

Основи правової бази розвитку підприємництва

Організація, заснування, функціонування і регулювання підприємницької діяльності в Україні

У основі господарювання будь-якого підприємства чи окремого підприємця, прийнятті підприємницького рішення лежить підприємницька ідея.

Підприємницька ідея – виявлений підприємцем інтерес, який має конкретні економічні параметри і форму.

У ідеї відбувається пряме поєднання інтересу підприємця і його контрагента (споживача, постачальника, конкурента тощо).

Підприємець виступає або пасивним, або активним ініціатором ідеї.

Пасивним він є тоді, коли ідея виникає незалежно від підприємця, як диспропорція ринку, тобто на основі потреб ринку. Підприємець лише “підхвачує” цю ідею і, виходячи з потреб і можливостей ринку та порівнюючи їх з власними можливостями, або приймає ідею, або відкидає її.

Активним він є тоді, коли самостійно створює ідею, обґрунтовує її та реалізує, виходячи перш за все із оцінки власних можливостей, а тільки потім – можливостей ринку. Підприємець “нав’язує” власну ідею ринку, змушуючи його її прийняти.

Кожна підприємницька ідея, щоб бути успішною, повинна ґрунтуватися на чотирьох параметрах:

- потребах ринку;
- здібностях підприємця;
- можливостях підприємства;
- умовах реалізації ідеї.

Якщо у комбінації цих складових присутні певні особливості, притаманні лише даному підприємцю, то ідея матиме тривалий успіх (імідж підприємця, кваліфікований персонал, технологія тощо).

Основними джерелами підприємницьких ідей є:

- ринкові дослідження;
- споживачі;
- персонал, постачальники;
- спостереження за схожими товарами та послугами;
- фундаментальні та прикладні дослідження;
- засоби масових комунікацій.

Для пошуку підприємницьких ідей використовують наступні групи методів:

- методи індивідуального пошуку (аналогії, інверсії, ідеалізації);
- методи групового пошуку (“мозкового штурму”, конференції ідей, колективного блокноту);
- методи активізації пошуку (контрольних запитань, фокальних об’єктів, морфологічного аналізу).

У своїй діяльності підприємець накопичує, відбирає та оцінює ідеї. **Процес накопичення ідей** – це процес пошуку і формування певної сукупності ідей як результату аналізу підприємницького середовища. Процес відбору ідей – це процес “відсіювання” зайвих ідей за різними критеріями залежно від конкретної ситуації. На цьому етапі залишаються ідеї, які реально можуть бути реалізовані підприємцем. Результатом є формування банку підприємницьких ідей – накопичених ідей, які могли б скласти предмет діяльності підприємця. Процес оцінки ідей – це процес порівняльного аналізу на основі певних параметрів кількох ідей перед остаточним прийняттям рішення щодо вирішення конкретної проблеми.

Загальні умови створення підприємства

Загальні умови створення підприємства передбачають дотримання відповідного регламенту.

Регламент створення підприємства – це порядок, за яким підприємець обдумує, створює та реєструє підприємство.

Процеси створення, реєстрації, функціонування, управління та ліквідації підприємств регулюються наступними нормативними актами:

- Господарський кодекс;
- Закон України “Про господарські товариства”;
- Закон України “Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців”;
- іншими нормативними актами.

Не залежно від способу утворення регламент (послідовність) створення підприємства буде однаковим і повинен містити таку послідовність:

- пошук бізнес-ідеї, її обґрунтування, підбір “команди” (партнерів);
- пошук та визначення обсягів та джерел фінансування підприємства;
- побудова плану діяльності (бізнес-плану);
- Державна реєстрація підприємства.

Поняття бізнес-ідеї (підприємницької ідеї), її структури, методів пошуку, обґрунтування, джерел пошуку та принципів відбору було розглянуто у попередньому питанні даної теми.

Відбираючи та обґрунтовуючи ідею підприємця насамперед виходить із власних інтересів, обирає відповідне господарське поле своєї діяльності та визначає ринкову стратегію (концепцію) майбутнього (або діючого) підприємства.

Коли ідея обґрунтована, підібрана команда однодумців по її реалізації, постає необхідність визначення джерел фінансування бізнесу. Не зважаючи на наявність широких кредитних та інших можливостей 90% всіх підприємців починають із самостійного фінансування або родичами або друзями, і лише 10% стартового капіталу має банківське або інвестиційне

походження.

Відповідно виділяють два джерела фінансування підприємства:

- внутрішні джерела – джерела надходження коштів, пов'язані із самим підприємцем та результатами його діяльності у минулому (власний капітал підприємця, його батьків, друзів, родичів тощо);
- зовнішні джерела – джерела надходження коштів від не пов'язаних із підприємцем власників фінансових ресурсів (банківські кредити, кошти інших підприємств, державне фінансування тощо).

Кожне із джерел має свої переваги і недоліки і при виборі необхідно скласти собі певний перелік критеріїв за наступними напрямками:

- сума коштів; - терміни її збору (як швидко потрібні кошти);
- відсоткові ставки; - умови отримання, обслуговування та повернення.

При диференціації джерел фінансування підприємства слід чітко визначити оптимальне їх співвідношення.

У випадках, коли для створення і діяльності підприємства потрібні природні ресурси, дозвіл на їх використання видається відповідними державними органами за передбаченою законодавством процедурою за погодженням із екологічними інституціями.

Підприємству може бути передана у власність або надана у користування, в тому числі на умовах оренди, земельна ділянка в порядку, визначеному законодавством.

Підприємство набуває прав юридичної особи від дня його державної реєстрації, тобто отримання свідоцтва про реєстрацію.

Джерела

- [Тема 3. Організація, заснування і функціонування підприємницької діяльності в Україні. Лекція №4.](#)

From:

<https://library.vpuhukhiv.com.ua/> - Вікі Глухівського ВПУ

Permanent link:

https://library.vpuhukhiv.com.ua/subjects:basic:technology:business:tech_entrepreneurship_002

Last update: **23.12.2022 20:41**

