



Підручник

# ГАЛУЗЕВЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО



ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МОРСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ

---

# ГАЛУЗЕВЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО

Підручник



УДК 334.716+65(075.8)  
Г 16

DOI: 10.36059/978-617-521-024-6

Друкується за рішенням Вченої Ради Одеського національного морського університету. Протокол № 4 від 26 жовтня 2022 року

*Рецензенти:*

Ірина ГОЛУБКОВА – докторка економічних наук, професорка, завідувачка кафедри економічної теорії та підприємництва на морському транспорті Національного університету «Одеська морська академія»;

Людмила ТРАНЧЕНКО – докторка економічних наук, професорка, завідувачка кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва;

Олександр БАЛОГ – кандидат економічних наук, Ph.D, начальник відділу з франчайзингу Південного регіону компанії ТОВ «Інвіво Клініка», бізнес-тренер, консультант

Підручник підготовлений професорсько-викладацьким складом кафедри підприємництва та туризму Одеського національного морського університету:

Ірина Савельєва – д.е.н., проф. керівник авторського колективу (вступ, підрозділи 2.6, 3.1–3.2, 4.6–4.7);

Олексій Котлубай – д.е.н., проф. (підрозділ 2.6–2.8, підрозділи 4.1–4.6);

Марина Балджи – д.е.н., проф. (розділ 5);

Наталія Гребенник – к.е.н., доц. (розділ 1);

Андрій Іванов – к.е.н., доц. (розділ 6);

Марина Матвієнко – к.е.н., доц. (підрозділи 2.4, 3.6);

Юлія Наврозова – к.е.н., доц. (підрозділи 3.1–3.5, 4.7);

Вероніка Щербина – к.е.н., доц. (підрозділи 2.1–2.3, 2.5);

Олена Пустовит – ст. викладач (розділ 1)

**Галузеве підприємництво** : підручник / за ред. д.е.н., проф.

Г 16 І. В. Савельєвої. Суми : Університетська книга, 2022. 486 с.

ISBN 978-617-521-024-6

**УДК 334.716+65(075.8)**

ISBN 978-617-521-024-6

© Колектив авторів, 2022

© ПФ «Видавництво “Університетська книга”», 2022

# ЗМІСТ

<b>Розділ 1 Основи підприємництва</b>	<b>8</b>
1.2. Види та форми підприємництва	17
1.3. Організація та розвиток власної справи	32
1.4. Бізнес-планування та розробка бізнес-моделі	37
1.5. Характеристика малого підприємництва	47
1.6. Ризики у підприємницькій діяльності	55
1.7. Оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності	65
1.8. Система підтримки та розвитку підприємництва	72
Питання для самоперевірки	82
Тести	84
Список використаних джерел	90
<b>Розділ 2 Основи організації підприємницької діяльності у торговельному судноплаванні</b>	<b>93</b>
2.1. Форми організації підприємницької діяльності у судноплаванні	93
2.3. Витрати і собівартість морських перевезень	100
2.4. Експлуатаційні доходи та прибуток судноплавних компаній	112
2.5. Ціноутворення в судноплаванні	123
2.6. Форми інтеграції в судноплаванні	136
2.7. Реєстрація суден як правовий режим міжнародного судноплавства	145
2.7. Сучасні трансформації фінансово-економічних інструментів забезпечення діяльності національного судноплавного підприємництва	162
2.8. Передумови розвитку судноплавного підприємництва в Україні	178
Питання для самоперевірки	189
Тести	190
Список використаних джерел	194
<b>Розділ 3 Організація портового бізнесу</b>	<b>196</b>
3.1. Особливості та форми підприємницької діяльності в портовій сфері	196
3.2. Управління діяльністю підприємств портової галузі	207
3.3. Організаційні структури управління підприємствами портової діяльності	216
3.4. Ресурсне забезпечення діяльності підприємств портової сфери	226

