

Відділ культури і туризму Чигиринської райдержадміністрації
Чигиринська районна централізована бібліотечна система



Вебліографічний покажчик "Власна справа – це реально" / Чигиринська районна централізована бібліотечна система; уклад. О.Г. Касяненко. – Чигирин: 2017. – 28 с.

Пропонуємо Вашій увазі вебліографічний покажчик **«Власна справа – це реально»**.

До вашої уваги – важливі питання організації та розвитку власного бізнесу в Україні. До покажчика увійшли аналітичні описи статей з періодичних видань та навчальних посібників.

Укладач: О. Касяненко

Комп'ютерний набір: О. Касяненко

Чигиринська районна централізована бібліотечна система.

ЯК ВІДКРИТИ ТА РОЗПОЧАТИ ПОЧАТИ СВІЙ БІЗНЕС ІЗ НУЛЯ ЗА 30 ДНІВ



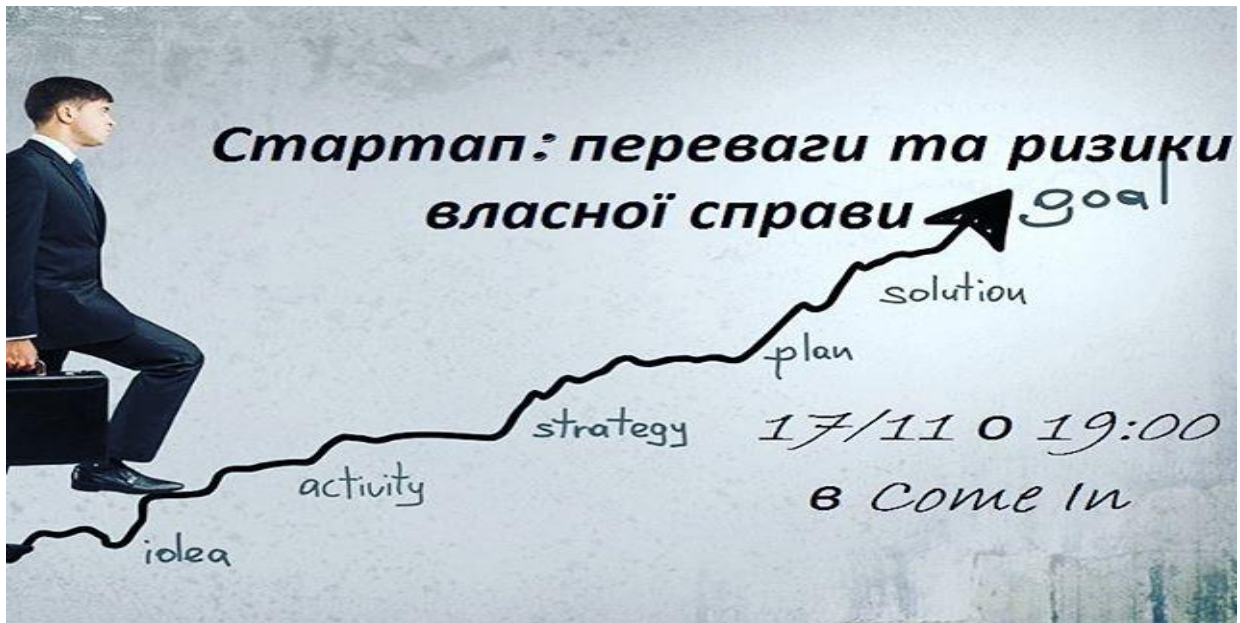
Більшість із нас стримує саме страх невідомого, а не думки про те, чи достатньо ми компетентні, розумні абощо, щоб відкрити бізнес. Як і в випадку з будь-яким іншим заняттям, вміння керувати, бути босом та вести справи – це просто навички, що приходять із часом та досвідом. Тому хороший початок більше залежить від впевненості та натхнення, ніж від списку справ

Чому можливо і потрібно займатися бізнесом

Ви можете розпочати свій малий бізнес із нуля, бо це роблять інші. Думаєте, що бізнесом країни керують лише великі бізнесмени-олігархи чи генії з червоними дипломами? А це зовсім не так. У США 99% компаній відносять до малого бізнесу і при цьому дають роботу 80% населення! Для організації свого бізнесу не потрібно “спеціальної” освіти. Вам просто потрібно мати ідею, бажання навчатися та пристосовуватися, ну і вміння діяти!

