**ТЕМА 2. ТЕОРІЇ ПІДПРИЄМСТВ І ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

* + 1. Поняття підприємства, його мета, функції та основні ознаки.
		2. Теорії (концепції) підприємства.
		3. Підприємницька діяльність, її принципи, форми і типи.
		4. Законодавче забезпечення підприємництва в Україні.
		5. Підприємницькі договори, їх структура і порядок укладання.
		6. Міжнародний бізнес, його суб’єкти, типи і види.

**Ключові терміни і поняття**

*підприємства, приватне підприємство, державне підприємство, комунальне підприємство, унітарне підприємство, корпоративне підприємство, акціонерне товариство, господарські товариства, засновницький договір, статут підприємства, колективний договір, асоціація, корпорація, концерн, консорціум, холдинг, промислово-фінансова група*

*ознаки*

*підприємства,*

*функції*

*фірма,*

*підприємство,*

***Гроші для людей розумних складають засіб, для дурнів - мету.***

*А. Декурсель*

1. **Підприємство як суб’єкт ринкової економіки, його мета, функції та основні ознаки**

Процес виробництва матеріальних благ, а також надання послуг, виконання робіт має бути певним чином організованим у просторі і часі. Така організація відбувається шляхом створення підприємств. Задовольняти ринкові потреби у продукції (роботах, послугах) можуть також суб’єкти підприємницької діяльності - фізичні особи.

***Підприємство***

***є***

***організаційно***

***відокремленою,***

***економічно***

***самостійною одиницею виробничої сфери національної економіки, яка спеціалізується на виготовленні продукції, наданні послуг або виконанні робіт***

*Сутність підприємства як організаційної форми господарювання визначена Господарським Кодексом України (ст.62)*: підприємство - це самостійний суб’єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб’єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами.

На практиці часто використовують два схожих поняття - *підприємство* і *фірма*. Однак, поняття ***«фірма»***, як правило, означає загальну назву господарюючого суб’єкта виробничого, торгівельного, побутового та іншого профілю. Також фірма може об’єднувати комерційні, виробничі, сервісні підрозділи, філіали, дочірні підприємства, які функціонують під однією назвою і є юридичними особами. Тобто, фірма може бути багатопрофільною організацією.

***Підприємство не має у своєму складі інших юридичних осіб*.** На підприємстві здійснюється виробництво продукції, надання послуг шляхом безпосереднього зв’язку працівника із засобами виробництва.

До *виробничих підприємств* належать заводи, фабрики, шахти, комбінати, кар’єри, порти та інші господарські організації виробничого призначення. Також є підприємства *торговельного* або *торговельно- посередницького профілю* (магазини, гуртові, гуртові склади); *сфери надання послуг* (ремонтні майстерні, автосервіси, ательє, хімчистки, салони краси тощо).

Мета функціонування підприємства на ринку - задоволення суспільних потреб у певних видах продукції (роботах, послугах; далі «продукції») та одержання прибутку.

Підприємство повинно одержувати прибуток, але забезпечити досягнення такої цілі можна лише через виготовлення за допомогою наявних у нього ресурсів необхідної споживачам продукції відповідного призначення, профілю і асортименту. Цивілізовані ринкові відносини вимагають розумного поєднання обох цілей.

Важливішими ***завданнями*** підприємств є:

* одержання доходу власником підприємства (державою, приватною особою, акціонерами);
* забезпечення споживачів продукцією підприємства у відповідності до ринкового попиту та укладених договорів;
* забезпечення виплати заробітної плати персоналу підприємства, нормальних умов праці та можливостей професійного росту працівників;
* створення робочих місць для населення;
* створення та підтримка потенціалу для майбутнього розвитку, безперервності існування підприємства;
* охорона довкілля (землі, повітряного та водного басейнів);
* недопущення зриву поставок або випуску неякісної продукції, скорочення обсягів виробництва та зниження доходів підприємства.

Завдання підприємства визначаються інтересами власника, розміром задіяного капіталу, умовами внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування.

До ***основних функцій*** виробничого підприємства можна віднести:

*виробничо-технологічні*

*зовнішньоекономічні*

*Виробничо-технологічні функції* підприємства пов’язані із пошуком постачальників, споживачів, матеріально-технічним забезпеченням виробництва, використанням засобів праці для виготовлення продукції, впровадженням нових технологій, раціоналізацією виробничих процесів, винахідництвом, підвищенням якості продукції.

***Функції підприємства***

*соціальні*

*економічні*

*Економічні функції* передбачають управління процесами виробництва і збуту товарів, укладання контрактів з постачальниками і споживачами, найом робочої сили, раціональна організація праці працівників, виплата заробітної плати, розподіл прибутків, сплата податків, зборів та інших платежів, розрахунок економічної ефективності діяльності, ціноутворення, залучення інвестицій.

*Соціальні функції* підприємства полягають у забезпеченні належних умов праці та відпочинку працівників, створенні сприятливого психологічного клімату у колективі, наданні допомоги та пільг працівникам, членам їх сімей та ін.

*Зовнішньоекономічні функції* пов’язані із виконанням підприємством функцій в системі міжнародного обміну товарів, спільному з іноземними партнерами виробництві, науково-технічному співробітництві тощо.

Крім основних, можуть бути виділені ***допоміжні функції*** підприємства, які зводяться до забезпечення документообігу, обліку, гарантування безпеки, статистичної звітності, дослідних функцій тощо.

Функції підприємства конкретизуються і уточнюються і залежності від розмірів підприємства, галузевої приналежності. форми власності, наявності соціальної інфраструктури, ступеня спеціалізації і кооперування.

Основні напрямки діяльності підприємств випливають з їх завдань та перегукуються з тими функціями, які вони виконують у системі ринкової економіки.

В умовах ринку визначальним напрямком діяльності кожного підприємства є ***маркетингова діяльність***, сутність якої полягає

у комплексному дослідженні ринку, рівня конкуренції на ньому, цін на продукцію, вимог покупців до продукції, методів і способів формування споживчого попиту, каналів розподілу товарів та ін.

***Напрямки діяльності підприємств***

післяпродажний сервіс

комерційна

інвестиційна

виробнича

інноваційна

маркетингова

Якщо ринок досліджений, то для задоволення потреб споживачів необхідно «вивести» на ринок конкурентоспроможну продукцію, а це пов’язано з розвитком ***інноваційної діяльності*** підприємства, яка охоплює науково- технічні розробки, запровадження технічних, організаційних та інших нововведень, технологічну та конструкторську підготовку виробництва.