3.5. Формування доходів, витрат та собівартості продукції підприємства портової діяльності	245
3.6. Інвестиційна діяльність в морських портах	265
Питання для самоперевірки	282
Тести	284
Список використаних джерел	288
<b>Розділ 4 Сервісна діяльність на морському транспорті</b>	<b>291</b>
4.1. Поняття сервісної діяльності	291
4.2. Організація експедирування вантажів	299
4.3. Загальні умови транспортної експедиції	305
4.4. Агентування морських суден	322
4.5. Судновий менеджмент та фрахтове посередництво	330
4.6. Інтермодальні та мультимодальні перевезення	344
4.7. Крюїнгова діяльність	364
Питання для самоперевірки	371
Тести	372
Список використаних джерел	373
<b>Розділ 5 Організація туристичного бізнесу</b>	<b>374</b>
5.1. Особливості підприємницької діяльності в туризмі	374
5.2. Види та форми підприємницької діяльності в туризмі	379
5.3. Туристичне підприємство	382
5.4. Суб'єкти підприємницької діяльності в туризмі	385
5.5. Організація власної справи. Оподаткування суб'єктів туристичної діяльності	391
5.6. Бізнес-планування в діяльності туристичних підприємств	397
5.7. Ризики у туристичному бізнесі	402
5.8. Система підтримки та розвитку підприємництва в туризмі	413
Питання для самоперевірки	420
Тести	421
Список використаних джерел	423
<b>Розділ 6 Організація готельно-ресторанного бізнесу</b>	<b>425</b>
6.1. Готельно-ресторанний бізнес як вид підприємницької діяльності	425
6.2. Основні напрямки державного регулювання діяльності підприємств готельного та ресторанного господарства в Україні	432
6.3. Економіко-правові засади функціонування підприємств сфери готельно-ресторанного бізнесу на ринку України	443
Питання для самоперевірки	476
Тести	479
Список використаних джерел	483

## ВСТУП

XXI століття – це століття передових технологій та високих швидкостей у всіх сферах життя та діяльності людини. Навколишнє середовище стає вразливим під впливом багатьох техногенних факторів. Хмарні технології забезпечують створення глобальних бізнес-можливостей за умов обмежених капітальних вкладень. Підприємство XXI століття шукає стійкі методи ведення бізнесу, які збільшують прибуток і є ключем до довгострокової життєздатності бізнесу, а не до збільшення витрат. Якщо компанія розраховує вижити і зростати, їй потрібна постійна творчість, щоб диференціюватися, підвищувати цінність та створювати конкурентні переваги. Тому бізнес-організаціям потрібні постійні інновації, швидке реагування та творчий людський таланти. Саме за таких умов розвивається на сьогоднішній день підприємництво у транспортному секторі.

Швидке зростання світової торгівлі за останній час обумовило реструктуризацію світової морської індустрії, що призвело до нових розробок, дерегулювання, лібералізації та посилення конкуренції. Відбулися кардинальні зміни у режимі світової торгівлі та перевезеннях вантажів, що характеризуються переважанням міжкорпоративних та інтегрованих ланцюгів поставок. Ці зміни знайшли своє втілення в попиті на логістичні послуги з доданою вартістю та інтеграції різних видів транспорту в інтермодальні або мультимодальні транспортні системи.

Як наслідок, стабільність транспортного бізнесу та стійкість галузі в цілому багато в чому залежать від того, наскільки добре вони адаптуються до такого динамічного середовища. Слід підкреслити, що в цьому процесі першочергове значення має кадровий потенціал підприємства, його навички та вміння, розуміння принципів підприємництва нової ери.

Підприємництво завжди було тісно пов'язане з поняттями ініціативи та дії. Підприємницьку підготовку чи освіту не слід плутати з бізнес- чи економічними дослідженнями чи навіть із корпоративними дослідженнями, оскільки основним напрямком

підприємництва є сприяння творчості, інноваціям та самозайнятості у різних сферах економіки. Підприємництво реалізується на практиці через такі якості, як здатність до трансформаційних змін, здатність експериментувати з власними ідеями та здатність бути гнучким і швидко реагувати. Підприємництво передбачає розвиток як особистих якостей, так і соціальних цінностей, які характеризуються відповідальністю, відданістю, зусиллями, самовідданістю, наполегливістю та сильною трудовою етикою.

Бути підприємцем у XXI столітті — складне і захоплююче завдання. Це пов'язано з тим, що світ зростає і змінюється так швидко, що від підприємців вимагаються інноваційні навички мислення, щоб залишатися попереду своїх конкурентів.

