансового управління та, власне, інвестиції є інструментарієм вкладення коштів малого підприємства з метою отримання доходів в майбутньому. Вартість бізнесу не може бути створена й примножена без інвестицій.

Тому інвестування розглядають як важливу складову фінансового управління бізнесом. Під **інвестуванням** розуміють довгострокове вкладення капіталу з метою отримання певних економічних вигід. Інвестиціями, відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність» є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, внаслідок якої створюється прибуток (доход) або досягається соціальний ефект. Інвестиції як вкладення, які забезпечують приріст капіталу, створюють новий капітал.

В залежності від об'єкта вкладень розмежовують інвестиції трьох видів: реальні, фінансові й інтелектуальні.

Під **реальними інвестиціями** розуміють вкладення капіталу для забезпечення підприємства засобами виробництва. Реальні інвестиції пов'язані із заміщенням основних засобів чи їх розширенням. Завдяки цьому відбувається модернізація й раціоналізація обладнання, що значною мірою впливає на ефективність функціонування бізнесу. Прийняття рішень щодо реальних інвестицій супроводжуються відповідними інвестиційними розрахунками. Реальні інвестиції можуть стосуватися окремих інвестиційних об'єктів чи комплексних інвестиційних програм.

Під **фінансовими інвестиціями** розуміють вкладення капіталу в різноманітні фінансові й грошові інструменти та в статутні капітали інших підприємств із метою отримання додаткового доходу. Потреба в фінансових інвестиціях виникає тоді, коли у підприємств виникають тимчасово вільні грошові кошти, які не потрібні для здійснення виробничого процесу чи покриття банківських рахунків. Фінансові інвестиції призводять до збільшення доходів підприємств..

Інтелектуальні інвестиції – це вкладення капіталу в інтелектуальну власність (патенти, авторські права, торгові марки, ноу-хау); людські активи (сукупність колективних знань підприємства, їхніх творчих здібностей, лідерських якостей тощо); інфраструктурні активи (технології, методи і процеси, які застосовуються при здійсненні діяльності підприємства). В сучасних умовах інтелект і знання виступають одним із головних чинників максимізації вартості бізнесу й забезпечення конкурентоспроможного виробництва. Цим обумовлена необхідність створення дієвої системи продукування, захисту, відтворення і використання інтелектуального капіталу підприємницькими структурами. Важлива роль у здійсненні цього процесу відводиться інтелектуальним інвестиціям.

У малому бізнесі інвестиційна діяльність є обмеженою, що визначається відсутністю достатньої кількості фінансових ресурсів для її здійснення. Якщо розглядати три види інвестицій, то в господарській практиці, малого бізнесу найчастіше зустрічаються лише реальні інвестиції.

Фінансові інвестиції, хоч і є найефективнішим джерелом отримання додаткових фінансових ресурсів для фінансування поточної господарської діяльності, довгострокових проектів їх ефективна реалізація можлива лише для підприємств-юридичних осіб. У загальному розумінні, природа фінансових інвестицій полягає у розміщенні вільних коштів у цінні папери з метою трансформації коштів у високоліквідні цінні папери, збереження вартості активів, отримання прибутку, встановлення контролю над емітентом, тощо, що для малого бізнесу часто є недосяжним.

Для малого бізнесу характерні:

□ довгострокові фінансові інвестиції, які представляють собою вкладення в цінні папери інших підприємств, облігації державних та місцевих позик, статутний капітал інших підприємств, створених на території країни та за кордоном терміном більш ніж один рік, а також фінансові інвестиції, що не можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент. Вони характерні для господарських товариств, зокрема акціонерних, які мають вільні ресурси.

□ поточні фінансові інвестиції – вкладення терміном до одного року та такі, що можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент. До цього виду інвестицій належать вкладення підприємством тимчасово вільних коштів у банківські депозити, короткострокові цінні папери та інші дохідні фінансові інструменти з метою формування ліквідних резервів та одержання доходів. Поточне фінансове інвестування може здійснюватися також у рамках політики рефінансування дебіторської заборгованості.

На відміну від довгострокових фінансових інвестицій, поточне інвестування не потребує наявності відповідних фінансових джерел, зокрема прибутку, інших позицій власного капіталу чи довгострокових позичок. Основою прийняття рішень про поточні фінансові інвестиції є інформація, наведена в оперативному фінансовому плані (бюджеті ліквідності). Якщо з плану випливає, що в окремих періодах у підприємства очікується тимчасовий надлишок грошових коштів, то слід прийняти рішення стосовно їх раціонального використання, зокрема вкладення в легколіквідні прибуткові інвестиції.

Інтелектуальні інвестиції існують на підприємствах, що виявляють інноваційну активність, адже для традиційних малих фірм оновлення інтелектуального капіталу є процесом другорядним, що часто призводить до застою виробництва та зниження результатів діяльності.

Детальніше слід розглянути реальні інвестиції як основу розвитку бізнесу. Реальні інвестиції оформляються у вигляді так званого інвестиційного проекту.

Інвестиційний проект – комплекс взаємозв'язаних заходів, розроблених для досягнення певної мети впродовж певного часу при встановлених ресурсних обмеженнях.

У міжнародній практиці план розвитку підприємства подається у вигляді бізнес-плану, що, по суті, є структурованим описом проекту розвитку підприємства. Якщо проект пов'язаний із залученням інвестицій, то він має назву «*інвестиційний проект*». Звичайно, кожний новий проект підприємства в тій чи іншій мірі пов'язаний із залученням нових інвестицій.

В інвестиційному проекті детально розглядаються науково-технічні, технологічні, організаційні, соціальні, фінансові та інші аспекти господарської діяльності підприємств. Ретельно розроблений інвестиційний проект дає експертам і керівникам відповіді на такі основні запитання: який необхідний обсяг інвестиційних витрат для реалізації проекту; яким чином передбачається залучити інвестиції у проект; що в цьому інвестиційному проекті може бути привабливим для потенційних інвесторів; у який термін окупляться здійснені у проект інвестиційні витрати; яка економічна ефективність (фінансова рентабельність) проекту; чи придатні висунуті у проекті бізнес-ідеї до практичної реалізації; яку організаційну підготовку слід провести для створення нового бізнесу; які переваги матиме запропонований бізнес порівняно з конкурентами; чи достатній внутрішній ринок збуту для продукції підприємства; як буде організовано забезпечення виробничими ресурсами бізнесу; чи відповідає кваліфікація працівників і менеджерів підприємства для реалізації проекту? Таким чином, інвестиційний проект допомагає реально оцінити висунуті ідеї, задокументувати, оцінити їх, визначивши економічну ефективність та реальність втілення у життя, передбачити спосіб керування процесом реалізації інвестиційного проекту.

Інвестиційний проект слід розглядати як цикл, що складається з трьох окремих фаз (або етапів інвестиційного проектування) — передінвестиційної, інвестиційної та експлуатаційної.

Передінвестиційна фаза, або стадія науково-проектної підготовки проекту (від попередніх досліджень до прийняття остаточного управлінського рішення про доцільність інвестування) складається з: визначення інвестиційних можливостей, аналізу альтернативних варіантів і попереднього вибору проекту — попереднього техніко-економічного обґрунтування, висновку за проектом і рішення про інвестування.

Інвестиційна фаза, або стадія реалізації і впровадження об'єкта реального інвестування (проектування, укладення договорів, підряд, будівництво). Інвестиційна фаза складається з: встановлення правової, фінансової та організаційної основ для здійснення проекту,

придбання і передача технологій, детальне проектне опрацювання і укладання контрактів, придбання у разі необхідності землі, будівельні роботи і монтаж обладнання, передвиробничий маркетинг, набір і навчання персоналу, здача об'єкта інвестування в експлуатацію і запуск.

Експлуатаційна фаза проекту (виробнича стадія освоєння інвестицій та господарської діяльності підприємства). Експлуатаційну фазу необхідно розглядати в довготерміновій і короткотерміновій перспективі. У короткотерміновому плані досліджується можливість виникнення проблем, пов'язаних із застосуванням обраної технології, функціонуванням обладнання або з кваліфікацією персоналу. У довготерміновому плані розглядаються обрана стратегія і сукупні виробничі й маркетингові витрати, а також очікувані грошові надходження від реалізації продукції.

Зазначимо, що розробка інвестиційного проекту є досить трудомістким процесом і вимагає значних витрат часу і коштів. Ефективність та результативність інвестиційного проектування досягаються правильною і раціональною організацією розробки інвестиційного проекту, що передбачає чіткий розподіл обов'язків між виконавцями проектних робіт та координацію їхніх дій; забезпечення взаємозв'язків і взаємоузгодженості в розробці окремих розділів проекту; встановлення термінів розробки проекту; доведення основних положень проекту до всіх зацікавлених сторін.

До розробки інвестиційного проекту треба залучати різноманітних фахівців, які володіють достатніми теоретичними знаннями і мають необхідний практичний досвід у цьому виді діяльності (менеджерів, фінансистів, маркетингологів, юристів, економістів, інженерів). Залучення до розробки інвестиційного проекту консультантів і експертів, які не є працівниками підприємства, дає змогу підвищити рівень довіри потенційних інвесторів (оскільки ці фахівці — особи незацікавлені, а тому, можливо, є більш об'єктивними). Обов'язковою в цій роботі є також участь керівника підприємства і автора ідеї, покладеної в основу проекту.

Для визначення розміру коштів, які необхідно інвестувати, щоб одержати після закінчення встановленого строку потрібну суму шляхом оцінки поточної вартості майбутніх грошових потоків шляхом дисконтування.

Показник поточної вартості розраховується за формулою

$$PV = FV \times \frac{1}{(1+i)^n},$$

де PV — майбутня вартість коштів;

i — дисконтна ставка;

n — період розрахунку, років.

Найефективнішим для підприємства є вкладення меншої суми коштів.

Економічний ефект від реалізації інвестицій являє собою різницю між загальною сумою дисконтованих чистих грошових припливів за всі періоди часу й величиною інвестиційних витрат. Проект можна прийняти, якщо в результаті його реалізації підприємство одержить позитивний економічний ефект.

Розрахунок чистого наведеного ефекту можна зробити за формулою

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+i)^k} - IC,$$

де P_k — річні грошові надходження протягом n років;

IC — стартові інвестиції;

i — ставка порівняння.

Якщо проект припускає послідовне інвестування фінансових ресурсів протягом декількох років, то для розрахунку використовується наступна формула

$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+i)^k} - \sum_{j=1}^m \frac{I_j}{(1+i)^j},$$

де I_j — річні інвестиції протягом m років.