***Виробнича діяльність*** підприємства безпосередньо пов’язана із виготовленням необхідної ринку продукції. Вона полягає у визначенні та обґрунтуванні номенклатури та асортименту продукції, обсягів її виготовлення, формування маркетингових програм для окремих ринків і кожного виду продукції, збалансування виробничої потужності та програми випуску продукції, забезпечення виробничого процесу необхідними матеріально- технічними ресурсами, формування оперативних планів та графіків виготовлення продукції тощо.

***Інвестиційна діяльність*** підприємства полягає у здійсненні ним дій щодо реалізації інвестицій. Об’єктом інвестування можуть бути основні фонди, оборотні кошти, цінні папери, науково-технічні розробки, об’єкти інтелектуальної власності, майнові права та ін.

Результативність інноваційно-інвестиційної та виробничої діяльності підприємства може бути забезпечена лише добре налагодженою ***комерційною діяльністю***. Її значення в умовах ринку зростає, оскільки від уміння продати вироблену продукцію залежать фінансові результати діяльності підприємства, тобто його прибутки. Комерційна діяльність безпосередньо пов’язана із організацією збуту продукції, пошуком та розвитком каналів просування товарів на ринок, стимулюванням покупців і т.д.

Важливим напрямком діяльності є ***післяпродажний сервіс*** виготовленої продукції. Такого сервісу потребують машин, обладнання, автомобілі, оргтехніка, побутова техніка, медичне устаткування тощо. Післяпродажний сервіс включає роботи: підготовку до експлуатації техніки, її гарантійне технічне обслуговування протягом певного терміну, забезпечення необхідними запчастинами, проведення ремонтів під час встановленого строку служби та ін.

Можна виділити напрямок діяльності підприємства, який охоплює багато інших конкретних видів, - **економічну діяльність**. Вона включає планування (поточне і стратегічне), облік, звітність, ціноутворення, оплату праці, фінансову діяльність, ресурсне забезпечення виробництва тощо. *Цей напрямок є інтегруючим,* оскільки дозволяє оцінювати та регулювати всі елементи господарської системи підприємства.

**Соціальна діяльність** підприємства істотно впливає на ефективність усіх інших напрямків його діяльності. Це пов’язано із необхідністю забезпечення дієвої системи мотивації працівників, належного рівня їх професійної підготовки, підвищення кваліфікації та ін.

Ефективне управління персоналом на підприємстві є пріоритетним напрямком його діяльності за умов соціально орієнтованої економіки.

***Підприємство*** *як основна організаційна та виробнича ланка народного господарства* ***характеризується певними ознаками***. Серед них:

* 1. *виробничо-технічна єдність*:

спеціалізація на виготовленні певного виду продукції, наявність закінченого циклу її виготовлення, тобто продукція в умовах поділу праці набуває форми товару;

 володіння певним складом виробничих фондів;

розробка єдиної технічної політики;

спільність допоміжного і обслуговуючого господарства;

* 1. *організаційно-соціальна єдність*:

 наявність єдиного трудового колективу з його специфічними інтересами;

управління підприємством одним керівником та адміністрацією;

 наділення підприємства реквізитами і правами юридичної особи (самостійний баланс, розрахунковий та інші рахунки в банку, печатка, штамп з назвою підприємства, ідентифікаційний код, юридична адреса, фірмовий бланк, товарний знак);

* 1. *фінансово-економічна самостійність*:
		+ вільний вибір виду діяльності;
		+ можливість самостійного формування програми діяльності, вибору постачальників матеріально-технічних та інших ресурсів і споживачів продукції, що виробляється, встановлення цін на продукцію або послуги відповідно до закону;
		+ вільний найом працівників в залежності від власної потреби;
		+ самостійний розподіл прибутку, що залишається у підприємства після сплати податків, зборів та інших, передбачений законом платника;
		+ визначення і обґрунтування форм і розмірів матеріального стимулювання працівників;
		+ самостійне здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

В економічній науці серед різних теорій виділяється ***теорія фірми Р.Коуза.*** Її сутність полягає в тому, що автор відійшов від традиційного трактування вартості (ціни) товару як сукупності використаних на його виробництво ресурсів (виробничих і транспортних). Він ввів поняття трансакційних витрат, тобто витрат на збір, обробку інформації про стан ринку і конкурентів, витрати на підготовку і виконання контрактів, організаційне управління виробництвом тощо. Ці витрати, на думку Р.Коуза, є досить значними. З метою мінімізації трансакційних витрат утворюються фірми. Вони об’єднують «під своїм дахом» робітників, менеджерів і цим самим спрощують і здешевлюють процес виконання контрактів. Якщо б трансакційні витрати були

«нульовими», то фірми не виникали б, а розподіл товарів на ринку відбувався б безпосередньо між людьми.

***Головна користь капіталу не в тому, щоб зробити більше грошей, але в тому, щоб робити гроші заради поліпшення життя.***

*Генрі Форд*

1. **Теорії (концепції) підприємства**

У процесі розвитку економічної науки сформувались кілька основних теорій (концепцій) підприємства. Кожна з них містить специфічні погляди на підприємство і робить відповідні акценти на ті чи інші його особливості.

***Неокласична теорія*** розглядає *підприємство як цілісний об’єкт, в якому вхідні ресурси залучаються у виробництво і перетворюються в готову продукцію,* яка продається на вільному ринку. Ця модель підприємства ґрунтується на *виробничій функції*, яка «пов’язує» між собою витрачені фактори і результати виробництва. Параметри виробничої функції підприємства визначаються конкретними технологічними процесами, які застосовуються для виробництва продукції.

*Головне завдання підприємства* полягає у визначенні необхідних обсягів виробництва і такого співвідношення витрат, які дали б змогу встановлювати ринкову ціну на продукцію, здатну максимізувати прибуток. Прибуток є формою вираження ефективності діяльності підприємства. Якщо підприємство не максимізуватиме прибуток, то воно під впливом ринкової конкуренції рано чи пізно буде ліквідоване.

***Інституційна концепція підприємства*** розглядає *фірму як організацію, створену людьми для більш ефективного використання їх можливостей.*

Інституціональна теорія фірми, на відміну від неокласичної, не акцентує уваги на передбаченні поведінки фірми відповідно до існуючої виробничої функції, тобто технологічної залежності між витратами факторів виробництва і максимально можливим виходом продукції при відповідній їх комбінації.