Творчий колектив кафедри «Підприємництво та туризм» Одеського національного морського університету підготував підручник, який дає чітке уявлення про структуру та основні принципи роботи світової морської транспортної галузі, про особливості ведення бізнесу в туристичній та готельно-ресторанній сферах. Підручник складений таким чином, що дає можливість кожному, хто хоче присвятити себе підприємництву в транспортній та туристичній сферах, уявити себе сутність та основні риси підприємництва, принципи ефективного функціонування кожного виду транспортного бізнесу, а також туристичного і готельно-ресторанного.

Підручник «Галузеве підприємництво» у повній мірі відповідає вимогам до навчальних видань для студентів, які навчаються у вищих закладах освіти та може бути рекомендований до друку і використання в процесі вивчення дисциплін «Основи підприємництва, торгівлі та біржової діяльності», «Основи морського бізнесу», «Підприємництво», «Організація підприємницької діяльності в туризмі», «Організація готельного бізнесу», «Організація ресторанного бізнесу», «Підприємницька діяльність в портовій сфері», «Підприємницька діяльність в сфері морських перевезень», «Підприємницька діяльність на водному транспорті».

Підручник складається із шести розділів, які у повній мірі, послідовно відображають: основи підприємництва, основи організації підприємницької діяльності у торговельному судноплаванні, особливості організації портового бізнесу, сервісної діяльності на морському транспорті, туристичного бізнесу та готельно-ресторанного бізнесу.

Кожен розділ підручника включає перелік основних теоретичних питань з теми, структурований виклад навчальної інформації, питання для самоперевірки, тести та список використаних джерел. Концепція підручника «Галузеве підприємництво» побудована в намаганні авторів відобразити специфіку ведення судноплавного, портового, транспортно-експедиторського, агентського, круїнгового, туристичного та готельного бізнесу в сучасних умовах.

Підручник можна використовувати в якості дорожньої карти для широкого спектру зацікавлених сторін. Зацікавлені сторони галузі можуть використовувати його, щоб перевірити узгодженість власних стратегій. Дослідники можуть використовувати його, щоб передбачити питання, які можуть бути особливо актуальними протягом наступного десятиліття. Розробники технологій можуть використовувати його для порівняння своїх власних очікувань щодо розвитку технологій. Загалом, ця дорожня карта може стати відправною точкою для обговорення усіма зацікавленими сторонами шляху руху в майбутнє.



## Основи підприємництва

---

Підприємницька діяльність є основою економічного і соціального розвитку країни, інструментом вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян. Розвиток України у сучасному світі нерозривно пов'язаний із модернізацією її економіки. Як свідчить світовий досвід, важливою складовою зміцнення конкурентоспроможності економіки країни є підприємництво.

Сьогодні саме з підприємництвом країна пов'язує надію на швидкі позитивні структурні зміни в економіці, вихід з кризи та створення умов для розширення впровадження ринкових реформ

Підприємництво, в свою чергу, є складним, різнобічним, соціальним явищем, в якому переплітаються майже всі елементи господарської практики. Як економічна категорія підприємництво втілює у собі економічні відносини суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм та форм власності, які приймають участь в ринкових процесах. На поверховому рівні економічних відносин підприємництво виступає як метод господарювання. Принцип його дії передбачає, перш за все, широке використання економічних інтересів. Саме вони відіграють роль рушійної сили підприємницької діяльності та виступають основою господарського механізму, який створюється для реалізації цього явища.

Як тип мислення підприємництво спирається на реалізацію ділового типу мислення як творчого процесу у господарському житті. Цю рису дуже часто порівнюють з талантом, яким володіють не більше 2-3 % людей. Підприємливість, в першу чергу, передбачає ініціативність, творчий інноваційний тим мислення, сміливість,

винахідливість, здатність ризикувати під час розв'язання господарських рішень.

Різноманітність у характеристиці підприємницької діяльності у сучасних умовах її розвитку в Україні є виправданою і пояснює, чому в економічній літературі існує багато різних формулювань поняття «підприємництво» та «підприємець».

Еволюція поглядів на економічну сутність підприємництва та особистість підприємця наведена у табл. 1.1 [1].