Слід зазначити, що при прогнозуванні доходів за роками необхідно враховувати всі види надходжень як виробничого, так і невиробничий характеру, які можуть бути пов'язані з даним проектом.

У випадку, коли інвестиції здійснюються одноразово, а щорічні прогнозовані надходження рівні між собою, показник строку окупності (PP) можна визначити за формулою

$$PP = \frac{IC}{P_k},$$

Період окупності має бути меншим періоду інвестування для того, щоб отримати позитивний економічний ефект.

Наступним ключовим показником доцільності інвестування є індекс рентабельності інвестицій (PI) — відносна величина, що показує відношення дисконтних припливів за інвестиційним проектом до поточної вартості інвестиційних витрат.

Якщо інвестиції здійснюються одноразово, то для розрахунку індексу рентабельності інвестицій використовується формула

$$PI = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+i)^k} \div IC,$$

Якщо інвестиції являють собою потік вкладень, то для розрахунку використовується формула

$$PI = \sum_{k=1}^n \frac{P_k}{(1+i)^k} \div \sum_{j=1}^m \frac{I_j}{(1+i)^j}$$

Приймаючи рішення щодо інвестування, необхідно також визначити внутрішню норму прибутковості, яка характеризує максимально припустимий відносний рівень витрат, які можуть бути зроблені при реалізації даного проекту. При оцінці інвестиційного проекту інвестор повинен порівняти отримане для даного проекту значення внутрішньої норми прибутковості (IRR) з «ціною» притягнутих фінансових ресурсів. Внутрішня норма прибутковості забезпечує рівність $NPV = 0$.

Далі використовують формулу

$$IRR = i_1 + \frac{NPV(i_1)}{NPV(i_1) - NPV(i_2)} \times (i_2 - i_1),$$

де i_1 — значення відсоткової ставки в дисконтному множнику, при якому NPV додатне.

i_2 — значення відсоткової ставки в дисконтному множнику, при якому NPV від'ємне.

$NPV(i_1)$ — додатне значення теперішньої вартості,

$NPV(i_2)$ — від'ємне значення теперішньої вартості

Якщо IRR більше за ставку дисконтування, то інвестиції в аналізований об'єкт вигідні. Разом з тим, IRR відображає граничну величину ставки дисконту, вище якої проект є збитковим.

Вибір інвестиційного проекту з декількох альтернативних допускає оцінку їхньої економічної ефективності. Показники для оцінки вибирають залежно від специфіки проектів і виходячи з цілей інвестиційної політики конкретного підприємства. Найбільш привабливим вважається інвестиційний проект з кращими значеннями показників оцінки.

Загальний висновок за темою лекції.

Інноваційна діяльність малого бізнесу повинна включати: виявлення проблем підприємництва; здійснення інноваційного процесу; організацію інноваційної діяльності. Інвестиції є інструментарієм вкладення коштів малого підприємства з метою отримання доходів в майбутньому.

Питання для контролю знань:

1. Назвіть основні інноваційні стратегії малого підприємства.
2. Охарактеризуйте інноваційний розвиток малого підприємства.
3. Чим займаються інжинірингові організації?
4. Обґрунтуйте інвестиційні рішення у малому бізнесі.
5. Опишіть етапи інвестиційного проектування.

Питання для самостійного опрацювання матеріалу лекції:

1. Статичні і динамічні методи оцінки інвестиційних проектів
2. Визначення економічного терміну використання й оптимального часу заміщення основних засобів

Питання для підготовки до семінарського заняття:

1. Інновації та інноваційна діяльність в господарському житті малого бізнесу
2. Інноваційний розвиток суб'єктів малого підприємництва: сутність, форми та державне регулювання
3. Інвестиційні рішення у малому бізнесі

Укладач(і): _____ **Гринчишин Ярослав Миколайович, к.е.н., доцент**
(підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

Конспект лекції № 7

Тема № 4. Державна фінансова підтримка малого підприємництва (назва теми відповідно до РПНД)

Міжпредметні зв'язки

забезпечуючі: «Фінансовий аналіз», «Фінанси підприємств», «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Фінансовий менеджмент».

забезпечувані: «Фінансова безпека»

Мета лекції *Розкрити механізм державного регулювання і підтримки малого бізнесу*

План лекції (навчальні питання):

1. Державна політика та моделі державного регулювання і підтримки малого бізнесу
2. Напрями державної підтримки малого бізнесу в Україні та її інституційне забезпечення
3. Зарубіжний досвід державної підтримки малого бізнесу

Опорні поняття:

Державна політика, функції держави у сфері регулювання малого бізнесу, моделі державного регулювання малого бізнесу, державна підтримка малого бізнесу.

Інформаційні джерела:

Законодавчі та нормативні акти:

1. Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» від 1 липня 2014р. № 1555-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1555-18>.
2. Закон України «Про сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» від 10 червня 2012 року № 2157 – 14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakonz.rada.gov.ua/laws/show/2157_14

Основна та допоміжна література:

Основна:

1. Бедриниць М. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посіб. / М. Д. Бедриниць, А. В. Сурженко. – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 352 с.
2. Білик М.Д., Білик Т.О. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування. Монографія / М.Д. Білик, Т.О. Білик. – К.: ТОВ «Пан Тот»Ю, 2012. – 280 с.
3. Буряк Л. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посібн. / Л. Д. Буряк. – К.: Вид-во «КНЕУ», 2007. – 423 с.
4. Фастовець А.А., Фисун І.В. Фінанси малого бізнесу: навч. посіб./ Фастовець А.А., Фисун І.В. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 302 с.

Допоміжна:

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Т-во «Знання», КОО. 2001. – 277 с.
2. Дрига С.Г. Мале підприємництво України: становлення, механізми управління та підтримки: монографія / С.Г. Дрига; НДІ економіки Міністерства економіки України. – К. : ДКС центр, 2009. – 359 с.
3. Пітер Уілсон. Фінансовий менеджмент в малому бізнесі. – М.: Аудит, 1995. – 255 с.
4. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз як складова фінансового менеджменту малих підприємств// Україна в ХХІ столітті: проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку. Збірник наукових праць. – Кам'янець-Подільський: – 2008. – С. 255–259.

Інтернет ресурси:

1. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.gov.ua>
3. Офіційний сайт Doing Business [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.doingbusiness.org/>

Навчальне обладнання: мультимедійний проектор, презентація

ВИКЛАД МАТЕРІАЛУ ЛЕКЦІЇ

Питання 1.

Входження малого бізнесу в господарське життя країни – процес тривалий і складний, але, враховуючи значну роль малого бізнесу у багатьох видах економічної діяльності, на сучасному етапі втручання держави є необхідним та економічно обґрунтованим. На розвиток малого бізнесу негативно впливає несприятлива динаміка макроекономічних показників, падіння виробництва, зростання цін і тарифів на енергоносії і послуги зв'язку, неплатоспроможність підприємств-партнерів тощо. Якщо держава є зацікавленою в подальшому становленні малого бізнесу, вона змушена проводити політику державної підтримки. *Державна політика підтримки малого бізнесу* – це комплекс заходів держави щодо створення організаційно-правових та фінансово – економічних умов для розвитку малих підприємницьких структур. Основними принципами державної політики є створення сприятливих умов для розвитку малого підприємництва. В підтриманні і сприянні розвитку малого бізнесу можна виділити кілька напрямів системи державної політики, а саме фінансово-кредитна, організаційно-технічна, інформаційна та консультативна, а також допомога суб'єктам підприємницької діяльності у процес становлення організації, пошуку споживачів та адаптації на ринку збуту продукції.

Масштаби, форми і механізми державної політики регулювання малого бізнесу в значній мірі визначаються національними особливостями, традиціями, рівнем економічного розвитку країни, місцем її у світовій системі і багатьма іншими чинниками.

У сфері регулювання підприємницької діяльності можна виділити кілька ключових тенденцій, які в тій чи іншій мірі зачіпають високорозвинені країни.

Перша – це зниження адміністративного впливу на бізнес, надання йому більшої економічної та правової свободи. У той же час, державна політика спрямована на максимальну підтримку найбільш пріоритетних секторів економіки. *Друга* – державного регулювання підприємницької діяльності – його всебічна підтримка, яка залежить не лише від розмірів підприємства, а від його ролі в економіці країни.

Виходячи з цього, держава у сфері регулювання малого бізнесу виконує дві **функції**: управлінську та забезпечувальну. Управлінська функція передбачає формування стійкого, ефективного і керованого характеру розвитку малого бізнесу, зокрема через формування правового середовища, а також вирішення організаційно-адміністративних питань та контролю за правомірністю та безпечністю діяльності фірм.

Забезпечувальна функція полягає в обслуговуванні малого бізнесу, їхнього доступу до матеріальних, грошових, інформаційних ресурсів, держзамовлень, надання їм різноманітних адміністративних послуг тощо.

Звичайно, в силу значних відмінностей діяльності підприємств залежно від регіону, виду економічної діяльності та організаційної форми досвід країн з розвиненої ринковою економікою представлений трьома основними моделями державного регулювання малого бізнесу – *модель Мондрагона, модель Емілії-Романьї і модель Вест Мідленда*.

1. Модель Мондрагона. Модель отримала назву від однойменного промислового району в Іспанії, що славиться родовищами залізної руди. Тут на основі кооперативного руху поступово сформувався великий комплекс малих підприємств, що займаються виробничою та невиробничою діяльністю. Швидкому зростанню кооперативів спочатку сприяла висока

ступінь закритості економіки Іспанії до її вступу до ЄС. Після цього розвиток комплексу підтримувався цілеспрямованою державною політикою, що передбачала надання кооперативам субсидій, технічної допомоги та програм навчання.

У основі моделі лежить інституційний фактор. Вона передбачає участь банків у мобілізації фінансових ресурсів та контролю за проектами нових фірм (тільки після відповідного схвалення ці проекти отримували фінансову підтримку банку або інших фінансових інститутів комплексу).

Наступна особливість моделі – різноманітність систем освітньої підтримки (початкові і середні школи, технічна школа, школа бізнесу, навчальна школа для початківців в бізнесі), яка дозволяє впоратися з економічними труднощами шляхом переведення працівників з підприємств, що переживали тимчасовий спад, на більш успішно функціонуючі підприємства, і за допомогою цього уникнути звільнень.

Наступний важливий елемент моделі полягає в застосуванні принципу робочого самоврядування, який служить головною мотивацією праці.

Розглянута модель дуже приваблива і свідчить, зокрема, про величезні можливості продуманої та зацікавленої державної політики підтримки у справі формування соціально орієнтованих секторів в економіці країни, зокрема кооперативів.