Коротко *завдання інституційної теорії фірми* можна сформулювати як аналіз її поведінки у світі інформації. Основний акцент робиться на поясненні існування на ринку різноманітних підприємств, установ та організацій, їх функцій та масштабів діяльності, контактів з ними, можливих для

підприємства варіантів вирішення питань планування, організації виробництва, контролю, мотивації працівників тощо. Поведінка підприємства характеризується особливостями укладання та виконання контрактів із зовнішніми організаціями та працівниками. З цієї точки зору інституційна теорія підприємства є «містком» між стандартною неокласичною теорією і теоріями управління.

***Еволюційна теорія*** трактує *підприємство як один із суб’єктів у середовищі собі подібних.* Його поведінка визначається, по-перше, взаємовідносинами між членами спільноти, а, по-друге, його внутрішніми характеристиками. У процесі функціонування підприємства та його взаємодії з

«популяцією» формуються відповідні традиції та розробляються процедури прийняття рішень, алгоритми реагування на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища. Згідно з еволюційною концепцією ці правила загалом визначають

«обличчя» фірми, відмінність одного підприємства від іншого в конкурентній боротьбі.

На думку прихильників цієї теорії саме правила, які склалися, а не сліпе прагнення підприємства за будь-яких обставин максимізувати прибуток, визначають характер рішень, що ним приймаються. Ці правила не є раз і назавжди встановленими, вони еволюціонують відповідно до зміни ділового середовища підприємства і несуть на собі відбиток як особистостей керівників підприємства, так і характеру його взаємовідносин із партнерами.

*Поведінка підприємства* є його безпосередньою, еволюційною реакцією на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування.

Еволюційна модель підприємства, на відміну від неокласичної, визнає, що у підприємства немає єдиного критерію оптимальності прийняття рішень. Цей критерій є індивідуальним і враховує історичний досвід діяльності підприємства, його успіхи і невдачі на шляху свого розвитку, тобто критерій прийняття рішень є динамічним і періодично змінюється.

***Підприємницька модель підприємства*** ґрунтується на уявленні про нього як *сферу прикладання підприємницької ініціативи та наявних у підприємця ресурсів*.

Звичайно, не всі підприємства можна назвати «підприємницькими», тому ця теорія, на відміну від інших теорій підприємства, має значно вужчий об’єкт дослідження.

Сучасне підприємство - це досить складна відкрита виробничо- господарська і соціальна система, яка складається із взаємозалежних частин - виробництв, цехів, дільниць, служб тощо; взаємодіє із зовнішнім середовищем, з якого у систему надходять необхідні фактори виробництва та в якому реалізуються продукція, роботи, послуги як результати виробництва; здійснює діяльність, спрямовану на задоволення суспільних потреб.

В основі підприємництва та в центрі діяльності будь-якого підприємства є фігура підприємця - вільного у своїх підприємницьких діях, активного, енергійного, налаштованого на успіх, схильного до ризику, адаптивного, упевненого в собі тощо.

Слід підкреслити, що у підприємницькій теорії фірми керівник підприємства при за будь-яких обставин залишається підприємцем, тобто людиною, метою професійної діяльності якої є організація виробничого та інших процесів для задоволення певної ринкової потреби.

***Концепція агентської моделі підприємства*** *відображає взаємовідносини між власниками та менеджерами і виконавцями підприємства*. Згідно з цією концепцією власники, які не є керівниками підприємства, як правило, не володіють тією інформацією, якою володіють менеджери. За таких умов вони мусять бути впевненими у тому, що менеджери діятимуть в інтересах підприємства, тобто власника. На практиці узгодженість інтересів власників та менеджерів досягається за допомогою системи взаємовигідних контрактів, які по своїй суті не відрізняються від взаємодії покупця і продавця у крамниці. Підприємство фактично залишається набором обмежень для самостійно діючих індивідів.

Згідно з ***«теорією виживання»,*** яка є певною мірою антиеволюційною, *підприємство в перехідний період не в змозі пристосуватися до постійних змін зовнішнього середовища*: коливань необхідної ринку номенклатури продукції та обсягів виробництва, фінансового стану постачальників, платоспроможності покупців та ін. Зв’язки між основними ланками економічної системи не забезпечують стабільності її існування в цілому. Поступова та узгоджена із зовнішнім середовищем еволюція неможлива, а правила прийняття рішень на підприємстві руйнуються під тиском стресових ситуацій. Тому *головним завданням підприємства є виживання.*

В таких умовах керівники підприємства приймають рішення на основі лише короткострокової власної вигоди і мають на меті лише зміцнення свого ринкового становища.

***Інтеграційна концепція підприємства*** розглядає його як *відносно стійку, цілісну соціально-економічну систему, яка інтегрує в часі й просторі процеси виробництва, реалізації продукції, відтворення ресурсів.* З’єднуючою ланкою між цими процесами та ринковим іміджем підприємства є його потенціал, який розглядається як сукупність ресурсів та можливостей підприємства, що визначають очікувані характеристики його розвитку в умовах мінливого зовнішнього середовища. Об’єктом прийняття рішень, як правило, є розподіл ресурсів та зусиль підприємства між нарощуванням потенціалу та його використанням, між виробництвом та відтворенням, між сучасним та майбутнім станом підприємства.

***Концепція підприємства як «відкритої» матеріально-речової та соціально-економічної системи*** набуває все більшої популярності серед фахівців зі стратегічного управління. Згідно із цією концепцією *діяльність підприємства є погодженим у часі та просторі потоком ресурсів* (сировини, матеріалів, обладнання, грошових коштів, трудових ресурсів, інформації), а також їх запасів, які допомагають балансувати та підтримувати ці потоки для отримання запланованих результатів діяльності.

*Підприємство є «відкритою» матеріально-речовою системою*, оскільки його діяльність можна описати за допомогою моделі «вхід - вихід». На «вході»

підприємства є всі види матеріальних і нематеріальних ресурсів, а на «виході» - товари, послуги тощо. «Вхідні» та «вихідні» потоки поєднують підприємство з відповідними ринками.

Така концепція зосереджує увагу на необхідності, з одного боку, враховувати вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємства, а з іншого, вимагає формувати ефективну виробничо-управлінську систему.

З *соціального погляду підприємство* - це соціально-економічна підсистема суспільства, завдяки якій здійснюється взаємодія та узгодження суспільних, колективних та особистих соціальних та економічних інтересів.