На наш погляд найбільш вдалим є наступне визначення: **підприємництво** – це діяльність, яка пов'язана з вкладанням коштів та інших засобів з метою отримання прибутку на підставі сполучення особистої вигоди і суспільної користі.

Підприємницька діяльність в Україні регулюється Господарським кодексом України, відповідно до якого «**підприємництво** – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, яка здійснюється суб'єктам господарювання з метою досягнення економічних, соціальних результатів і отримання прибутку».

При цьому слід відрізнити підприємництво (комерційну господарську діяльність) від некомерційної господарської діяльності, основною ознакою якої є відсутність цільової спрямованості на отримання прибутку. Однак відсутність мети отримання прибутку не виключає її отримання некомерційними суб'єктами господарювання. Відмінність міститься у порядку використання цього прибутку. Некомерційним суб'єктам господарювання заборонено розподіляти чистий прибуток від господарської діяльності між окремими особами (засновниками, посадовими особами і інш.), які можуть використати його для власного збагачення. Прибуток від діяльності некомерційної організації може бути використаний лише на розвиток цієї організації.

До суб'єктів некомерційної господарської діяльності відносяться:

- 1) установи, організації, створені органами державної влади України, що утримуються за кошти відповідних бюджетів;
- 2) установи, організації, створені органами місцевого самоврядування, що утримуються за кошти відповідних бюджетів;
- 3) кредитні спілки;
- 4) благодійні фонди і благодійні організації;

Таблиця 1.1. Еволюція поглядів на економічну сутність підприємництва та особистість підприємця

Науковий підхід	Автор	Внесок до теорії підприємництва
Традиційний підхід	Адам Сміт	Розглядав підприємця як власника і організатора економічного процесу. Згідно з його теорією, підприємці є ключовими фігурами на ринку вільної конкуренції, їх суперництво веде до скорочення витрат, зниження цін, впровадження передових технологій. Підприємці за Смітом є в певній мірі агентами прогресу соціально- економічної системи.
	Давид Рікардо	Відводив підприємцю роль капіталіста-інвестора, розглядаючи його як одного з двох суспільних класів – класу капіталістів.
	Жан-Батист Сей	Відводив підприємництву важливу роль у теорії виробництва і споживання. Головна функція підприємця полягає в правильній координації факторів виробництва. У трактуванні Сей дохід підприємця вважається залишковим. Підприємець уособлює попит на ринку факторів виробництва і, отже, виплачує кожному з них свою частку. Те, що залишилося після цього, і становить його дохід. В цілому, у Сей підприємець ближче до менеджера і відрізняється від капіталіста.
	Карл Маркс	Спираючись на теорію А. Сміта, бачив у підприємці капіталіста, що направляє свій капітал на створення додаткової вартості і експлуатує робітничий клас. Маркс ототожнював поняття «капіталіст» і «підприємець».
Маржиналістський підхід	Леон Вальрас	За його думкою, дохід підприємця у моделі економічної рівноваги обмежується компенсацією відсотка на капітал, рентою за використувані природні ресурси і заробітною платою за управління. Тобто підприємець в цілому не має ні прибутків, ні збитків. Більш високий прибуток може бути лише наслідком нерівноваги ринку.
	Альфред Маршалл	Здійснив аналіз причин походження надприбутку. Виділив два джерела його виникнення: рента за особисті якості (плата за винаткові підприємницькі здібності) і квазірента (дохід підприємця від використання ряду переваг, що з'являються в короткостроковому періоді через незмінності пропозиції капіталу).