2. Модель Емілії-Романьї. Так само, як і попередня модель, модель Емілії-Романьї отримала назву від однойменного регіону, але тільки в Італії. Вона вже протягом тривалого часу привертає до себе велику увагу фахівців, незважаючи на те, що розвиток малого бізнесу в Італії, взагалі кажучи, відрізняється великою різноманітністю форм. Особливо привабливою вона виглядає для слаборозвинених країн та регіонів, оскільки передбачає трансформацію аграрного суспільства в індустріальне.

Регіон Емілія-Романья є зразком промислового розвитку, що має високі економічні показники рівня зайнятості, величини доходу на душу населення, експортної діяльності, а також – у поєднанні економічного розвитку з добробутом. Регіон об'єднує територіальні скупчення промислових малих фірм або мереж, що характеризуються високим ступенем кооперування і конкуренції. Територіальний поділ праці всередині кожного виробничого циклу дозволяє незалежним малим фірмам досягти економії на масштабах виробництва, яка недоступна для звичайних індивідуальних малих підприємств. Таким чином, підприємства виграють від «колективної ефективності». Продуктивність збільшується також внаслідок інтенсивної конкуренції між мережами малих підприємств.

Для моделі Емілії-Романьї особливо характерно наявність сильних інституційних структур підтримки, що спираються на місцеві уряди. Такі інститути, як консорціуми та асоціації, займаються наданням малим фірмам різних реальних послуг. Наприклад, навчання кадрів та консультування.

Мале підприємництво «індустріального округу» характеризується також можливістю застосування найманої праці кваліфікованих робітників. Фірми Емілії-Романьї обрали шлях конструктивної конкуренції, заснованої на підвищенні ефективності виробництва та інноваціях. І, таким чином, зростання заробітної плати і поліпшення соціального становища стають тут можливими, завдяки економічним здобуткам.

Заходи державної політики, спрямовані на розвиток малого підприємництва, включають в себе податкові та кредитні стимули, з одного боку, і регіональну промислову політику – з іншого. Промислова політика сфокусована в першу чергу на підтримці кооперування і конкуренції, а також на конструктивній допомозі малому підприємництву через центри з надання бізнес- послуг.

3. Модель Вест Мідленда. Як і в багатьох інших європейських країнах, британський малий бізнес пережив значний підйом, починаючи з 70-х років. Особливий інтерес до нього виник, коли традиційні галузі промисловості переживали стрімкий спад, що супроводжувався втратою мільйонів робочих місць. Вест Мідленд (графство в Англії) був особливо сильно захоплений цим процесом, адже на його території багато промислових

підприємств занепадали або закривалися. Тому відродження малого бізнесу відбулося з поштовху кризи.

У основу моделі покладена конкурентоспроможність, сформована за рахунок нерегульованого ринку праці і дешевої робочої сили. Малі фірми тяжіють до діяльності в тих сферах, які можна визначити як товарні ринки, залежні більше від цінних, ніж нецінних факторів. Низькі витрати, особливо на робочу силу, мають для них першорядне значення, що і визначає їх невисоку прибутковість.

Ці тенденції почали підтримуватися державною політикою, як тільки було відмічено, що дешевизна робочої сили сприяє збільшенню зайнятості.

Найбільша бюджетна програма The Enterprise Allowance Scheme (Програма використання резервів у підприємстві - EAS) була безпосередньо спрямована на те, щоб спонукати безробітних стати незалежними підприємцями. Як вважають деякі дослідники, ця програма є просто заміною допомоги по безробіттю, якщо не вважати невеликого елемента навчання, що входить до неї. Відзначається також порівняно високий відсоток банкрутств, що свідчить про неефективність використання державних коштів та зумовлене швидким та суцільним поширенням ідей моделі у всіх регіонах і видах економічної діяльності одночасно.

Питання 2.

Становлення та динамічний розвиток малого бізнесу є одним із головних напрямів у формуванні ефективних ринкових відносин в Україні, адже суб'єкти малого підприємництва сприяють створенню додаткових робочих місць, спроможні стимулювати структурну перебудову економіки та наповнити ринок товарами й послугами, що є дуже важливим для держави в умовах кризи. Разом з тим, малий бізнес є чутливим до перетворень суспільного розвитку, що зумовлює необхідність державного регулювання та підтримки його діяльності. За своєю економічною суттю державна підтримка малого бізнесу повинна бути інструментом, який вирівнював би умови господарювання великого і малого бізнесу, але при цьому не порушував би дії ринкових механізмів у конкуренції між ними.

Однією з причин успішного розвитку малого бізнесу у країнах з розвинутою ринковою економікою є те, що велике підприємство не протиставляється дрібному, а в протиставленні суперництва розвивається співробітництво. Для того, щоб мале підприємство могло виконувати свої соціально-економічні завдання, необхідно підвищувати його стійкість, для чого потрібний комплекс цілеспрямованих заходів для їх підтримки.

Під поняттям «державна підтримка малого бізнесу» в Україні маються на увазі будь-які державні заходи сприяння в інтересах суб'єктів господарювання, що створюють для них прямі чи приховані переваги.

Державна підтримка малого бізнесу здійснюється в рамках впровадження регіональних і місцевих програм відповідно до Закону України «**Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні**» від 22.03.2012 року.

Узагальнено, мета державної підтримки розвитку малого бізнесу полягає у створенні сприятливих та надійних економічних, адміністративних та інституційних умов для його розвитку, становленні як джерела подолання негативних процесів економіки країни, підтримці вітчизняних виробників, формуванні умов для забезпечення зайнятості населення України, створенні нових робочих місць.

Напрямами державної підтримки розвитку малого бізнесу в ринковій економіці є:

- упорядкування та вдосконалення нормативно-правової бази, що регламентує діяльність малого підприємництва та забезпечує надійну захищеність державою малого бізнесу від кримінального рекету та бюрократичного тиску;
- зміцнення фінансово-кредитного забезпечення розвитку малого підприємництва, формування мережі регіональних фондів підтримки підприємництва та кредитно-гарантійних установ;
- удосконалення податкової політики щодо малого підприємництва;

- розбудова ефективної інфраструктури підтримки підприємництва, яка забезпечуватиме інформаційні, консультативні, науково-технологічні та освітні послуги для малого бізнесу, поглиблення інноваційної спрямованості розвитку підприємництва, запровадження ефективних механізмів правової, фінансової, організаційної, кадрової та освітньої підтримки перспективних інноваційних проектів у сфері малого бізнесу.

Розвиток малого бізнесу відповідає загальносвітовим тенденціям до формування гнучкої ринкової економіки, поєднання різних форм власності і адекватної їм моделі господарства, в якій реалізується складний синтез конкурентного ринкового механізму і державного регулювання дрібного виробництва. І якщо великий бізнес — це скелет, то все різноманіття середнього і малого підприємництва — клітини, жива тканина та м'язи господарського організму.

Розвиток малого бізнесу несе в собі важливе змістове наповнення, що полягає у:

- збільшенні числа власників, а значить, формування середнього класу — головного гаранта політичної стабільності в демократичному суспільстві;

- зростання частки економічно активного населення, що збільшує доходи громадян і згладжує диспропорції в добробуті різних соціальних груп;

- селекція найбільш енергійних, дієздатних індивідуальностей, для яких малий бізнес стає первинною школою самореалізації;

- створення нових робочих місць з відносно низькими капітальними витратами, особливо у сфері обслуговування;

- працевлаштування працівників, що вивільняються в держсекторі, а також представників соціально уразливих груп населення (біженців з «гарячих точок», інвалідів, молоді, жінок);

- підготовка кадрів за рахунок використання працівників з обмеженою формальною освітою, які набувають своєї кваліфікації на місці роботи;

- розробка і впровадження технологічних, технічних і організаційних нововведень (прагнучи вижити в конкурентній боротьбі, малі фірми частіше схильні і йти на ризик і здійснювати нові проекти);

- непряме стимулювання ефективності виробництва великих компаній шляхом освоєння нових ринків, які солідні фірми вважають недостатньо місткими (з надр малого бізнесу нерідко зростають не тільки великі компанії, але і найбільш сучасні наукоємні види економічної діяльності);

- ліквідація монополії виробників, створення конкурентного середовища;

- мобілізація матеріальних, фінансових і природних ресурсів, які інакше залишилися б незатребуваними, а також ефективніше їх використання (наприклад, малий бізнес мобілізує невеликі заощадження громадян, не схильних удаватися до послуг банківської системи, але готових вкладати гроші у власну справу; при цьому власники прагнуть економити і пускати капітал у оборот, навіть якщо їх дохід невеликий);

- зниження фондоозброєності і капіталоємності при випуску більш трудомісткої продукції, швидка окупність вкладень;

- поліпшення взаємозв'язку між різними секторами економіки.

Тенденції розвитку малого бізнесу зумовлюють формування мережі інфраструктури розвитку малого бізнесу, що визначається видами державної підтримки відповідно до Закону, що включає фінансову, інформаційну, консультаційну підтримку, у тому числі підтримку у сфері інновацій, науки і промислового виробництва, підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність, підтримку у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів та кадрів ведення бізнесу. Система організацій, підприємств, установ, що займаються розробкою та забезпеченням державної підтримки малого бізнесу, становить *інфраструктуру державної підтримки*.

Узагальнюючи досвід державного регулювання та підтримки малого бізнесу можна виділити заходи, які повинні стати основними при розробці та реалізації державної підтримки малого підприємництва в Україні.

Перший блок заходів регулює вплив на розвиток малого підприємництва, ґрунтується на фінансовій підтримці. До нього відносяться такі види діяльності, як:

- забезпечення доступу малих підприємств до кредитів, у тому числі на пільговій основі;
- виділення коштів бюджетів усіх рівнів для стимулювання діяльності малих фірм;
- надання державних гарантій та поручительств;
- сприяння розвитку лізингового механізму фінансування;
- створення механізму компенсацій кредиторам, здійснюваним фінансування програм і проектів на пільговій основі;
- убезпечення діяльності шляхом страхування та прискорення руху дебіторської заборгованості на основі використання факторингових послуг;
- освоєння інвестицій;
- сприяння інтеграції великого, середнього та малого бізнесу (франчайзинг, лізинг, субпідряд та венчурне фінансування, аутсорсинг).

Другий блок, що входить в систему державної підтримки, передбачає організаційне самовдосконалення цієї системи. До нього відносяться наступні види діяльності:

- оптимізація організаційної структури системи державної підтримки на державному, регіональному та місцевому рівнях влади;
- забезпечення доступу до ресурсів консультаційного змісту щодо особливостей та проблемних питань ведення бізнесу як компаній, що діють на комерційній основі, так і розвиток Інтернет-ресурсів, що розповсюджують таку інформацію на безоплатній основі;
- сприяння інновативності бізнесу та вільному доступі до ресурсів інноваційних центрів;
- розробка та регулювання функціонування системи організацій та закладів підготовки кадрів управлінського типу та навчання щодо ведення бізнесу.