Для повного розуміння особливостей зазначеної концепції слід розглянути *основні переваги підприємства як «відкритої системи»* в порівнянні із «закритим» підприємством. До них належать:

* 1. ринковий успіх «відкритого» підприємства досягається за рахунок адаптації до мінливих зовнішніх умов;
	2. визначальним при побудові системи управління є правильне визначення цілей;
	3. в стратегічному плані такі підприємства першочерговим вважають споживання і тому підпорядковують своє виробництво ринковому попиту;
	4. при побудові організаційних структур управління превалює гнучкість, багатоваріантність форм, відносна автономність окремих ланок виробництва і управління, концентрація на виявленні проблем та генерації нових управлінських рішень;
	5. основою поведінки в колективі є організаційна культура, заохочення ініціативи на усіх рівнях, підтримка талантів, широкий світогляд працівників та його поєднання з глибокими професійними знаннями.

***Бізнес - це втілення мрії. Ненавиджу тих, для кого це просто гроші.***

*Рік Рубін*

1. **Підприємницька діяльність, її принципи, форми і типи**

Підприємницька діяльність (підприємництво) є одним із видів соціальної активності людини, пов’язаної із творчим пошуком та ризиком. Саме цей вид діяльності у розвинених ринкових умовах найкращим чином дозволяє найбільш повно реалізувати потенціал людини, розкрити її інтелект, професіоналізм та індивідуальність.

*Сутність підприємницької діяльності визначена Господарським Кодексом України (ст.42):* ***підприємництво -*** це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб’єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Економічною основою підприємницької діяльності є приватна власність. Власність – це відносини, які складаються між суб’єктами щодо привласнення засобів виробництва і результатів праці.

Ринкова економіка можлива лише за умови існування приватної власності, результатом розвитку якої стали такі форми власності, як колективна, акціонерна, кооперативна.

**Ознаки підприємницької діяльності** випливають із визначення її сутності, а саме:

* 1. ***економічна самостійність:*** суб’єкти підприємництва, керуючись власною волею, вільно обирають види підприємницької діяльності, а також час, місце та способи її здійснення;
	2. ***ініціативність:*** означає, що підприємець має бути активним у своїй діяльності, особисто займатись підприємництвом, а не «делегувати» його третім особам;
	3. ***систематичність:*** означає, що підприємницька діяльність здійснюється багаторазово, тривалий час;
	4. ***діяльність на власний ризик:*** підприємницький ризик - це певна подія з ознаками ймовірності і випадковості настання, яка може призвести до негативних наслідків для підприємця; одержання прибутку як мета підприємницької діяльності не завжди може бути досягнута, інколи підприємець зазнає збитків, за які він сам несе відповідальність, тобто має місце підприємницький ризик;
	5. ***діяльність з метою одержання прибутку,*** тобто суми коштів, на яку одержані підприємцем доходи перевищують здійснені ним витрати;
	6. ***правомірність:*** означає, що підприємницька діяльність зареєстрована у встановленому законодавством порядку та здійснюється у відповідності з ним.

#### Об’єктивними рушійними силами підприємництва є:

* *суперечності* - між виробництвом і споживанням, зростанням потреб і можливістю їх задоволення, між різними формами власності, інтересами, попитом і пропозицією та ін.;
* *ділова творчість людини -* особиста ініціатива, енергія, активність, працьовитість, прагнення реалізувати свої ідеї, винаходи, проявити себе, задовольнити здорове честолюбство є спонукальним мотивом до підприємництва;
* *ризик -* притаманний лише людині; це гра, обґрунтований розрахунок, змагання в конкурентній боротьбі, радість перемоги або гіркота поразки; він загартовує підприємця, стимулює бізнес;
* *потреби -* випереджають рівень виробництва; розвиток суспільства і підприємництва породжує такі потреби, які не можуть бути задоволені наявними продуктивними силами, що зумовлює потребу в нових продуктивних силах (техніці, технології, нових професіях), а отже, стимулює розвиток підприємництва;
* *економічний інтерес -* це форма реалізації потреби, це вигода, яка досягається в процесі реалізації економічних відносин; специфіка економічних інтересів, а отже, і підприємництво, визначаються економічним та соціальним становищем людей; підприємництво є водночас реалізацією їх інтересів і задоволенням потреб;
* *економічна конкуренція* - це суперництво між підприємцями щодо задоволення власних інтересів, пов’язаних з продажем виробленої ними продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самими споживачам; конкуренція є об’єктивною закономірністю становлення і розвитку підприємництва, сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств.

#### Підприємницька діяльність реалізується на основі таких принципів:

1. вільний вибір видів діяльності, які не заборонені чинним законодавством;
2. залучення у підприємницьку діяльність коштів громадян та юридичних осіб на добровільних засадах;
3. самостійне формування програми діяльності;
4. самостійний вибір постачальників та споживачів продукції;
5. самостійне встановлення цін на продукцію;
6. вільний найом працівників;
7. залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових і природних ресурсів;
8. вільне розпорядження прибутком, який залишається в розпорядженні підприємства, та часткою належної йому валютної виручки;
9. самостійне здійснення підприємством зовнішньоекономічної діяльності.

***правові:*** чинні законодавчі та інші нормативні акти

***економічні:*** існування різних суб’єктів власності, що дозволяє на свій страх і ризик приймати рішення про використання майна, продукції тощо

***політичні*:** сприятливий політичний клімат для підприємництва за рахунок відповідної податкової, митної, кредитної політики та ін.

***психологічні:*** позитивна суспільна думка щодо підприємницької діяльності

***Передумови підприємницької діяльності***

Зміст підприємництва тісно пов’язаний із його формами і типами.

**Формами підприємництва є:**

1. **Приватне підприємництво**, яке засноване на приватній власності і здійснюється приватними особами з метою отримання прибутку і

примноження власності. Воно є найбільш поширеною формою підприємницької діяльності і може реалізовуватись на основі особистої праці підприємця та членів його сім’ї, а також з використанням найманої праці.

1. **Колективне підприємництво** - форма підприємництва, яка ґрунтується на трудовій участі членів підприємства; працівники є учасниками підприємницького процесу і мають вирішальний вплив на прийняття рішень, а визначальним фактором розподілу результатів підприємницької діяльності є трудовий внесок працівників. Колективне підприємництво виключає експлуатацію.
2. **Державне підприємництво** - підприємницька діяльність, при якій прийняття стратегічних рішень та контроль за підприємництвом здійснюються державними органами. Необхідність втручання держави в економіку пояснюється певними вадами ринкового механізму (вільними цінами на деякі товари, відсутністю державної підтримки деяких галузей та ін.). Державне підприємництво реалізується через державні підприємства, підприємства з різним ступенем державної участі, а також у формі оренди державних підприємств. Така форма підприємництва допустима рівно на стільки, на скільки вона сприяє зростанню загального добробуту громадян, підвищенню конкурентоспроможності національної економіки.