## Продовження таблиці 1.1

Науковий підхід	Автор	Внесок до теорії підприємництва
Підприємництво як дії в умовах невизначеності	Річард Кантільон Людвіг фон Мізес	Першим зв'язав підприємницьку діяльність з ситуацією ринкової невизначеності. Вперше ввів в науковий обіг термін «підприємець», позначивши ім людину, що займається певною діяльністю, не завжди пов'язаною з вкладенням капіталу і спрямовану на прийняття рішень в умовах невизначеності. Приділяв особливу увагу проблемі невизначеності У економічній діяльності, у тому числі і у підприємницькому процесі. У своїй роботі «Людська діяльність. Трактат з економічної теорії» (1940 р), виділяє два типи ймовірностей: ймовірність класу, яка піддається раціональному розрахунку, і ймовірність події, яку неможливо прогнозувати. На його думку, підприємець має справу саме з ймовірністю події, а тому його діяльність завжди пов'язана з ризиками, що не піддаються розрахунку. Прибуток або збиток підприємця – це не продукт капіталу, а продукт ідеї, втіленої в цьому капіталі. Невдала ідея завжди веде до збитків, незважаючи на витрати капіталу.
	Ізраел Кірцнер	Створив повнішу теорію підприємницького поведінки. Вважав, що підприємцем є людина, яка вміє сприймати ринкову інформацію як невизначену, схильну до змін у певній ситуації. А тому функція підприємця полягає у пошуку таких ситуацій і використанні їх з вигодою для себе. Підприємцем є і спекулянт, який може придбати товар за низькою ціною, а продати за вищою, і виробник, який грає на різниці між ціною ресурсів і ціною готового продукту.
	Йозеф фон Тюнен	Акцентував увагу на аналізі самого поняття невизначеності та його відмінності від поняття ризику. Дохід підприємця, по Тюнену, пов'язаний не просто з ризиком, а з ризиком непередбачуваним, незліченим, від якого не можна застрахуватися.
	Френк Найт	Вважав, що підприємництво є прогнозуванням майбутнього. Змінив стандартні уявлення про сутність підприємницького прибутку.
Підприємництво як новаторство	Йозеф Шумпетер	Є автором теорії підприємництва, згідно з якою невизначеність – це основна характеристика підприємництва та джерело підприємницького прибутку. Тому підприємництво як дія в умовах невизначеності проявляється тільки в діяльності, пов'язаної з нововведеннями. Саме тут наслідки рішень невідомі, в силу своєї інноваційності.

- 5) громадські організації, створені з метою провадження екологічної, оздоровчої, аматорської, спортивної, культурної, освітньої та наукової діяльності;
- 6) творчі спілки;
- 7) політичні партії; 8) науково-дослідні установи;
- 9) вищі навчальні заклади III—IV рівнів акредитації, внесені до Державного реєстру наукових установ, яким надається підтримка держави.

Головною фігурою в підприємництві є підприємець, серед основних характерних рис якого є новаторство та здатність до ризику. **Підприємець** – суб'єкт, що поєднує в собі новаторські, комерційні й організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів і методів виробництва, нових благ та їх нових якостей, нових сфер застосування капіталу.

До **важливих характерних рис підприємництва** слід віднести такі (рис. 1.1):

- *самостійність та незалежність господарюючих суб'єктів* – будь-який підприємець вільний в прийнятті рішення в межах законодавства;
- *економічна зацікавленість* – доходи та прибуток залежать, в першу чергу, від ефективності роботи підприємця: чим краще працюєш, тим більше отримуєш прибутку.
- *господарський ризик та відповідальність* – за будь-яких перевірених розрахунків невизначеність і ризик залишаються, та за всі свої рішення потрібно нести відповідальність;
- *ініціативність* – обов'язкова риса успішного підприємця, яка міститься у прийнятті нестандартних рішень щодо розв'язання проблем, які виникають під час здійснення підприємницької діяльності. постійно в підприємницькій діяльності;
- *новаторство* – уміння підприємця в необхідний момент впроваджувати в практичну діяльність найбільш економічно доцільні існуючі інноваційні розробки. Це не вимагає від кожного підприємця самостійно здійснювати пошук та розробляти інноваційні продукти.

Перелічені важливіші ознаки підприємництва взаємопов'язані і діють одночасно.



Рис. 1.1. Важливіші характерні риси підприємництва

Структура підприємницького середовища і фактори, які впливають на його формування, свідчать, що для формування підприємства як в окремих країнах, так і в окремих галузях, необхідні певні умови, які можна поділити на три групи: економічні, соціальні і правові (рис. 1.2). Розглянемо ці умови для підприємств морського транспорту.

**Економічні умови** – це, в першу чергу, обсяг та структура пропозиції продукції (робіт, послуг) та попит на них; види робіт та послуг, які можуть отримати учасники ринку транспортних послуг, а також їх якість та відповідність сучасним умовам господарювання; обсяги грошових коштів, які обертаються на ринку; надлишок або нестача



Рис. 1.2. Умови, які формують підприємницьку середу

робочих місць, робочої сили, що впливає на рівень заробітної плати працівників; якісні вимоги до робочої сили.