Третій блок заходів, спрямованих на формування сприятливого зовнішнього середовища малого бізнесу та складається із заходів щодо:

- вдосконалення правової бази та захист від злочинних дій;
- реформування системи оподаткування;
- усунення адміністративних бар'єрів щодо економічної діяльності;
- реалізація заходів антимонопольної спрямованості;
- забезпечення доступу до інформації про стан та тенденції розвитку;
- сприяння зовнішньоекономічній діяльності.

В Україні механізм державної підтримки малого бізнесу має невисоку ефективність через нерозвиненість ринковості самого бізнесу та складності у системі регулювання його діяльності. З огляду на це, можна надати наступні рекомендації щодо першочергових заходів ефективної підтримки та визначення головних перспектив розвитку малого підприємництва.

1. Сприяти формуванню сприятливого підприємницького клімату: привести чинні нормативно-правові акти у відповідність принципам державної регуляторної політики провідних країн світу (зокрема, країн – ЄС); розробити механізм часткового відшкодування з місцевих бюджетів відсоткових ставок за кредитами, залученими суб'єктами малого підприємництва для реалізації інвестиційних проектів; сформувати бази даних щодо інвестиційних пропозицій малих фірм (особливу увагу слід звернути на розповсюдження інформації серед іноземних інвесторів).

2. Для створення нових робочих місць та скорочення безробіття та стимулювання розвитку підприємництва необхідно: а) сприяти самозайнятості безробітних шляхом надання їм одноразової грошової допомоги для започаткування власної підприємницької діяльності. Для отримання такої допомоги безробітні повинні представити бізнес-план для вирішення актуальних на регіональному рівні проблем, реалізація якого повинна **контролюватися**; при

перепідготовці та підвищенні кваліфікації безробітних особливу увагу слід приділяти професіям, що не тільки користуються попитом на ринку праці, але й дають змогу започаткувати власну справу; проводити семінари та курси підвищення кваліфікації для всіх бажаючих розпочати підприємницьку діяльність.

3. Вжити заходів щодо розвитку малого підприємництва у сільській місцевості: а) розробити механізми надання матеріальної допомоги малим підприємствам, що виробляють екологічно чисту продукцію сільського господарства, займаються її переробкою та експортом; сприяти переорієнтації вивільненої робочої сили на нові види діяльності у сільському господарстві та у сфері розвитку «зеленого туризму»; сприяти залученню безробітних, зареєстрованих у містах, до працевлаштування на новостворених робочих місцях у сільській місцевості.

4. Стимулювати проведення регіональних конкурсів (тендерів) щодо закупівлі товарів та надання послуг малими фірмами за кошти державних та місцевих бюджетів, а також участь підприємців у виконанні регіональних замовлень.

5. Для інформаційного забезпечення малих підприємств та спрощення їх доступу до необхідної інформації створити бази даних, які будуть акумулювати (та систематизувати) інформацію щодо норм чинного законодавства України; інформаційно-аналітичні матеріали стосовно розвитку підприємництва регіонів та видів економічної діяльності, цінової ситуації, регуляторної політики, наявних банківських установ та кредитних організацій з переліком їх послуг у сфері кредитування суб'єктів малого підприємництва.

Питання 3.

Вивчення досвіду зарубіжних країн набуває важливого значення для України в умовах інтеграційних процесів. У країнах з розвинутою ринковою економікою простежується пріоритетність підтримки малого підприємництва відповідно до видів економічної діяльності.

Сполучені Штати Америки є країною з найвищим рівнем підприємницької активності в світі. Розквіт малого бізнесу у США забезпечує значною мірою належна підтримка з боку держави. Конгресом США ще у 1953 році на правах федерального відомства було створено Адміністрацію у справах малого бізнесу (Small business administration (SBA)). SBA має свої представництва в кожному регіоні та місті, забезпечує проведення державної політики щодо підтримки малого підприємництва через різні програми (фінансової підтримки, навчання, доступ ресурсів та державних контрактів, сприяння експорту і т.д.) спільно як з державними установами, так і ринковими структурами. На кінці 80-х – початку 90-х років Правління США провело через Конгрес ряд законодавчих актів і поправок до них. Ці акти відобразили радикальні зміни державної науково-технічної політики США.

До швидкого зростання дрібних підприємств в США привело скорочення державного втручання в бізнес та всебічна його підтримка. Методом природного відбору тут формуються лідери майбутнього бізнесу.

Максимально спрощена процедура реєстрації нового підприємства: вона займає тут один день і коштує від 5 до 10 доларів.

США характеризуються великим досвідом створення «бізнес-інкубаторів», які мають на меті надання допомоги у створенні нових підприємств. Ефективність їх дуже висока. Вони функціонують на основі субсидій федерального уряду; коштів, одержуваних від уряду штатів, муніципальної влади; допомоги промислових корпорацій, навчальних закладів, а також за рахунок орендної плати підприємців (що вийшли з «інкубаторів» та успішно працюють) і відсотків від їх продажів.

Ключовим моментом державної підтримки малого підприємництва стала політика в сфері податкового стимулювання малого підприємництва. У Сполучених Штатах Америки відсутні особливі податкові режими для малих підприємств. Усі підприємства зобов'язані вести бухгалтерський облік в повному обсязі, для розрахунку прибутку з метою оподаткування. Однак для малих підприємств передбачені спеціальні положення, що

спрощують процедуру обліку та звітності оподаткованого прибутку за прогресивною шкалою.

Наступною формою є гарантування позик. Саме ця форма підтримки дає змогу активізувати ресурси та використати ініціативу підприємців.

Існуюча система кредитної підтримки розвитку малого підприємництва в США функціонує понад 50 років. Адміністрація по малому бізнесу (SBA) проводить різні кредитні програми через комерційні банки та інші кредитні установи, роллю SBA є видачі гарантії від 75 до 80% по одержуваних кредитами суб'єктів малого підприємництва в кредитних установах під умови SBA.

У багатьох країнах-членах ЄС визначення національної політики розвитку малого бізнесу є основою економічної політики держави. Відповідно до принципу визначальності даної сфери економічної діяльності кожна країна має свої особливості підтримки підприємництва на різних рівнях господарської системи. Це підтверджується Європейською хартією для малих підприємств (European Charter for Small Enterprises), яка була прийнята в 2000 році. Країни, що підписали хартію, зобов'язуються зосередити свою увагу на таких напрямках: освіта та підготовка кадрів; створення пільгових умов для швидкого запуску бізнесу; забезпечення доступу малого і середнього бізнесу до сучасної інформації та технологій; створення адекватної правової та податкової бази, що сприяє розвитку малого і середнього бізнесу.

Італія. З жовтня 1991 р. в Італії діє закон про заходи щодо сприяння модернізації та розвитку малих підприємств. Щорічно з бюджету виділяються кошти для фінансування НДДКР на малих підприємствах, їх технічної модернізації, підготовки кадрів, впровадження системи контролю за якістю виготовлюваної продукції, дійової підтримки на зовнішніх ринках та інших напрямів стимулювання розвитку малого бізнесу. При цьому особливу увагу приділяють депресивним південним районам.

Пільгове оподаткування діє і для створюваних з метою модернізації малих підприємств фінансових компаній. Не підлягає оподаткуванню 5% приросту їх інвестицій протягом кожного фінансового року. Від сплати податку на додану вартість в Італії звільняються фірми – експортери товарів, фірми, що надають міжнародні послуги та пов'язані з ними операції, страхові компанії, медичне обслуговування, поштові послуги та операції із золотом та іноземною валютою тощо. Поряд з пільговим оподаткуванням система державної підтримки малого підприємництва в Італії включає також цільове субсидування і пільгове кредитування.

Великобританія. Ефективна система підтримки малого підприємництва існує у Великобританії. Питаннями розвитку малого бізнесу на національному рівні в країні займається Міністерство торгівлі та промисловості, у складі якого утворений спеціальний орган з підтримки і розвитку малих підприємств The Small Business Service (SBS), що має регіональні відділення на місцях. При Міністерстві функціонує Стратегічна Рада малих і середніх підприємств. Завданням SBS є: представлення інтересів та потреб малого бізнесу в уряді, розвиток і обслуговування системи підтримки малого бізнесу, пропаганда підприємництва в суспільстві, скорочення бюрократичних бар'єрів.

Німеччина. У Німеччині рішення у сфері політики щодо малих підприємств приймають органи влади на рівні федерації, федеральних земель, міських і земельних округів. Важливі функції з підтримки малого бізнесу передані інститутам публічного права, зокрема спеціалізованим банкам та торгово-промисловим палатам. Сучасна державна політика щодо розвитку малого бізнесу ґрунтується на потребі його посилення, підвищення конкурентоздатності та забезпечення подальшого розвитку. Державна стратегія розвитку малого бізнесу реалізується за такими напрямками:

- забезпечення умов для розвитку і зростання «середнього класу»;
- підвищення зацікавленості молоді в підприємницькій діяльності;
- створення навчальної бази при вищих і середніх навчальних закладах для навчання та практичної підготовки молоді до активної підприємницької діяльності;

- посилення фінансової допомоги і технічне сприяння підприємствам-початківцям для забезпечення їх стійкого розвитку та подальшого росту;
- зниження бюрократичних бар'єрів, полегшення доступу до ресурсів і нових технологій;
- стимулювання ділового та інноваційного потенціалу сектору малих підприємств в сфері НДДКР шляхом переважного застосування заходів непрямої підтримки.

Сучасними основними програмами розвитку малого бізнесу в країні є програма «Стимулювання збережень для відкриття власної справи» і програма «Концепція з розвитку науково-технічної політики стосовно підприємств малого бізнесу». Пріоритетним напрямком політики є непряма підтримка малого підприємництва.

Польща (країна-сусід, член – ЄС) за індексом підприємництва Польща посідає 15 місце серед країн ЄС. Кількість малих підприємств протягом останніх 10 років має чітку тенденцію до зростання. Мале підприємництво здебільшого представлене в таких галузях, як оптова та роздрібна торгівля, послуги, будівництво, промислове виробництво та охорона здоров'я. Специфікою польського малого бізнесу є те, що 40% новоутворених підприємств засновуються *жінками*.