В окремих випадках може існувати **змішана форма підприємництва**, яка поєднує в собі елементи перелічених вище форм.

У відповідності із структурою процесу відтворення (виробництво, обмін, розподіл, споживання) виділяють ***чотири головних типи підприємництва:***

* + *виробниче* (виробництво і надання послуг, інноваційна діяльність у сфері виробництва і послуг);
	+ *комерційне* (брокерська, дилерська, дистриб’юторська, агентська діяльність, гуртово-посередницька діяльність тощо);
	+ *фінансове* (банківська діяльність, діяльність страхових та аудиторських фірм та ін.);
	+ *сфера споживання* (роздрібна торгівля, сфера надання побутових та інших послуг).

Універсальним видом підприємницької діяльності можна назвати ***маркетингову діяльність****,* оскільки вона «присутня» у будь-якій сфері підприємництва. Маркетингова діяльність може бути самостійним видом підприємницької діяльності, а може виконувати функцію інтеграції зусиль всіх ланок виробничої та посередницької діяльності з метою задоволення ринкового попиту та одержання продукту.

***Без економічної свободи ніякої іншої свободи бути не може.***

*Маргарет Тетчер*

1. **Законодавче забезпечення підприємництва в Україні**

Основою розвитку підприємництва в Україні є ряд законів, указів Президента України, постанов Верховної Ради та Кабінету Міністрів України, інших нормативно-правових актів.

*Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» (2003 р.)* визначає правові та організаційні засади реалізації державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності.

***Державна регуляторна політика у сфері господарської діяльності*** - це напрям державної політики, спрямований на вдосконалення правового регулювання господарських, адміністративних відносин між регуляторними органами державної влади та суб’єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб’єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, у порядку та у спосіб, що встановлені Конституцією та Законами України.

***Регуляторний акт*** - це прийнятий уповноваженим регуляторним органом нормативно-правовий акт, який або окремі положення якого спрямовані на правове регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб’єктами господарювання.

***Регуляторними органами***, згідно цього закону, можуть бути вищі органи державної влади, Національний банк України, місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування, а також посадова особа будь-якого із зазначених органів, якщо відповідно до законодавства ця особа має повноваження одноособово приймати регуляторні акти.

До регуляторних органів також належать територіальні органи центральних органів виконавчої влади, державні спеціалізовані установи та організації, некомерційні самоврядні організації.

***Регуляторна діяльність*** - це діяльність, спрямована на підготовку, прийняття, відстеження результативності та перегляд регуляторних актів, яка здійснюється регуляторними органами, фізичними та юридичними особами, їх об’єднаннями, територіальними громадами в межах, у порядку та у спосіб, визначені законодавством.

*Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» (2005 р.)* визначає правові та організаційні засади функціонування дозвільної системи у сфері господарської діяльності і встановлює порядок діяльності дозвільних органів, уповноважених видавати документи дозвільного характеру, та державних адміністраторів.

Цим законом (ст.1) визначено, що ***дозвільна система у сфері господарської діяльності*** - це сукупність урегульованих законодавством

відносин, які виникають між дозвільними органами, державними адміністраторами та суб’єктами господарювання у зв’язку з видачею документів дозвільного характеру, переоформленням, видачею дублікатів, анулюванням документів дозвільного характеру.

***Дозвільними органами***, згідно згаданого закону, є органи виконавчої влади, державні колегіальні органи, органи місцевого самоврядування, їх посадові особи, уповноважені видавати документи дозвільного характеру. Такими ***документами дозвільного характеру*** є дозволи, висновки, рішення, погодження, свідоцтва тощо, які дозвільний орган зобов’язаний видати підприємцю для надання йому права на здійснення господарської діяльності та без наявності яких він не може здійснювати цю діяльність.

***Об’єктами, на які видаються документи дозвільного характеру,*** можуть бути природні ресурси, земельні ділянки, будівлі, споруди, приміщення, устаткування, обладнання, механізми, які вводяться в експлуатацію або проектуються, окрема операція, господарська діяльність певного виду, робота, послуга, а також документи, які використовуються суб’єктом господарювання в процесі проходження погоджувальної (дозвільної) процедури (проектна документація на будівництво об’єктів, землевпорядна документація, містобудівна документація, гірничий відвід).

Видача документів дозвільного характеру відповідними (місцевими або регіональними) дозвільними органами здійснюється за принципом організаційної єдності. Підприємець за одержанням документів дозвільного характеру звертається до державного адміністратора у єдиному дозвільному центрі.

***Єдиний дозвільний центр*** - це робочий орган відповідної міської ради або районної (обласної) адміністрації, в якому представники місцевих дозвільних органів (санепідемстанції, управління архітектури, управління земельних ресурсів тощо) та державний адміністратор діють за принципом організаційної єдності щодо видачі документів дозвільного характеру, їх переоформлення, анулювання або видачі дублікатів.

***Державний адміністратор*** - посадова особа міської ради, районної (обласної) державних адміністрацій, яка організовує видачу суб’єкту господарювання документів дозвільного характеру та забезпечує взаємодію місцевих дозвільних органів в процесі видачі документів дозвільного характеру.

Дозвільна діяльність державних органів є елементом державної дозвільної політики і покликана позитивно впливати на рівень інвестиційної привабливості галузей, територій внаслідок зниження бюрократичних перепон у веденні бізнесу.

#### Основними принципами державної політики з питань дозвільної системи у сфері господарської діяльності є:

* захист прав, законних інтересів суспільства, територіальних громад, громадян, їх життя, охорона довкілля та забезпечення державної безпеки;
* розвиток конкуренції;
* прозорість процедури видачі документів дозвільного характеру;
* рівноправність суб’єктів господарювання під час видачі документів дозвільного характеру;
* відповідальність посадових осіб дозвільних органів, державних адміністраторів та суб’єктів господарювання за порушення вимог законодавства з питань видачі документів дозвільного характеру;
* зменшення рівня державного регулювання господарської діяльності;
* установлення єдиних вимог до порядку видачі документів дозвільного характеру.