На економічні умови суттєво впливає наявність та доступність грошових ресурсів, рівень доходів на інвестований капітал, а також розмір запозичених коштів, які можуть залучити підприємці для фінансування своїх проектів і які готові надати їм кредитно-фінансові установи.

Створення економічних умов для розвитку підприємництва в морській галузі України вимагає прийняття комплексу заходів, які пов'язані з:

- удосконаленням з врахуванням світового досвіду та у відповідності до світових тенденцій розвитку ринку транспортних послуг української нормативно-правової бази, яка регламентує діяльність підприємств морського транспорту;
- активізацією процесів залучення приватного капіталу в портову діяльність та створення рівних умов для державних та приватних портових операторів;
- чіткє, стандартизоване для усіх морських портів розділення державних (адміністративних) та господарських (комерційних) функцій в морських торговельних портах;
- сприяння розвитку малого та середнього підприємництва в певних сферах галузі (сервісне берегове обслуговування, допоміжні виробництва, тощо);
- реформа фінансово-кредитної системи і системи ціноутворення на продукцію та послуги підприємств морського транспорту, особливо в морських торговельних портах;
- впровадженням і розповсюдженням сучасних форм співробітництва суб'єктів господарювання різних галузей, які функціонують в на однієї території;
- створенням ефективної системи взаємодії підприємств морського транспорту з науковими та навчальними установами та з органами центральної ті місцевої влади.

Економічні умови формують багаточисельні різноманітні організації, які створюють інфраструктуру ринку транспортних послуг, за допомогою якої підприємці можуть встановлювати ділові взаємовідносини та здійснювати комерційні операції. Це:

- банки та інші фінансові установи – надання фінансових послуг;

- постачальники – забезпечення сировиною, матеріалами, паливом, енергією, машинами та обладнанням, інструментами тощо;
- спеціалізовані фірми та установи – надання юридичних, аудиторських, бухгалтерських, ІТ-послуг та посередницьких спеціалізованих послуг;
- агентства з працевлаштування, крьюінгові компанії – надання допомоги в наборі персоналу підприємств, набір екіпажів для роботи на суднах;
- навчальні заклади – підготовка та перепідготовка працівників для роботи на підприємствах галузі, підвищення кваліфікації працівників підприємства;
- інші агентства – маркетингові, рекламні, страхові тощо.

Впритул до економічних примикають **соціальні умови** формування підприємництва. Перш за все, це намагання споживачів отримувати продукцію (роботи, послуги), що відповідають їх потребам (наприклад, вже звичне для всього цивілізованого світу очікування вантажовласників отримати доставку свого товару в точно обумовлений термін «just in time»). З діджиталізацією усіх сфер господарювання, очікування клієнтів змінюються у бік зростання: вимога стеження за знаходження вантажу у режимі реального часу, вибір судна для перевезення вантажу за допомогою автоматизованого рішення для миттєвого зіставлення вантажу з судном і пошуку рішень для доставки з використання штучного інтелекту тощо.

Соціальні умови передбачають зростання добробуту суспільства. Підприємцям не вигідна бідність, тому що вона скорочує коло споживачів і внаслідок цього потенційний дохід. Підприємцям не потрібні крайні політичні течії, тому що прихід до влади їх представників може дестабілізувати економічний і політичний стан в країні, що може поставити під загрозу право володіння власністю. Розвитку підприємництва перешкоджає зрощування інтересів державних службовців і великого капіталу, корупція та інші негативні явища у сфері державного управління. Тому, підприємництво опосередковано сприяє розвитку суспільства.

Соціальні умови формуються під впливом соціокультурного середовища, яке формується під впливом історично створеного рівня духовної і матеріальної культури, тобто всього того, що визначає образ життя людей, культурні традиції і особливості.



Соціокультурне середовище визначає мотивацію ринкової поведінки окремих груп населення, впливає на формування суспільних потреб. В свою чергу соціопсихологічне середовище базується на врахуванні демографічних факторів, міграції населення, рівня їх освіти та кваліфікації.