Стратегічні документи та систему регулювання малого бізнесу в країні визначає її функціонування в складі ЄС. Концепції, прийняті у документах про сприяння підприємництву, відповідають документам Європейського Союзу, таким як, наприклад, Лісабонська стратегія чи Small Business Act. У Польщі немає єдиного документа, присвяченого політиці підприємництва. Сучасна політика розвитку підприємництва, особливо щодо малих і середніх підприємств, робить найбільший акцент на таких питаннях: спрощення адміністративних процедур та зменшення адміністративних навантажень, збільшення доступності зовнішніх джерел фінансування, просування експорту і збільшення інноваційності підприємств, поліпшення співробітництва між ними. За створення і реалізацію політики підприємництва відповідає Міністерство економіки. Суттєве сприяння розвитку підприємництва в Польщі забезпечується фондами ЄС, кошти яких, крім всього іншого, призначені й для підтримки малого бізнесу(їх розпорядником є Міністерство регіонального розвитку).

Республіканські програми впроваджуються як через окремі міністерства, так і через установи нижчого рівня, як, наприклад, урядові агентства. У рамках республіканських програм — передусім операційної програми інноваційної економіки та операційної програми людського капіталу — підприємці можуть звертатися стосовно додаткового фінансування як на проекти, що мають інвестиційний, навчальний характер, на дослідження і розвиток, так і за консультативною допомогою. Державна стратегія розвитку малого бізнесу орієнтована на виконання таких завдань: підвищення інноваційності малих підприємств; активізацію розвитку малого бізнесу в східних районах країни; вдосконалення системи навчання і підготовки кадрів для малого підприємництва; сприяння пошуку фінансових джерел для бізнесу; дерегулювання економіки та мінімізація бюрократичних процедур; сприяння експортній діяльності малих підприємств.

Загальний висновок за темою лекції.

Державна політика підтримки малого бізнесу – це комплекс заходів держави щодо створення організаційно-правових та фінансово – економічних умов для розвитку малих підприємницьких структур. Мета державної підтримки розвитку малого бізнесу полягає у створенні сприятливих та надійних економічних, адміністративних та інституційних умов для його розвитку, становленні як джерела подолання негативних процесів економіки країни, підтримці вітчизняних виробників, формуванні умов для забезпечення зайнятості населення України, створенні нових робочих місць.

Питання для контролю знань:

1. Навіщо потрібна державна підтримка малому бізнесу?

2. Опишіть моделі державного регулювання малого бізнесу.
3. Які ключові тенденції можна виділити в регулюванні підприємницької діяльності?
4. Визначте основні напрямки державної підтримки малого бізнесу.
5. Що таке державна підтримка малого бізнесу?
6. Як функціонує система державної підтримки малого бізнесу?
7. В чому причина низької ефективності державної підтримки малого бізнесу в Україні?
8. Які напрями державної підтримки використовуються в США?
9. Як держава стимулює малий бізнес в ЄС?
10. Як реалізуються державна фінансова допомога малому бізнесу?

Питання для самостійного опрацювання матеріалу лекції:

1. Умови, необхідні для нормального функціонування підприємницького середовища
2. Форми державної підтримки малого бізнесу на рівні регіону

Укладач(і): _____ **Гринчишин Ярослав Миколайович, к.е.н., доцент**
(підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)

Конспект лекції № 8

Тема № 5. Фінансові ризики малого бізнесу та їх прогнозування

(назва теми відповідно до РПНД)

Міжпредметні зв'язки

забезпечуючі: «Фінансовий аналіз», «Фінанси підприємств», «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Фінансовий менеджмент».

забезпечувані: «Фінансова безпека»

Мета лекції *Розкрити сутність, класифікацію фінансових ризиків малого бізнесу та механізм управління ними*

План лекції (навчальні питання):

1. Ризики в діяльності малого бізнесу
2. Процес ризик-менеджменту в малому бізнесі
3. Європейський досвід управління ризиками в малому бізнесі

Опорні поняття:

Ризик, функції ризику, класифікація ризиків, оцінювання ризиків, управління ризиками, програми управління ризиками малого бізнесу в інших країнах.

Інформаційні джерела:

Законодавчі та нормативні акти:

3. Закон України «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» від 1 липня 2014р. № 1555-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1555-18>.

4. Закон України «Про сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» від 10 червня 2012 року № 2157 – 14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2157_14

Основна та допоміжна література:

Основна:

5. Бедриниць М. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посіб. / М. Д. Бедриниць, А. В. Сурженко. – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 352 с.
6. Білик М.Д., Білик Т.О. Фінансові результати діяльності малих підприємств: оцінка та прогнозування. Монографія / М.Д. Білик, Т.О. Білик. – К.: ТОВ «Пан Тот»Ю, 2012. – 280 с.
7. Буряк Л. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посібн. / Л. Д. Буряк. – К.: Вид-во «КНЕУ», 2007. – 423 с.
8. Фастовець А.А., Фисун І.В. Фінанси малого бізнесу: навч. посіб./ Фастовець А.А., Фисун І.В. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 302 с.

Допоміжна:

5. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Т-во «Знання», КОО. 2001. – 277 с.
6. Дрига С.Г. Мале підприємництво України: становлення, механізми управління та підтримки: монографія / С.Г. Дрига; НДІ економіки Міністерства економіки України. – К. : ДКС центр, 2009. – 359 с.
7. Пітер Уілсон. Фінансовий менеджмент в малому бізнесі. – М.: Аудит, 1995. – 255 с.
8. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз як складова фінансового менеджменту малих підприємств// Україна в ХХІ столітті: проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку. Збірник наукових праць. – Кам'янець-Подільський: – 2008. – С. 255–259.

Інтернет ресурси:

1. Офіційний сайт державної служби статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://me.gov.ua>
3. Офіційний сайт Doing Business [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.doingbusiness.org/>

Навчальне обладнання: мультимедійний проектор, презентація

ВИКЛАД МАТЕРІАЛУ ЛЕКЦІЇ

Питання 1.

Малий бізнес здійснює свою діяльність в умовах ризику і невизначеності. Ризик може бути представлений як вплив невизначеності на цілі малого підприємства. Під впливом розуміється відхилення від очікуваного результату бізнесу. Ризик часто виражається в комбінації наслідків подій і пов'язаної з ними ймовірності інцидентів.

Не можна сказати, що у вітчизняній економіці проблема ризику нова. Однак відношення до ризику тут завжди було суперечливим і неоднозначним. Поняття ризику використовується в різних науках: право розглядає ризик у зв'язку з його правомірністю, теорія катастроф застосовує цей термін для опису аварій, стихійних лих та ін., тобто в кожній з наук вивчення ризику ґрунтується на предметі дослідження даної науки. Аналіз економічної літератури з проблем ризику дозволяє виявити основні моменти, що є характерними для ризикової ситуації:

- ☐ випадковий характер подій;
- ☐ наявність альтернативних рішень;
- ☐ відомі або можна визначити ймовірності результатів та самі очікувані результати;
- ☐ ймовірність виникнення збитків;
- ☐ ймовірність одержання додаткового прибутку.

Таким чином, категорію «**ризик**» можна визначити як небезпеку потенційно можливої втрати ресурсів або недодержання доходів у порівнянні з варіантом, що розрахований на раціональне використання ресурсів у даному виді діяльності. Коротко можна сказати, що ризик – можлива небезпека втрат.

Взагалі ризик в бізнесі виникає при будь-яких видах діяльності, пов'язаних з виробництвом продукції, товарів та послуг, їх реалізацією; товарно-грошовими і фінансовими операціями; комерцією, а також здійсненням науково-технічних проектів.

Підприємницька діяльність завжди обтяжена ризиком. Джерелом невизначеності, що призводить до ризику, є всі стадії виробничого процесу. Господарський ризик виконує в бізнесі певні функції. В економічній літературі виділяють такі функції ризику.

Інноваційну функцію господарський ризик виконує, стимулюючи пошук нетрадиційних рішень проблем, що стоять перед підприємством. У міжнародній господарській практиці вже є досвід інноваційного ризикового господарювання. Більшість фірм, компаній досягають успіху, стають конкурентоздатними завдяки інноваційній економічній діяльності, яка завжди пов'язана з ризиком. Саме ризикові рішення, ризиковий тип господарювання приводять до більш ефективного виробництва, а від нього виграють і виробник, і споживач, і суспільство в цілому.

Регулятивна функція має суперечливий характер і виступає у двох формах: конструктивній і деструктивній. Конструктивна форма виявляється в тому, що спроможність ризикувати – один з шляхів успішної діяльності в ринковій економіці. Однак ризик може стати проявом авантюризму, суб'єктивізму, якщо рішення приймається в умовах неповної інформації. У цьому випадку ризик виступає у вигляді дестабілізуючого фактора.

Захисна функція ризику виявляється в тому, що якщо для господарника ризик – природний стан, то нормальним повинно бути і терпиме ставлення до невдач. Заповзятливим

господарникам потрібний спеціальний захист, правові, політичні й економічні гарантії, що виключають в разі невдачі покарання і стимулюють виправданий ризик. Ймовірність помилки слід розцінювати як невід’ємний атрибут самостійності, а не як результат непрофесійної неспроможності. Мається на увазі помилка, що виявляється такою внаслідок ризику, який себе не виправдав, хоч і був розрахований.

Аналітична функція господарського ризику пов’язана з тим, що наявність ризику припускає необхідність вибору одного з можливих варіантів рішень, у зв’язку з чим господарник у процесі прийняття рішення аналізує всі можливі альтернативи, вибираючи найбільш рентабельні й найменш ризикові. У залежності від конкретного змісту ризикової ситуації альтернативність має різний ступінь складності і вирішується різними засобами.

Ризик в бізнесі може бути меншим чи більшим, але зовсім уникнути його неможливо. Середовище діяльності господарюючих суб’єктів все більше стає ринковим, що вносить додаткові елементи невизначеності, розширює межі ризикованих ситуацій. За цих умов виникає невпевненість щодо отримання кінцевого результату, а, отже, зростає і ступінь ризику.

Оскільки ризик має об’єктивну основу через невизначеність зовнішнього середовища і суб’єктивну, через прийняття рішення конкретною людиною, то успіхи і невдачі в підприємницькій діяльності слід розглядати як взаємодію цілого ряду факторів. Одні з них являються зовнішніми по відношенню до господарюючого суб’єкта, а інші – внутрішніми.

Фактори, що складаються з показників внутрішньої діяльності підприємства, є внутрішніми. Параметри, що характеризують зовнішнє по відношенню до підприємства середовище, складають зовнішні фактори.

В аналізі ризику в ринкових умовах господарювання особливе значення має розподіл факторів на керуючі регульовані та нерегульовані. Питання про керованість факторів ризику має значення в оцінці внутрішніх резервів та об’єктивних причин, що обумовлюють ризик.