В Україні законодавчо затверджений ***повний перелік документів дозвільного характеру*** та заборонено вимагати від суб’єктів господарювання отримання дозвільних документів, необхідність одержання яких не передбачена законом. Перелік налічує 143 позиції *(Закон України «Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності», 2011 р.).*

Крім того, в державі намічений курс на скасування значної частини дозволів, обмеження сфери та збільшення строку їх дії, закріплення можливості здійснення господарської діяльності без отримання дозволів на підставі подання декларації.

Також передбачається встановити процедуру здійснення усіх дій, необхідних для видачі дозволів, самими дозвільними центрами *без залучення суб’єкта господарювання.* Підприємці будуть звільнені від необхідності витрачати час на узгодження з чиновниками документів на здійснення своєї діяльності.

*Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» (2012 р.)* визначає правові та економічні засади державної політики у сфері підтримки та розвитку малого і середнього підприємництва.

Визначена цим законом ***мета державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва,*** полягає у:

* створенні сприятливих умов для розвитку малого і середнього підприємництва;
* забезпеченні розвитку суб’єктів малого і середнього підприємництва з метою формування конкурентного середовища та підвищення рівня їх конкурентоспроможності;
* стимулюванні інвестиційної та інноваційної активності суб’єктів малого і середнього підприємництва;
* сприянні провадженню суб’єктами малого і середнього підприємництва діяльності щодо просування вироблених ними товарів, результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній та зовнішній ринки;
* забезпеченні зайнятості населення шляхом підтримки підприємницької ініціативи громадян.

#### Принципами державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні є:

* ефективність підтримки малого і середнього підприємництва;
* доступність отримання державної підтримки суб’єктами малого і середнього підприємництва;
* забезпечення участі представників суб’єктів малого і середнього підприємництва, громадських організацій у формуванні та реалізації державної політики в зазначеній сфері;
* створення рівних можливостей для доступу суб’єктів малого і середнього підприємництва до участі у виконанні загальнодержавних, регіональних та місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва та отримання державної підтримки;
* ефективність використання бюджетних коштів, передбачених для виконання зазначених програм;
* відкритість і прозорість проведення процедур надання державної підтримки;
* доступність об’єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва для всіх суб’єктів такого підприємництва.

#### Основними напрямами державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні є:

1. удосконалення і спрощення порядку ведення обліку з метою оподаткування;
2. запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для суб’єктів малого підприємництва, які відповідають встановленим податковим законодавством критеріям;
3. залучення суб’єктів малого підприємництва до виконання науково- технічних і соціально-економічних програм, здійснення постачання продукції (робіт, послуг) для державних і регіональних потреб;
4. забезпечення фінансової державної підтримки малих і середніх підприємств шляхом запровадження державних програм кредитування, надання гарантій для отримання кредитів, часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами;
5. сприяння розвитку інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва;
6. гарантування прав суб’єктів малого і середнього підприємництва під час здійснення державного нагляду у сфері господарської діяльності;
7. сприяння спрощенню дозвільних процедур та процедур здійснення державного нагляду, отримання документів дозвільного характеру для суб’єктів малого і середнього підприємництва та скороченню строку проведення таких процедур;
8. організація підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для суб’єктів малого і середнього підприємництва;
9. впровадження механізмів сприяння та стимулювання до використання у виробництві суб’єктами малого і середнього підприємництва новітніх

технологій, а також технологій, які забезпечують підвищення якості продукції.

Положення законів України, які регулюють відносини у сфері підприємництва та створюють для нього відповідну правову базу, знаходять відображення і конкретизуються в інших відповідних нормативно-правових актах.

***Хто купує зайве, врешті решт продає необхідне.***

*Бенджамін Франклін*

1. **Підприємницькі договори, їх структура і порядок укладання**

Взаємодія підприємства із зовнішніми партнерами, організаціями, конкурентами, окремими групами споживачів, постачальниками, органами влади та ін. вимагає дотримання встановлених форм, норм і правил співробітництва.

Головною складовою співробітництва у сфері підприємництва є *угода*, тобто економіко-правова форма досягнення підприємницької мети. Угода розглядається як дія, спрямована на встановлення, зміну або припинення правовідносин юридичних або фізичних осіб в галузі підприємництва.

***Угода - це будь-яка домовленість між підприємцями, в основі якої лежить комерційний інтерес***

Угода вважається укладеною відразу після підписання ***договору***, зміст і форма якого залежать від напрямків і форми співробітництва партнерів. Такими напрямками можуть бути сфери виробництва, товарообміну, торгівлі, фінансових відносин та ін.

Договори, які укладаються між суб’єктами підприємництва, складаються у письмовій формі і містять такі частини: вступну частину, предмет договору, права та обов’язки сторін, додаткові умови договору, юридичні адреси сторін.

***Підприємницький договір - це акт, у якому виражена згода партнерів діяти спільно на засадах взаємної вигоди. Підприємницька діяльність без таких договорів є неможливою.***

*Найбільш поширеними видами договорів у підприємницькій діяльності є:*

* договір поставки товарів;
* договір купівлі-продажу;
* договір контрактації;
* договір франчайзингу;
* зовнішньоекономічний контракт.

***Договір поставки товарів*** є найважливішим договором в діяльності підприємств на внутрішньому ринку. Він є формою регулювання комерційних

відносин між різними суб’єктами ринку, зокрема, між виробниками, між виробниками і торгівельними підприємствами. Цей договір є найдоцільнішим тоді, коли необхідне тривале і систематичне постачання товарів суб’єктами підприємництва, і має такі особливості:

* між моментом укладання і моментом реального виконання існує великий проміжок часу;
* на момент укладання договору товар у виробника-постачальника може бути ще не виробленим, тобто угода укладається під майбутній товар;
* у договорі сторонами можуть виступати юридичні особи та підприємці- фізичні особи;
* предметом поставки є товар, призначений для господарської або іншої підприємницької діяльності.

За договором поставки одна сторона - постачальник зобов’язується передати в обумовлений строк іншій стороні - покупцеві товар, а останній зобов’язується прийняти товар і оплатити його.

Постачальник передає покупцю товар для використання його у підприємницькій діяльності або в інших цілях, не пов’язаних з особистим, домашнім, сімейним використанням.

*Договір поставки має таку структуру:*

* вступ;
* предмет поставки;
* ціна;
* комплектність поставки;
* строки і порядок поставки;
* якість товарів;
* умови платежу;
* форс-мажорні умови;
* відповідальність сторін;
* адреса сторін.