Ви можете відкрити свій малий бізнес, тому що існує справа, яка ідеально підійде саме для ваших інтересів, досвіду, захоплення чи сфери діяльності. Проблема “початку свого бізнесу”, по суті, зводиться до наявності бізнес-ідеї, вирішення паперових та фінансових питань. Враховуючи кількість фінансових ресурсів у сучасному світі, знайти початковий капітал має бути нескладно, особливо якщо ви хочете створити ефективну модель бізнесу чи піти ринковим шляхом продукту з мінімальним функціоналом (MVP).

Ви можете розпочати справу з нуля навіть сидячи вдома. І найважливіше – ви зможете розпочати бізнес, який хочете, коли хочете і як захочете. Це подарує сенс вашій роботі, зробить її значущою і дасть можливість приділяти більше уваги важливим саме для вас речам.



ТИЖДЕНЬ 1: ПОТРІБНО ПРОСТО ПОЧАТИ З НУЛЯ

Перший тиждень – це перший крок до втілення ідеї бізнесу в реальність. Упродовж цього періоду потрібно зосередитися на дослідженні ринку, стратегії та юридичній стороні питання.

Відкрити бізнес із нуля, мабуть, найскладніше. Усе інше просто почне вибудовуватися після цього. Не шкодуйте часу на нього і не хвилюйтеся, якщо вам знадобиться ще один додатковий день.

День 1: знайдіть себе і свій бізнес. Зрозумійте, що і кому ви продаєте.

Розпочати потрібно з відповідей на ряд запитань.

Що я роблю найкраще?

Що я хочу зробити?

Що у мене дійсно виходить зробити?

На цьому етапі вас може зацікавити робота над ідеями. Закінчіть його наприкінці цього тижня, коли з головою зануритеся у дослідження ринку.

Також варто визначитися, що таке успіх для вас. Хочу стати мільйонером за рік? Чи організувати некомерційну благодійну їдальню для безробітних?

Як тільки ви розставили пріоритети і визначили свої навички, потрібно подумати про тип справи, яку би хотіли відкрити з нуля. Або перетворіть ваше улюблене хобі в роботу на повну зайнятість. Можна навіть продовжити займатися справою, у якій у вас багато досвіду. Якщо ви працювали у роздрібній торгівлі упродовж 10 років чи орієнтуєтеся у деякому виді товару, то чому б не відкрити магазин?

А тепер, залежно від типу вашого бізнесу, прийшов час подумати на тим, що і кому продавати.

Запам'ятайте: на цій стадії все ще можна змінити. Перший день повинен піти на визначення ваших пристрастей. Вивчення ринку та галузі вас чекає пізніше, наприкінці тижня. Коли ви зробите це, зможете об'єктивніше поглянути на ваші бажання.

День 2: почніть працювати над стратегією.

Тепер ви вже знаєте, до чого у вас є хист і який тип справи буде найдоцільніше відкрити. Прийшов час подумати про стратегію.

Розберемось одразу: це НЕ загальна стратегія для малого чи великого бізнесу з нуля, яка буде диктувати все, що потрібно робити упродовж наступних п'яти років, це лише схема важливих речей: ваша ціль, цінності, те, що ви збираєтесь і не збираєтесь робити.

Ваша стратегія повинна відповідати особистим цінностям, щоб із часом не зникла цікавість до справи

Усвідомте, що ви хочете відкрити, а що – ні. Для кого працювати? Для кого – ні? Як будете рости? Чого не зробите нізащо?

Ваша стратегія справді повинна залежати від вашої ідеї, щоб ви не метушилися, якщо прийде фінансова скрута, або не робили те, що розходиться з моральними принципами.

Вирішіть все із самого початку. Так вам буде набагато простіше планувати, а відкладати на потім – складніше.

День 3: визначте місце розташування компанії.

Місце розташування компанії повинне підходити вашому бізнесу та бізнес-стратегії.

Радимо поставити собі такі запитання:

Ваші клієнти колись побачать ваш офіс?

Як вони туди доберуться?

Їм доведеться припаркувати авто перед візитом?

Ви можете працювати вдома, чи це негативно відобразиться на вашому особистому житті?

Яке саме місце розташування підходить під вашу стратегію?

Ви збираєтесь наймати працівників?

Як офіс компанії вплине на вашу стратегію вибору працівників?

Ви надто захопились ідеєю створення робочого місця?

Коли роздумуєте про тип приміщення і необхідну для початку площу, будьте реалістами. Якщо ви не збираєтесь наймати працівників і запрошувати клієнтів до офісу, чому б не влаштувати його вдома?

Якщо все ж ви вирішите, що потрібно відкрити офіс, подумайте про кількість працівників, які вам знадобляться, і про обладнання: крісла, фотокопіювальні машини, холодильник, кавоварка, стійка рецепції, конференц-

зал тощо. Крім того, наскільки швидко ви плануєте розвиватися? Якщо задумали швидке поповнення в штаті, шукайте приміщення, де буде місце для росту, щоб потім вам не довелося змінювати свою бізнес-адресу.