Ефективність організації управління ризиками залежить від ідентифікації їх місцеположення у загальній системі класифікації. Найчастіше ризики в бізнесі класифікуються відповідно до таких ознак:

1. За причинами виникнення

□ ризик, викликаний невизначеністю майбутнього, тобто тією звичайною невизначеністю, що характерна для функціонування усіх суб’єктів ринку, і, як наслідок цього, складністю у прогнозуванні їх поведінки. Невизначеність майбутнього може бути викликана як невизначеністю у функціонуванні економічної системи самого підприємства або його ближнього оточення (наприклад, партнерів), так й невизначеністю навколишнього середовища (наприклад, економіки країни у цілому);

□ ризик, викликаний недостатчею інформації для прийняття рішень, що пов’язаний з об’єктивною неможливістю обліку й розгляду усіх параметрів, які необхідні для прийняття виробничо–господарських рішень;

□ ризик, що викликаний особистими суб’єктивними факторами групи, що аналізує ризик (їх особистим розумінням аналізованих процесів, рівнем кваліфікації, співвідношенням кількості часу, що потрібний для якісного й всебічного аналізу, та відведеним для цього часом і т. ін.).

2. За ступенем припустимості або величиною ризику класифікують так:

□ допустимий ризик – це загроза повної втрати прибутку від реалізації того чи іншого проекту або від підприємницької діяльності в цілому. При такому ризику втрати можливі, але їх розмір менш ніж очікуваний прибуток. Отже, такий вид підприємницької діяльності або конкретна угода, не зважаючи на імовірність ризику, зберігає свою доцільність.

□ критичний ризик – загроза втрат, що дорівнюють розміру зроблених витрат на здійснення підприємницької діяльності або окремої угоди. При цьому межа критичного ризику відповідає загрозі отримання нульового прибутку, але відшкодовуються зроблені підприємцем матеріальні витрати. Найвища межа критичного ризику – загроза втрат у розмірі повних витрат, пов’язаних із здійсненням підприємницької діяльності, тобто імовірні

втрати очікуваної виручки, а тому підприємцю доведеться відшкодовувати витрати за свій рахунок.

□ катастрофічний ризик – це ризик, що характеризується загрозою втрат в розмірі, який дорівнює або перевищує весь майновий стан підприємця.

Катастрофічний ризик, як правило, призводить до банкрутства підприємця, тому що в цьому випадку можлива втрата не тільки усіх вкладених у конкретний вид діяльності або в конкретну угоду підприємцем коштів, але й його майна. Це характерно для ситуації, коли, наприклад, підприємство отримало зовнішній позик під очікуваний прибуток. При виникненні катастрофічного ризику підприємству прийдеться повертати кредити за рахунок власних коштів.

3. За сферою виникнення ризику розподіляються на зовнішні й внутрішні

□ Джерело виникнення зовнішніх ризиків знаходиться у зовнішньому середовищі (по відношенню до підприємства). Підприємство не може впливати на них, але може передбачити й урахувати їх у своїй діяльності. Таким чином, до зовнішніх відносяться ризики, що безпосередньо не пов'язані з діяльністю підприємства. Мова тут йде про непередбачені зміни законодавства, що регулює господарську діяльність, нестійкість політичного режиму у країні діяльності та інші ситуації, що призводять до втрат.

□ Джерело внутрішніх ризиків – саме підприємство або підприємець. Вони виникають у випадках неефективного менеджменту, помилкової маркетингової політики, а також як наслідок внутрішньофірмових зловживань. Основними серед внутрішніх виступають кадрові ризики, що пов'язані з професійним рівнем та рисами характеру співробітників підприємства.

4. За ступенем системності виділяють:

□ систематичні ризики – це ризики, притаманні тій чи іншій сфері підприємницької діяльності.

Так, в інвестиційній діяльності систематичний ризик пов'язаний з мінливістю цін на акції певної компанії, що викликана загальноринковими коливаннями цін. Він поєднує ризик зміни відсоткових ставок, ризик падіння загальноринкових цін та ризик інфляції.

Систематичні ризики обов'язково існують в економіці, їх можна передбачити й оцінити, але важко знизити їх ступінь. Таким чином, вони являють собою атрибут діяльності будь-якого господарського суб'єкта.

Однак досягти того, щоб підприємство у своїй діяльності мало зіткнення тільки з цими ризиками, не завжди можливо через цілий ряд обмежень як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру (ресурсні обмеження, суб'єктивність інформації, що використовується при складанні прогнозів і т. ін.). Тому в більшості випадків підприємства приймають на себе не тільки систематичні ризики, що притаманні сфері діяльності підприємства, а й несистематичні ризики.

□ несистематичні або специфічні ризики – це ризики, що пов'язані з придбанням підприємницького прибутку від конкретної операції у даній сфері діяльності. Наприклад, несистематичний ризик певної інвестиції не залежить від стану ринку і є специфічним щодо конкретного підприємства. Цей ризик включає в себе галузевий та фінансовий ризики. Несистематичні ризики притаманні конкретній підприємницькій операції або угоди, тому ступінь їх впливу на діяльність підприємства може бути зведений до мінімуму.

5. 3 можливості страхування ризику діляться на дві групи:

□ ризики, які можна страхувати, тобто ймовірна подія або сукупність подій, у випадку настання яких здійснюється страхування. При цьому підприємець може частково перекласти ризик на інші суб'єкти економіки, здійснюючи витрати у вигляді страхових внесків. У залежності від джерела небезпеки страхові ризики поділяються на дві групи: ризики, пов'язані з проявами стихійних сил природи (погодні умови, землетрус, повінь тощо.); ризики, пов'язані з цілеспрямованими діями людини.

До ризиків, які доцільно страхувати, відносяться ймовірні втрати внаслідок: пожеж та інших стихійних лих; автомобільних аварій; псування або знищення продукції при

транспортуванні; помилок співробітників підприємства; витоку конфіденційної інформації конкурентам; невиконання обов'язків субпідрядниками; призупинки ділової активності підприємства; можливої смерті або хвороби керівника або провідного співробітника підприємства.

□ ризики, які не беруть страхувати страхові компанії. Однак, саме прийняття на себе ризиків, що не застраховані, є потенційним джерелом прибутку підприємства. Але якщо втрати від ризику, що застрахований, покриваються за рахунок виплат страхових компаній, то втрати від ризиків, що не застраховані, відшкодовуються з власних коштів підприємства. Основні внутрішні джерела покриття ризиків – це власний капітал підприємства, а також спеціальні резервні фонди.

6. За сферою походження виділяють ризики:

□ адміністративно-законодавчі, що виникають у випадку реалізації незапланованих адміністративних обмежень господарської діяльності ринкових суб'єктів, а також змін у законодавстві (зростання податкових ставок, заборона заняття окремими видами діяльності ринкових суб'єктів і т.ін.) Ці ризики, як правило, пов'язані з низькою якістю законодавчих актів й несподіваними змінами в законодавстві.

□ природно-екологічні – виникають внаслідок залежності людини і в цілому суспільного виробництва від природно – кліматичних умов (наприклад, більша за звичайну кількість опадів може призвести до зниження врожаю сільськогосподарських культур і т. ін.), а також зворотнього зв'язку між суспільними виробництвом та навколишнім середовищем (несприятливий вплив шкідливих виробництв на здоров'я людини і т. п.);

□ виробничі – пов'язані з виробництвом продукції, товарів та послуг, здійсненням будь-яких видів виробничої діяльності, у процесі якої підприємства можуть зіткнутися з проблемами неадекватного використання сировини, збільшенням собівартості, втрат робочого часу, застосуванням нових методів виробництва.

До основних причин виробничого ризику відносяться:

– зниження намічених обсягів виробництва й реалізації продукції внаслідок зниження продуктивності праці, простоїв обладнання, втрат робочого часу, відсутності необхідної кількості матеріалів, підвищеного проценту браку виготовлюваної продукції;

– зниження цін, за якими планувалося реалізувати продукцію або послуги, у зв'язку з її недостатньою якістю, несприятливими змінами ринкової кон'юнктури, падінням попиту;

- збільшення матеріальних витрат у результаті витрачання матеріалів, сировини, палива, енергії, а також збільшення транспортних, торгівельних, накладних та інших витрат;

- збільшення фонду оплати праці у зв'язку з перевищенням наміченої чисельності працівників або у зв'язку з виплатою більш вищої, ніж заплановано, заробітної плати окремим працівникам;

- низька дисципліна постачання, перебої з паливом та електроенергією;

- фізичний і моральний знос обладнання.

□ фінансові, що виникають на ринку фінансових ресурсів тобто сукупності кредитного, фінансового й ринку цінних паперів. Фінансові ризики зумовлені діями двох груп факторів: макроекономічні фактори (зміна політичної і загальногосподарської ситуації, інфляційні процеси та ін.); внутрішньофірмові фактори (комерційні й господарські помилки менеджменту і т. ін.).

□ комерційні ризики, що виникають у процесі реалізації товарів та послуг, що вироблені або придбані підприємством.

Основні причини комерційних ризиків:

- зниження обсягів реалізації у результаті падіння попиту або споживання товару, що реалізується підприємством, введення обмежень на продаж;

- підвищення закупівельної ціни товару у процесі здійснення підприємницького проекту;

- непередбачене зниження обсягів закупок у порівнянні з наміченим, що зменшує масштаб усієї операції і збільшує витрати на одиницю обсягу реалізованого товару (за рахунок умовно-постійних витрат);

- втрата товару;

- втрата якості товару у процесі обігу (транспортування, зберігання), що призводить до зниження його ціни.

7. За ступенем впливу на діяльність господарюючих суб'єктів Ризики в діяльності підприємств – це така подія, що за наявності сукупності певних умов може бути реалізована, а її вплив на діяльність господарюючих суб'єктів може бути:

- негативним, – що означає програш даного суб'єкта;

- нульовим, – що не має ніякого впливу на суб'єкт;

- позитивним, – що є виграшним для господарюючого суб'єкту. Позитивний вплив може мати місце в тому випадку, коли ризик, що реалізований для одного суб'єкта з негативним або нульовим результатом, є корисним для іншого суб'єкта (наприклад, реалізація ризику у фірм-конкурентів і т.ін.).

8. За ознакою реалізації ризиків виділяють дві їх групи:

☐ реалізовані ризики – це здійснена несприятлива для підприємства подія, внаслідок якої може бути погіршена його діяльність;

☐ нереалізовані ризики – ризики, котрі не здійснилися всупереч очікуванню.

Слід зазначити, що реалізованими ризиками можуть бути й ті ризики, що мали меншу імовірність їх виникнення в порівнянні з нереалізованими, що є наслідком їх імовірного характеру й необхідності наявності цілого ряду умов для їх реалізації, тобто переходу із стадії прогнозованих у стадію здійснених.