Соціальні умови впливають на відношення працівників до роботи, що, в свою чергу, впливає на їх відношення до умов праці, соціальних гарантій та розміру заробітної плати, що пропонуються підприємцями, які приймають участь у вирішенні соціальних питань трудової діяльності своїх співробітників, охорони їх здоров'я, збереження робочих місць тощо.

Будь-яка підприємницька діяльність здійснюється в межах відповідного правового середовища. Тому велике значення має створення необхідних **правових умов**. Це, в першу чергу:

- наявність законів, які регулюють підприємницьку діяльність та створюють найбільш сприятливі умови для розвитку підприємництва, як в країні, так і в окремих галузях;
- спрощена, а бажано онлайн процедура держаної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності;
- спрощена процедура ліквідації суб'єктів підприємницької діяльності. Зараз вона значно складніше, ніж процедура реєстрації;
- захист підприємців від державного та галузевого бюрократизму;
- орієнтування податкового законодавства в напрямку спрощення, прозорості та стабільності.

В Україні існує багато законодавчих актів, які призначені регулювати підприємницьку діяльність, але законодавча база України є одним з основних факторів, який гальмує розвиток підприємницької діяльності. До основних ознак законодавчої бази України можна віднести:

- багаточисельність законів, деякі положення яких часто суперечать один одному;
- мінливість, тобто часті зміни основних положень нормативних актів відіграють дестабілізаційну роль в ефективному розвитку підприємництва в галузі;
- неточність формулювань в законодавчих документах;
- відсутність контролю виконання.

## 1.2. Види та форми підприємництва

Існує багато класифікацій підприємницької діяльності. Розглянемо класифікацію за двома ознаками (рис. 1.3):

**1) за видом або призначенням:** виробниче, комерційне, фінансове, консультативне і інноваційне підприємництво. Всі ці види можуть функціонувати самостійно або об'єднані в межах одного підприємства.

**2) за формою підприємництва:**

- *організаційно-правові:* одноособове володіння, товариства (партнерства), виробничі кооперативи, комунальні та державні підприємства.
- *організаційно-економічні:* асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, синдикати, картелі, трести, промислово-фінансові групи, холдинги, кластери тощо.

**1. Виробниче підприємництво.** Всі види підприємницької діяльності між собою тісно пов'язані, доповнюють один одного. При цьому пріоритет належить віддати виробничому підприємству, яке визначає розвиток всіх видів підприємницької діяльності і є найбільш складним.

Виробниче підприємництво – це процес господарювання, який пов'язаний з виробництвом продукції, виконання робіт і надання послуг, що здійснюється у сфері матеріального виробництва. Воно класифікується залежно від галузі господарської діяльності на промислове, будівельне, сільськогосподарське тощо. Відповідно виділяють підприємництво за підгалузями.

На морському транспорті виробниче підприємництво здійснюють стивідорні та судноплавні компанії, підприємства сервісної діяльності та інші.

Стивідорна діяльність – це діяльність суб'єкта господарської діяльності з навантаження – розвантаження суден у морському торговельному порту, яка спрямована на одержання доходу в грошовій або іншій формі.

Відповідно до законодавства «портовий оператор (стивідорна компанія) – це суб'єкт господарювання, що здійснює експлуатацію морського терміналу, проводить вантажно-розвантажувальні роботи, обслуговування та зберігання вантажів, обслуговування



Рис. 1.3. Види та форми підприємництва

суден і пасажирів, а також інші пов'язані з цим види господарської діяльності».

В країнах із централізованим управлінням портами найбільш широке поширення одержали державні стивідорні компанії. Приватні й змішані компанії домінують у країнах з ринковою економікою. В Україні останні роки за обсягами вантажопереробки домінували саме приватні стивідорні компанії.

Дуже часто стивідорні компанії створюються з ініціативи судновласників або вантажовласників, щоб забезпечити найбільш сприятливі умови навантаження й розвантаження суден. Іноді в стивідорний бізнес намагаються інвестувати засоби агентські або експедиторські компанії, подібно тому, як стивідорні компанії вкладають кошти в агентський і експедиторський бізнес. Таке переплетення інтересів є досить вигідним як для агентів і експедиторів, які представляють інтереси перевізника або вантажовласника, так і для стивідорних компаній, які зацікавлені у зміцненні своєї вантажної бази.