Коли настане черга підписувати договір аренды, не бійтесь обговорювати деталі, але пам'ятайте, що, найімовірніше, вас попросять підписати договір як мінімум на рік.

Якщо ви ще не визначились із місцем розташування вашої компанії, почитайте додаткову інформацію.

Яким чином ведуть бізнес інші компанії у вашій галузі?

Думаєте, зараз у вашому місті існує попит на такий вид малого чи великого бізнесу? Чи ви живете десь, де люди не можуть дозволити собі купити те, що ви продаєте?

День 4: визначте, скільки грошей потрібно для початку.

Питання стартового капіталу – це частково привід для того, щоб повністю присвятити один день дослідженню та пошуку приміщення. Якщо ви працюєте вдома і не зустрічаєтеся з клієнтами, початкові витрати можуть включати лише створення інтернет-магазину, інтернет-маркетинг, канцелярське приладдя, будь-які матеріали для роботи чи юридичні затрати. Якщо ні – доведеться витратити досить, щоб покрити орендну плату і комунальні послуги за перші місяці, а також забезпечити побутові умови у новому офісі.

У будь-якому випадку добре було б розділити ваші витрати на два окремих типи.

Затрати: сюди відносять такі категорії, як заробітна плата, оренда, консультації, транспорт, харчування, а також різні юридичні затрати при потребі.

Активи: сюди відносять такі категорії, як меблі, вивіски, машини, вантажний транспорт, будівлі, земля, майно тощо.

Активи та затрати не варто змішувати. Коли будете створювати робочу таблицю із затратами на організацію бізнесу, пишіть їх окремо.

Основне завдання в тому, щоб швидко відкрити інтернет-магазин із нуля та розпочати залучення перших потенційних клієнтів, тому тут необхідно акуратно витратити гроші. Буває так, що підприємець створить собі інтернет-магазин із можливим та неможливим функціоналом, а потім немає бюджету на просування. Шукайте золоту середину.

День 5: почніть “планувати бізнес”, а не створювати чіткий “[бізнес-план](#)”

“Офіційний план” ви будете створювати пізніше, на другому тижні, коли потрібно буде визначитися з бюджетом, який ви готові вкласти у свою справу. І навіть тоді ви почнете зі схеми на одну сторінку.

Планувати потрібно для того, щоб визначитись із напрямом діяльності.

Кілька пунктів, над якими потрібно замислитися на цьому етапі:

- Особливості вашого малого, середнього чи великого бізнесу.
- Ваш ринок і потреби людей в ньому.
- Заходи, які потрібно вжити, і терміни для них.
- Початкові затрати.
- Прогноз продажів.
- Бюджет на витрати.

День 6: прийшов час дослідити ринок

Існує безліч способів, які можна використовувати для проведення досліджень у вашій сфері діяльності: самому розповсюджувати соціопитування, розмовляти з людьми телефоном, розсилати листи електронними скриньками і, в принципі, радитись із тими, хто також проходить чи вже проходив через все це.

Провести дослідження ринку дуже важливо, адже воно допоможе вам зрозуміти, чи існує попит на сервіс або товар, який ви пропонуєте. Це також стане в пригоді у майбутньому при написанні бізнес-плану, ви побачите, що для справи існує ніша на ринку, в іншому випадку бізнес не буде розвиватися настільки швидко, щоб вони могли повернути свої вклади.

Існує багато способів збирання такої інформації:

Провести інтернет-дослідження – пошукати статистику вашої галузі, подивитися, хто працює у вашому районі, продає щось таке ж, як і ви, чим вони займаються і як вони це роблять. Чи йдуть їхні справи добре? Ви можете розпочати свій шлях із проторованої стежки і здобути успіх чи досягнути більшого, роблячи дещо інше?

Займіться шопінгом – посидіть в Інтернеті та пройдіться магазинами, тобто зробіть собі таке своєрідне “дослідження”. Подивіться, на що люди витрачають свої гроші та яку оцінку ставлять тим чи іншим продуктам та сервісам.

Говоріть із людьми – зокрема і з клієнтами.

Збирайте інформацію – можете почитати сайти місцевої влади чи відповідні публікації про вашу галузь.

Організуйте власне дослідження – проведіть телефонні та інтернет-опитування, створіть фокус-групи і попросіть людей відповісти на ваші питання.

Щоб розпочати, достатньо переглянути сезонність та нішу ринку через сервіс

День 7: вирішіть юридичну сторону питання.