Невід’ємною частиною договору поставки є *специфікація,* у якій зазначається розгорнутий асортимент товарів, що постачаються, його марки, розміри, стандарти, технічні умови, кількість, ціна за одиницю, ціна партії, строки поставки.

***Договір купівлі-продажу*** товарів є найпоширенішим видом господарських взаємовідносин між продавцями і покупцями, якими можуть бути юридичні або фізичні особи.

Нормативною базою для вітчизняних підприємств при здійсненні купівлі- продажу є Цивільний кодекс України.

*Структура договору купівлі-продажу:*

* предмет договору;
* кількість товару;
* асортимент товару;
* якість товару;
* комплектність товару;
* тара та упаковка;
* ціна товару;
* оплата товару;
* обов’язки продавця;
* обов’язки покупця.

***Договір контрактації*** – є однією з форм господарських зв’язків між підприємствами і виробниками сільськогосподарської продукції і заготівельниками цієї продукції (юридичними і фізичними особами) для її переробки, збуту і реалізації населенню.

За договором контрактації виробник сільськогосподарської продукції зобов’язується передати вироблену (вирощену) ним продукцію заготівельнику для її переробки або продажу.

Договір контрактації забезпечує на основі взаємної співпраці і взаємодопомоги виробничо-господарський зв’язок між виробниками продукції та її заготівельниками. Цей зв’язок виражається в наданні взаємовигідних виробничих і організаційно-фінансових послуг сторонами за договором контрактації.

В такому договорі повинні бути точно зафіксовані предмет договору (вид продукції), її кількість, якість, сторони, порядок і умови доставки, місце здачі продукції, права і обов’язки сторін, майнова відповідальність сторін за неналежне виконання договірних зобов’язань та ін.

***Договір франчайзингу***. *Франчайзинг* – це угода, за якої виробник або одноосібний розповсюджувач продукції або послуг, захищених товарним знаком, надає за певну плату ексклюзивні права на розповсюдження на певній території своєї продукції незалежним підприємцям (роздрібним торговцям) за умови дотримання технологій виробничих та обслуговуючих операцій.

Франчайзинг може поширюватись на будь-яку господарську діяльність, але найбільша кількість фірм, що працюють за цією системою, зосереджена у ресторанному бізнесі, роздрібній торгівлі продуктами, будівельній індустрії, автосервісі тощо.

Однією з головних причин швидкого поширення та успіху франчайзингу є поєднання глибоких знань, досвіду та стійкого фінансового стану франчайзера і франчайзі.

*Франчайзер* – це організатор справи, власник генеральної ліцензії, патенту, досвідчений постачальник необхідних продуктів, сировини, обладнання, технології, які необхідні для здійснення підприємницької діяльності.

*Франчайзі* – підприємець, менеджер, діяльність якого є повністю самостійною, але його підприємство функціонує не як відособлений суб’єкт, а як частина єдиного комплексу, об’єднаного франчайзером, який є власником нематеріальних активів підприємства франчайзі.

Правові та ділові взаємовідносини між суб’єктами франчайзингу визначаються *договором франчайзингу*. За цим договором франчайзер дає дозвіл франчайзі на використання розробленої ним системи ведення певної діяльності за винагороду на визначений строк або буз визначення строку. Договором передбачається використання франчайзі комплексу виключних

прав франчайзера, в тому числі права на фірмове найменування, комерційну інформацію, використання ділової репутації, комерційного досвіду тощо.

Договір франчайзингу може передбачати передачу частки прав з володіння, користування та розпорядження іншими об’єктами інтелектуальної власності – винаходами, корисними моделями, ноу-хау.

*Договором франчайзингу можуть бути передбачені обмеження прав сторін, зокрема:*

* франчайзер не має права надавати іншим особам аналогічні виключні права для їх використання на закріпленій франчайзі території та повинен утримуватись від власної аналогічної діяльності на цій території;
* франчайзі не повинен конкурувати з франчайзером на території дії договору франчайзингу стосовно підприємницької діяльності;
* франчайзі повинен відмовитись від одержання за договором франчайзингу аналогічних прав у конкурентів франчайзера;
* франчайзі повинен погоджувати з франчайзером місце розташування комерційних приміщень для їх використання при здійсненні наданих за договором виключних прав, а також їх внутрішнє і зовнішнє оформлення.

Як правило, франчайзингові договори є довгостроковими.

***Зовнішньоекономічний контракт*** – це письмово оформлена угода двох або більше суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності та їхніх іноземних контрагентів з приводу встановлення, зміни або припинення їхніх взаємних прав та обов’язків.

Договір укладається відповідно до Закону України „Про зовнішньоекономічну діяльність” та інших законів України з урахуванням міжнародних договорів України. Договір може бути визнаний недійсним у судовому порядку, якщо він не відповідає вимогам цих документів.

*Зовнішньоекономічний контракт повинен містити інформацію про*:

1. назву, номер контракту, дату і місце його укладення;
2. преамбулу;
3. предмет договору;
4. кількість та якість товару;
5. базисні умови поставки товарів;
6. ціну та загальну вартість контракту;
7. умови платежів;
8. умови приймання;
9. упаковку та маркування;
10. форс-мажорні обставини;
11. санкції та рекламації;
12. урегулювання спорів у судовому порядку;
13. місцезнаходження (місце проживання), поштові та платіжні реквізити сторін.

За домовленістю сторін у договорі можуть визначатись ***додаткові умови:*** страхування, гарантії якості, умови залучення агентів, перевізників, визначення норм навантаження (розвантаження), умови передачі технічної документації на

товар, збереження торгових марок, порядок сплати податків, митних зборів, захисні застереження та ін.

**5. Міжнародний бізнес, його суб’єкти, типи і види**

Можливість отримання певних вигод від міждержавних ділових стосунків реалізується шляхом провадження міжнародного бізнесу.

**Міжнародний бізнес** - *це реалізація міжнародних економічних відносин шляхом ділової взаємодії господарських суб’єктів різних країн з метою взаємовигідної співпраці, одержання прибутку та зміцнення ринкових позицій.* ***Суб’єктам міжнародного бізнесу*** обов’язково властиві внутрішні спонукальні мотиви, інтереси, цілі та здатність до їх реалізації у певній сфері міжнародної економічної діяльності. Такими мотивами можуть бути: доступ до нових джерел корисних копалин, сировини, ринків робочої сили, прагнення до

нових ринків збуту.