9. За тривалістю у часу

☐ короткострокові – ризики, що загрожують підприємству протягом відомого відрізка часу. Наприклад, транспортний ризик, коли збитки можуть виникнути в період транспортування вантажів, або ризик неплатежів за конкретною угодою.

☐ постійні – ризики, що безперервно загрожують підприємницькій діяльності у даному географічному районі або в певній галузі економіки, наприклад, ризик неплатежів у країні з недосконалою правовою системою або ризик зруйнування будівель у районі з підвищеною небезпекою землетрусів.

10. За часом прийняття рішень

☐ випереджаючі ризики – ті, що зараховані при складанні планів розвитку підприємства, тобто до моменту їх появи розроблена стратегія їх виникнення;

☐ своєчасні ризики – такі, що не були завчасно передбачені, а також не була розроблена стратегія поведінки підприємства у випадку їх виникнення, і господарюючий суб'єкт реагує на них у момент їх виникнення (на перших стадіях);

☐ ризики з затримкою – такі, що не були передбачені підприємством при складанні своїх планів, і стратегія поведінки підприємства при цьому розробляється (визначається) вже після їх виникнення.

Описана узагальнена класифікація є умовною, тому що провести жорстку межу між окремими видами ризиків важко. Багато ризиків між собою взаємозв'язані. Зміни в одному з них викликають зміни у другому.

Але всі вони впливають на результати діяльності бізнесу і вимагають їх урахування для його успішної діяльності.

Питання 2.

Найбільш поширеним є визначення ризик-менеджменту як системи управління ризиком та економічними, точніше фінансовими відносинами, які виникають у процесі управління. Управління ризиком – багатостадійний процес, мета якого зменшити чи компенсувати збитки для об'єкта при настанні несприятливих подій.

Згідно зі стандартом AS/NZS Standard 4360:1999 процес ризик-менеджменту визначається як систематичне використання наявних у розпорядженні менеджерів методів, способів і прийомів для вирішення завдань, що стосуються ризиків: установлення контексту, аналізу (виявлення й оцінки), впливу, моніторингу і комунікації.

У рамках ризик-менеджменту вирішуються три основні завдання: профілактика виникнення ризиків; мінімізація збитку, спричиненого ризиками; максимізація додаткового прибутку, який отримує підприємство внаслідок управління ризиками. Основна мета ризик-менеджменту – це зменшення або ліквідація можливих втрат від ризику, тому визначення принципів та функцій управління ризиком мають суттєве значення для застосування ризик-менеджменту в бізнесі. Ризик-менеджмент базується на таких основних принципах: принцип масштабності (всепроникності); принцип мінімізації витрат; принцип адекватної реакції; принцип розумного прийняття.

Ризик-менеджмент виконує функції, притаманні будь-якій управлінській діяльності, але при цьому специфіка їх виконання визначається об'єктом управління. Це функції планування, організації, контролю, регулювання, координації та мотивації.

Планування ризику суттєво впливає на прийняття управлінських рішень та являє собою розробку перспективних змін стану об'єкта в цілому та окремих його частин.

Функція організації у ризик-менеджменті являє собою формування та реалізацію програми дій, спрямованої на зменшення ризику на основі визначених правил та процедур, які притаманні конкретному бізнесу.

Контроль у ризик-менеджменті полягає в перевірці організації робіт по зменшенню ступеня ризику, який потребує аналізу результативності заходів з метою оцінювання ефективності дій.

Функція регулювання передбачає вплив на об'єкт управління з метою досягнення стану рівноваги об'єкту управління у випадку відхилення від заданих параметрів.

Координація забезпечує єдність об'єкта і суб'єкта управління та полягає в узгодженості дій усіх ланок системи управління ризиком, апарату управління та спеціалістів на підприємстві.

Мотивація в ризик-менеджменті являє собою процес спонукання суб'єктів до зацікавленості в результатах своєї праці.

Ризик-менеджмент в малому бізнесі можна уявити, як багатоступінчастий процес, що включає в себе: визначення умов, в яких мале підприємство здійснює діяльність; ідентифікацію ризику; аналіз ризику і визначення рівня ризику; підбір методів управління і застосування техніки управління ризиком; моніторинг результатів і вдосконалення системи управління ризиками.

Визначення умов, в яких малий бізнес здійснює діяльність, включає в себе вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, встановлення умов процесу управління ризиками. Зовнішнє середовище являє собою культурне, політичне, законодавче, фінансове, технологічне, економічне, природне і конкурентне середовище підприємства. Встановлення умов процесу управління ризиками передбачає визначення необхідних ресурсів, термінів, цілей і завдань малого підприємства, відповідальності та обов'язків сторін, побудова структури аналізу ризику.

Процес ідентифікації ризику включає в себе ідентифікацію причин і джерел небезпечних подій, ситуацій, обставин або ризиків, які можуть зробити істотний вплив на досягнення цілей підприємства, і характер цих впливів. Дуже важливо залучити кожного співробітника в процес ідентифікації ризиків і стимулювати взаємодію співробітників. Обговорення ризиків і оцінка уразливості з різних аспектів, залучаючи співробітників, допоможе досягти розуміння і допомогти у прийнятті рішень та виконанні заходів. Ідентифікація не повинна обмежуватися очевидними ризиками.

Часто при ідентифікації ризиків малим підприємствам потрібна допомога фахівця-консультанта. Інформація про ризики може бути отримана малими підприємствами від

страхових компаній, фахівців з управління ризиками, банків і т.д. При ідентифікації ризиків власник малого бізнесу може використовувати статистичні дані і власний досвід.

Аналіз ризику – один із найважливіших етапів управління ризиком, мета якого – одержання необхідної інформації щодо структури та властивостей об'єкта ризику та виявлення основних видів ризику, що впливають на цей об'єкт. Ризик доцільніше і вигідніше завчасно виявити, попередити або уникнути, ніж потім за допомогою управлінського впливу мінімізувати його наслідки. Аналіз ризику складається із виявлення ризику та його оцінювання. При виявленні ризику (якісна складова) визначаються всі ризики, які впливають на бізнес. Головне – врахувати всі важливі обставини і детально описати всі існуючі ризики.

Підбір методів управління і застосування техніки управління ризиком включає ідентифікацію діапазону варіантів для обробки ризиків, оцінку цих варіантів, підготовку та виконання планів обробки. Всі методи управління ризиками малого бізнесу можна підрозділити на методи уникнення ризиків або відмови від ризику, методи контролю ризиків, методи фінансування ризиків.

Метод відмови від ризику є найпростішим методом і полягає в розробці таких заходів, які повністю виключають конкретний вид ризику, наприклад, припинення виробництва певної продукції. Цей метод управління ризиками є особливо ефективним, коли велика ймовірність виникнення високих збитків.

До методів контролю ризиків можна віднести: запобігання збитків, зменшення розміру збитків, поділ, дублювання. Суть методу запобігання збитку полягає в проведенні попереджувальних (превентивних) заходів, спрямованих на зниження ймовірності настання несприятливої події. Незважаючи на всі зусилля підприємства по зниженню ризиків, деякі збитки, як правило, виникають. Для таких ризиків і може застосовуватися метод зменшення розміру збитків, суть якого полягає в проведенні превентивних заходів, спрямованих на зниження розміру можливого збитку.

Суть методу поділу ризику полягає в створенні такої ситуації на підприємстві, при якій окремий випадок реалізації ризику не призводить до серії нових збитків. Прикладом може служити установка спеціальних дверей в приміщеннях з метою перешкодити поширенню пожежі. Дублювання найбільш значущих об'єктів, схильних до ризику, є необхідним.

Такими об'єктами можуть бути документація чи інша інформація, види діяльності фірми, устаткування, що є ключовим для систем життєзабезпечення підприємств або для продовження операцій.

Всі превентивні заходи, доступні для малого бізнесу, можна підрозділити на:

- технічні заходи, такі як придбання нового обладнання, поліпшення технічного обслуговування, установка протипожежної системи, встановлення сигналізації і т.д. ;
- заходи, які стосуються організації діяльності, такі як, узгодження правил, складання інструкцій, планування, розподіл обов'язків і т.д. ;
- заходи підвищення ефективності роботи співробітників, такі як придбання спеціального одягу або спорядження для захисту співробітників, навчання, забезпечення співробітників керівництвом та інструкціями.

Власнику малого бізнесу потрібно приділити час на виконання превентивних заходів або призначити відповідального співробітника. Проведення регулярного моніторингу змін дозволить оцінити ефективність проведення превентивних заходів.

Підприємства використовують два основні методи фінансування ризику, щоб покрити свої втрати – утримання і передача. Утримання означає, що організація використовує власні ресурси, щоб покрити збитки.

Джерелом коштів для покриття збитків можуть бути грошовий потік, поточні активи, позикові кошти. Передача означає, що бізнес використовує ресурси іншої організації для оплати ризику.

Основними механізмами передачі ризику бізнесом є страхування та аутсорсинг. Страхові компанії отримують премії в обмін на виплату відшкодувань страхувальниками у

разі виникнення збитків за кожним застрахованим ризиком. Страхування є найважливішим для малого бізнесу методом управління ризиками.

При використанні методу нестрахової передачі ризику (аутсорсинг) відповідальність за зниження можливості виникнення несприятливих подій покладається на сторонню організацію. Як приклад такої передачі ризику можна назвати такі заходи, як використання послуг охоронної та транспортної фірм і т.д.

Важливу роль у системі управління ризиком відіграє правильний вибір заходів попередження і мінімізації ризику, які загалом визначають її ефективність та реалізація конкретний дій щодо цього.

Найкращим варіантом вибору напряму оптимізації ризику є обґрунтована комбінація декількох методів, а основним критерієм вибору виступає наявність оптимального співвідношення між досягнутим ступенем зниження ризику та необхідними для цього витратами. За умов проведення великої аналітичної роботи, здійснення спеціальних розрахунків можливо знайти рішення, що забезпечить деякий компромісний (прийнятний) рівень ризиків, який відповідає певному балансу між очікуваною вигодою та загрозою втрат. Основою вибору конкретного заходу попередження і мінімізації ризику є цілеспрямований пошук оптимального, доцільного та економічно вигідного в даній ситуації виду впливу на ризик, як уникнення, вирівнювання, збереження, зменшення або передача ризику.

Моніторинг результатів і вдосконалення системи управління ризиками є важливим і невід'ємним кроком у процесі управління ризиками.

Огляд ефективності управління ризиками дозволяє виявити недоліки існуючої системи управління ризиками. Досвідчений страховий консультант, агент або брокер може допомогти власникові малого бізнесу розробити план з управління ризиками.