Іншим сектором виробничого підприємництва на морському транспорті є діяльність *судноплавних компаній*, основним видом діяльності яких є перевезення вантажів. Більшість судноплавних компаній у світі є приватними. Найбільш розповсюдженою організаційно-правовою формою є акціонерне товариство, що дозволяє залучити значні фінансові кошти.

Необхідним елементом підприємницького середовища морського транспорту є *посередники*, до складу яких слід віднести експедиторів, морських агентів, кріюінги, шипчендлерів тощо. Зараз сфера сервісної діяльності на морському транспорті залучає багатьох заповзятливих людей і є однією із сфер підприємницької діяльності на морському транспорті, що дуже динамічно розвивається.

Регулярний попит на посередницькі послуги в області морських перевезень та їх обслуговування стимулює підприємницьку діяльність на морському транспорті. У той же час це сприяє розвитку конкуренції між підприємствами даного виду діяльності, що веде до зростання якості та збільшення номенклатури робіт та послуг.

**2. Комерційне підприємництво.** Поле діяльності комерційного підприємництва виступають товарні біржі та торговельні організації.

*Товарні біржі* – це різновид оптового товарного ринку без попереднього огляду покупцем зразків та заздалегідь встановлених мінімальних партій товарів. На товарній біржі добровільно об'єднуються комерційні посередники та їх службовці для проведення торговельних операцій за спільно розробленими правилами, яких всі додержуються.

*Мета товарної біржі* – створити механізм управління вільною конкуренцією та з її допомогою і з врахуванням змін попиту та пропозиції виявити реальні ринкові ціни. Товарна біржа – найбільш розвинута форма регулярного оптового ринку масових товарів (зерно, вугілля, метал, нафта, ліс тощо).

На товарних біржах широко розповсюджено укладання угод за так званими ф'ючерсними контрактами, які передбачають виплату грошової суми за товар через певний термін після укладання угоди за ціною, що встановлена у контракті, незважаючи на можливість зміни цін на момент платежу.

Товарні біржі виконують наступні *основні функції*:

- надання посередницьких послуг з укладання торговельних угод;
- упорядкування товарної торгівлі, регулювання торговельних операцій та вирішення торговельних суперечок;
- збирання та публікація відомостей щодо цін, стану виробництва та інших чинників, що впливають на ціни.

Більшу частину обороту товарних бірж складають угоди не з наявним товаром (так звані касові угоди), а угоди з майбутнім товаром або за договорами постачання (термінові угоди).

Товарні біржі можуть бути як закритими, так і відкритими. В торгах на закритих біржах можуть приймати участь тільки брокери – біржові посередники, що виступають зв'язуючою ланкою між покупцем та продавцем. В торгах на відкритих біржах приймають участь також відвідувачі.

Підприємницька діяльність у сфері морських перевезень безпосередньо пов'язана з різновидом такої товарної біржі як фрахтова. Значна кількість операцій з продажу продукції та послуг морського транспорту здійснюється на фрахтових біржах.

Торгівля продукцією морського транспорту на фрахтовому ринку звичайно здійснюється шляхом котирувань вантажів або вільного тоннажу.

*Фрахтова біржа* – постійно діючий ринок тоннажу, які фрахтуються. Фрахтова біржа є місцем концентрації інформація про:

- попит на тоннаж і його пропозицію;
- рівень фрахтових ставок;
- умови договору щодо фрахтування, тощо.

Довгий час для океанського тоннажу центром фрахтового ринку був Лондон, що відповідало домінуючій ролі англійського торговельного флоту у світовому судноплаванні. Котирування Лондонської біржі були вирішальними для інших місцевих фрахтових ринків. З кінця 1920-х років – початку 1930-х років інтенсивне зростання комерційних флотів США, Норвегії, Греції, Японії Німеччини, Італії й ін. країн привело до посилення ролі національних фрахтових ринків цих країн і до звільнення їх від монополії Лондонської біржі. У середині 1970-х рр. підсилилася роль національних фрахтових ринків, особливо в Осло (Норвегія), де