Відповідно до *ст.3 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (1991 р.),* до суб’єктів міжнародного бізнесу в Україні належать:

* ***фізичні особи:*** громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають громадянську дієздатність і правоздатність
* ***юридичні особи,*** які зареєстровані в Україні та мають на її території постійне місцезнаходження
* ***об’єднання фізичних, юридичних, фізичних та юридичних осіб,*** які не є юридичними особами згідно із законами України, але мають постійне місцезнаходження на території України
* ***структурні одиниці суб’єктів господарської діяльності іноземних держав:*** дочірні фірми, філії, відділення, представництва;
* ***спільні підприємства,*** які мають постійне місцезнаходження в Україні
* ***інші суб’єкти господарської діяльності****,*

передбачені законами України

#### Основними рисами міжнародного бізнесу є:

1. отримання прибутку в міжнародному бізнесі забезпечується за рахунок використання переваг виходу за межі національних кордонів;
2. підприємці прагнуть використовувати додаткові економічні можливості, які випливають із місткості, ресурсних особливостей зарубіжних ринків, правових особливостей зарубіжних країн, специфіки міждержавних взаємовідносин тощо;
3. міжнародний бізнес є різноваріантним в залежності від рівня його інтернаціоналізації: від разових поставок на зарубіжний ринок до розвинутої

структури транснаціональних компаній, які охоплюють десятки країн і сотні ринків;

1. міжнародний бізнес має доступ до пакету різноманітних

«інтернаціональних» бізнес-послуг: наукових, фінансових, транспортних, логістичних, підбору кадрів та ін., що дозволяє максимально реалізувати можливості в бізнесі;

1. урахування в бізнесі культурного фактору, тобто сукупності вимог і обмежень, які накладаються культурою даної країни на тих, хто веде в ній або з нею бізнес;
2. глобальний характер міжнародного бізнесу: світова система обміну діловою інформацією, світовий фінансовий ринок, глобальна структура технологічних нововведень і т. д.;
3. наявність в міжнародному бізнесі системи професійних знань принципово вищого рівня, ніж та, яка є в національному бізнесі;
4. міжнародний бізнес вбирає в себе все найкраще, що є у світовій бізнесовій практиці;
5. адаптація є головною стратегічною зброєю міжнародного бізнесу, а інформація - головним стратегічним ресурсом;
6. протилежно відмінна оцінка ситуації в будь-якій країні з точки зору міжнародного бізнесу, *наприклад*, негативні тенденції в економіці країни можуть бути оцінені як додаткові можливості з точки зору іноземної фірми.
7. міжнародний бізнес може відчувати підтримку своєї держави у боротьбі з конкурентами у багатьох прихованих формах.

Особливості здійснення міжнародної бізнесу дозволяють виділяти його певні типи і види.

Розрізняють два основні ***типи міжнародного бізнесу*** *-* ***приватний*** *і* ***державний****.* Таке виокремлення здійснюється на основі розмежування суб’єктів господарювання за *формою власності*. Зараз домінує тенденція до поступового збільшення частки приватного міжнародного бізнесу.

***Види міжнародного бізнесу*** розрізняють за галузево-технологічною і функціональною ознаками: промисловий, аграрний, агропромисловий, будівельний, торгівельний, транспортно-комунікаційний, фінансовий. Найбільш швидкими темпами розвиваються промисловий, торгівельний і фінансовий міжнародний бізнес.

Господарським Кодексом України ***зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД)*** *визначена як господарська діяльність, яка в процесі здійснення потребує перетинання митного кордону України майном суб’єктів господарювання та (або) робочою силою.*

Підприємство є основною ланкою зовнішньоекономічної діяльності, його вихід на міжнародний ринок призводить в цілому до позитивних моментів як для самого підприємства. так і для економіки держави в цілому.

*По-перше*, зовнішньоекономічна діяльність є суттєвим чинником додаткового стимулювання стабілізаційних процесів у національній економіці, кризові явища у ній в значній мірі можуть бути подолані завдяки використанню ефективних зовнішньоекономічних зв’язків.

*По-друге*, підприємства можуть гнучко реагувати на зміни зовнішньоекономічних чинників, оптимально мобілізувати певні виробничі ресурси з метою раціонального використання переваг зовнішньо - економічних зв’язків.

*По-третє*, в рамках міжнародного економічного співробітництва партнери з інших держав суттєво впливають на розвиток вітчизняного підприємства, підвищення його технічного і технологічного рівня.

*По-четверте,* підприємство, замкнуте лише на внутрішньому господарському комплексі, позбавлення здорової зовнішньої конкуренції, розвивається не надто ефективно.

#### Основних формами зовнішньоекономічної діяльності підприємств є:

**1.** *здійснення окремих зовнішньоекономічних операцій* - експортно-імпортних, лізингових, посередницьких, консультаційних і маркетингових послуг;

**2.** *міжнародна торгівля,* яка є специфічною формою обміну товарами і послугами різних країн; характеризується обсягом експорту-імпорту продукції, торгівельним балансом, зовнішньоторговельним оборотом, товарною та географічною структурою;

**3.** *промислова кооперація* - науково-технічна, виробнича, збутова, сервісна; може проявлятись в експорті продукції, яка репрезентує досягнення науково-технічного прогресу, кооперації країн у створенні нової техніки й технології з подальшим її впровадженням та використанням, модернізації об’єктів за участю закордонних партнерів, лізингу, технічному навчанні персоналу країн-імпортерів технологій, обміні передовим технічним досвідом, координації та кооперації наукових досліджень, технічній допомозі при опануванні нових виробництв, науково-технічній співпраці у галузі навчання та підвищення кваліфікації наукових кадрів, продаж ліцензій;

**4.** *організація спільного підприємства*, яка має високий рівень інтернаціоналізації і охоплює створення та функціонування спільних підприємств, ліцензування, управління за контрактом. *Спільне підприємництво* - досить розповсюджена форма зовнішньоекономічної діяльності. Окрім економічних вигод у вигляді отримання інвестицій або нових технологій, спільне підприємництво пом’якшує й політичні проблеми, бо країна, що вклала капітал в економіку іншої країни, буде зацікавлена у її стабільності. Найбільш розповсюдженими сферами діяльності спільних підприємств в Україні є промислове виробництво, будівництво, торгівля, туризм, посередницькі послуги.

**5.** *створення територіально - виробничих комплексів* з багатосторонніми міжнародними зв’язками (*наприклад,* прикордонна, прибережна торгівля, різні консорціуми, реалізація концесійних угод тощо).