Формування системи ризик-менеджменту покликане забезпечити високу ефективність прийняття управлінських рішень для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства. Використання в господарській практиці підприємств алгоритму управління ризиками дає змогу скоригувати стратегію розвитку з урахуванням ступеня ризику, підвищити результативність їх функціонування.

Питання 3.

Для підтримки малого бізнесу в частині управління ризиками в Європі розробляється різні програми. Можна виділити три основні причини розробки даних програм:

- ☐ інтерес до малих і середніх підприємств обумовлений тим, що більше 65% працюючого населення Європи зайняті на малих і середніх підприємствах;
- ☐ малі та середні підприємства в законодавчому порядку повинні оцінювати ризики, пов'язані зі здоров'ям і безпекою співробітників;
- ☐ на малих і середніх підприємствах відносно низький рівень контролю ризиків.

Для впровадження превентивного підходу на малих підприємствах в країнах Європи створено спеціальні центри, що надають безкоштовні консультаційні послуги щодо запобігання професійних ризиків. Така практика застосовується в Австрії з 1999 року. Австрійська страхова організація щодо запобігання виробничих травм і професійних хвороб (Austrian Insurance Organization For Prevention of Industrial Accidents and Occupational Illness), відповідно до вимог законодавства, розробила програму для малого та середнього бізнесу, в рамках якої були створені спеціальні центри по запобіганню професійних ризиків, організовані зустрічі з зацікавленими власниками малих і середніх підприємств, розроблене спеціальне комп'ютерне програмне забезпечення для всієї системи. Для інформування власників малих підприємств про послуги використовувалася смс-розсилка, радіо, телебачення і т.д. Всі співробітники, що беруть участь в програмі, отримали відповідне навчання.

Для програми було розроблено комп'ютерне забезпечення, яке дозволяє: оцінити ризик підприємства, роздрукувати протокол після відвідування підприємства, автоматично визначити дати для відвідування малих підприємств і т.д. Фінансування програми

здійснювалось за рахунок страхових внесків австрійським підприємствам, застрахованих від нещасних випадків у розмірі 1,4% від зарплати кожного співробітника.

Для впровадження таких програм в інших країнах потрібно підтримка з боку держави та національних страхових організацій, аналогічних Австрійської страхової організації.

У деяких країнах поширена практика укладання контрактів на проведення превентивних заходів фондами медичного страхування з власниками малих і середніх підприємств. Наприклад, у Франції для того, щоб стимулювати розвиток малих підприємств бетонної індустрії і мотивувати малі підприємства впровадити превентивний підхід Регіональний фонд медичного страхування CRAM82 (Regional Health Insurance Fund CRAM) укладає контракти на проведення превентивних заходів з власниками малих і середніх підприємств бетонної індустрії. Укладення контрактів на проведення превентивних заходів є формою допомоги, що надається малим і середнім підприємствам, і потрапляє під дію політики, що проводиться системою соціального страхування.

Мета впровадження політики полягає в тому, щоб допомогти підприємствам поліпшити умови праці, надаючи фінансову допомогу, для компенсації частини витрат підприємства. Розмір соціальної допомоги, що надається малим підприємствам, складає в середньому 25% від капітальних інвестицій. Серед вжитих заходів можна виділити наступні: установка нового захисного обладнання (наприклад, установка систем видалення пилу) і заміна застарілого; поліпшення освітлення і температурних умов; проведення навчальних курсів для співробітників; інформування та навчання власників малого бізнесу; інтеграція аспектів безпеки; проектування та модернізація робочих місць і виробничого устаткування, і т.д. Реалізація проекту призвела до скорочення травм і поліпшення умов праці на малих підприємствах бетонної індустрії. Ця схема може бути застосовна до підприємств малого та середнього бізнесу інших видів економічної діяльності і країн.

Для того, щоб допомогти малим підприємствам впровадити превентивний підхід, в Європі організовуються заходи з обміну досвідом (семінари, форуми і т.д.) між підприємствами.

У Великобританії⁸³ для обміну досвідом між великими і малими підприємствами був розроблений проект «Добросусідство» («Good Neighbour»). Проект був запущений в 1997 році. Мета проекту – розширити вже існуючу співпрацю між великими і малими підприємствами,

що дозволяє малим і середнім підприємствам перейняти досвід великих підприємств в управлінні ризиками. Проект фінансується і організований Організацією з охорони праці та здоров'я (Health and Safety Executive), за участю Королівського товариства щодо запобігання нещасних випадків (Royal Society for the Prevention of Accidents) і Британської ради з безпеки (the British Safety Council). Для просування цього проекту влаштовується безліч семінарів. Цілі проведення семінарів наступні: заохотити великі підприємства взяти на себе громадську зобов'язання допомагати малим підприємствам в управлінні ризиками. Були проведені семінари на такі теми: «Оцінка ризиків», «Програма для поліпшення безпеки», «Навчання власників малого бізнесу та співробітників», «Персональна безпека», «Способи залучення співробітників у процес оцінки ризиків» і т.д.

Потенційні учасники семінару визначаються заздалегідь, зазвичай у семінарі беруть участь від 4 до 6 великих підприємств і безліч малих підприємств. Представники великих компаній розповідають про методи управління ризиками, про методи поліпшення умов праці, безпеки і т.д.

Малий бізнес в зоні ЄС в законодавчому порядку зобов'язаний виконувати аналіз ризиків, але малі та середні компанії відчують труднощі з аналізом і управлінням ризиками, а укладення контракту з фахівцями щодо запобігання ризиків обходиться власникові малого та середнього підприємства є високовартісним. Саме тому багато країн Європи фокусується на розробці комп'ютерних програм і веб-сайтів підтримки малих підприємств в частині оцінки та запобігання ризикам. У Франції, на веб-сайті «Ризики малого бізнесу» («The Risques PME») міститься посібник з управління ризиками та

інформація про те, як крок за кроком впровадити превентивний підхід на малих підприємствах.

Малі підприємства потребують цілісному наборі інструментів для управління ризиками, який охоплював би не окремі ризики, а всі основні ризики малого підприємства. Прикладом комплексного підходу може служити Керівництво з управління ризиками для малих і середніх підприємств, розроблене у Фінляндії. Керівництво розроблялося 4 роки з 1996 р по 2000 р Проект був скоординований Науково-Дослідницьким Центром Фінляндії (Technical Research Centre of Finland). Розробка керівництва фінансувалося Європейським соціальним фондом (European Social Fund), Міністерством соціальних справ та охорони здоров'я (Ministry of social affairs and health), Фінським екологічним фондом

(Finnish work environment fund) та страховими компаніями. Для створення керівництва було проведено дослідження, щоб визначити основні ризики малого бізнесу. За результатами дослідження до основних ризиків малого бізнесу були віднесені: ризики, пов'язані з персоналом; бізнес-ризики; ризики, пов'язані з майном; ризики, пов'язані з базами даних і інформаційною безпекою; ризики, пов'язані з відповідальністю; ризики, пов'язані з продуктом; ризик перерви діяльності; ризики, пов'язані з транспортуванням.

Низький рівень стресу і напруги на робочому місці підвищує продуктивність співробітників, скорочує кількість нещасних випадків на робочому місці. Прикладом підходу спрямованого на зниження рівня напруги на робочому місці можуть служити рекомендації «Працюй позитивно» («Work positive») для навчання співробітників малого бізнесу, розроблене у Фінляндії. Керівництво «Працюй позитивно» («Work positive») може придбати будь-яке мале підприємство за 30 євро.

У Бельгії, Асоціація фахівців щодо запобігання ризиків PreBes, розробила комп'ютерна програму, що дозволяє малим підприємствам виконати власну оцінку ризиків. Власник малого бізнесу може використовувати програму самостійно. Програма дає власнику малого та середнього бізнесу короткий огляд ризиків його підприємства і відповідає основним принципам ризик-менеджменту. Комп'ютерна програма була розроблена на основі моделі Plan-Do-Check-Act (планування-дія-перевірка-коригування). Методологія PDCA являє собою найпростіший алгоритм дій керівника по управлінню процесом і досягненню його цілей. Робота починається зі стадії планування (Plan), на якій визначається і аналізується проблема. Потім розробляються потенційні рішення, і проводиться їх тестування (Do). Результати вимірюються і порівнюються з необхідними (Check). Коригування результатів може повторюватися багаторазово до отримання задовільних результатів. За результатами аналізу ризику розробляється п'ятирічний превентивний план і щорічний план дій. Розроблена програма (Hygiene risk-evaluation system (IHRS) може використовуватися на всіх малих підприємствах, незалежно від сектора. PreBes організувала і фінансувала інформаційні семінари для просування цієї програми.

У більшості європейських країн, малі та середні підприємства отримують безкоштовні консультаційні послуги, які надаються страховими компаніями, інспекціями праці, органами державної влади тощо. Розвитку та розробки консалтингової мережі для стартапів, малих і середніх підприємств приділяється величезна увага. У Німеччині, наприклад, діє проект, згідно з яким майбутнім підприємцям надаються консалтингові послуги з управління ризиками на робочому місці, що дозволить посилити конкурентоспроможність нових підприємств.

Програми підтримки малих підприємств в європейських країнах настільки прості, що власникові малого бізнесу необхідно тільки заповнити документацію та виконати запропоновані заходи щодо запобігання ризиків.

Загальний висновок за темою лекції.

Ризик-менеджмент в малому бізнесі можна уявити, як багатоступінчастий процес, що включає в себе: визначення умов, в яких мале підприємство здійснює діяльність; ідентифікацію ризику; аналіз ризику і визначення рівня ризику; підбір

методів управління і застосування техніки управління ризиком; моніторинг результатів і вдосконалення системи управління ризиками. Для підтримки малого бізнесу в частині управління ризиками в Європі розробляється різні програми.

Питання для контролю знань:

1. Чому діяльність малого бізнесу завжди пов'язана з ризиком?
2. Які функції ризику існують?
3. Як класифікуються ризики в діяльності малого бізнесу?
4. Як формується та реалізовується процес ризик-менеджменту в малому бізнесі?
5. Які методи управління ризику існують?
6. Охарактеризуйте матрицю для пошуку рішення щодо вибору напрямку оптимізації ступеня ризику.
7. Опишіть основні принципи управління ризиками бізнесу в Європі.

Питання для самостійного опрацювання матеріалу лекції:

1. Функції підприємницьких ризик
2. Страхування підприємницьких ризиків

Укладач(і): _____ Гринчишин Ярослав Миколайович, к.е.н., доцент
(підпис) (ПІБ, посада, науковий ступінь, вчене звання)