На цьому етапі потрібно вибрати та зареєструвати ім'я вашої компанії, а також структуру підприємства. Багато малих бізнес-стартапів вибирають індивідуальне приватне підприємство. У цьому питанні краще проконсультуватись із юристом, щоб переконатися, що ви зробили всі основні речі та вдалися до правильних кроків.

ТИЖДЕНЬ 2: ЗНАЙДІТЬ ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ

Наступний тиждень варто витратити на роботу над схемою, бізнес-планом і на дослідження можливих варіантів фінансування. Ваш бізнес-план ще можна змінити. Він повинен залишатися “живим” документом, адже ви постійно ростете та розвиваєтеся. Не заганяйте себе в стрес, просто використайте цей тиждень, щоб зосередитися на своїх думках, зібрати все в одне ціле, про що ви думали і про що дізналися на першому тижні.

У пошуках грошей не варто покладатися на банки та державні організації. Ви також можете використовувати власні заробітки і самі інвестувати у свою справу.

День 8: намалюйте схему на одну сторінку

Ставтеся до схеми на одну сторінку (коротка інформація про концепцію свого бізнесу) як до попередника вашого бізнес-плану. Вона повинна представляти вашу бізнес-стратегію у форматі, який легко сприймається.

Створення схеми на одну сторінку – це хороший спосіб структурувати вашу справу та визначити її сутність. Що конкретно ви робите, хто ваша цільова аудиторія, ключові партнери та працівники і скільки грошей вам потрібно для того, щоб відкрити бізнес із нуля?

Схема на одну сторінку – не заміна формального бізнес-плану (багато інвесторів та кредиторів все ж захочуть його побачити), це просто хороший спосіб розібратися зі своїми ідеями та поекспериментувати з ними.

На її створення може піти навіть не повний день, але вона стане чудовим ескізом чи основою вашого бізнес-плану, щоб далі ви могли вибудувати все, що потрібно, проводити дослідження та працювати над проблемами.

День 9 і 10: працюйте над бізнес-планом

Бізнес-план завжди повинен бути “живим”. Той план, із яким ви відкривали бізнес із нуля, вже через рік може бути зовсім іншим, оскільки змінюється і ваша справа, і економіка, і ваші вимоги зокрема.

Під час створення бізнес-плану ви зможете структурувати свої відкриття, орієнтовні розрахунки та цілі.

Намагайтеся витратити на написання плану більше двох днів. Напевно, краще розділити його на два розділи: фінансовий розділ та усе інше.

Це не має бути занадто складно, адже ви витратили перший тиждень на планування багатьох його пунктів.

День 11: день на вивчення варіантів фінансування.

Варіанти фінансування будуть відрізнятися залежно від типу вашого бізнесу. Серед найпопулярніших виділяють такі:

Банківський кредит – у банку точно захочуть побачити ваш бізнес-план.

Кредити від Асоціації малого бізнесу – для отримання такого кредиту вам також знадобиться бізнес-план.

Персональні інвестиції – ви самі інвестуєте у бізнес.

Друзі та сім'я – якщо отримати кредит шансів небагато чи ваш проект не підходить для краудфандингового сайту, наступна найкраща інстанція – ваші друзі та сім'я.

День 12-13: пошук постачальника для ваших товарів.

Ви можете почати шукати в Інтернеті за запитом “Ваш товар оптом”, збирайте базу контактів.

Придбайте місцеву газету, там можуть розміщувати оголошення таких компаній.

Відвідайте оптовий ринок, там також можна знайти постачальників ваших товарів.

Подивіться, коли може бути виставка у вашому місті чи найближчому обласному центрі, там може бути дуже багато різноманітних постачальників, із якими доцільно поспілкуватися.

День 14: пошук підрядчика для створення інтернет-магазину та його просування

Щоб не гаяти часу, потрібно почати шукати для створення свого інтернет-магазину підрядчика. Звичайно, ви можете ознайомитися зі статтею, [як самому створити інтернет-магазин](#).

Створіть невелике технічне завдання щодо того, що ви плануєте продавати та подайте заявки різноманітним інтернет-агентствам та веб-студіям.



ТИЖДЕНЬ 3: НЕ ЗУПИНЯЙТЕСЯ

День 15: вирішіть проблему отримання оплати

День 16: орієнтовний розрахунок потенційного прибутку

Розрахунок потенційної конверсії, яка буде вигідна, коли будуть продаватися товари, наприклад:

Ціна товару – 800 грн.

Націнка – 20%.

Заробіток з одного продажу становить $800 * 20\% = 160$ грн.

Щоб вийти в нуль, ціна залучення клієнта не має перевищувати 160 грн. А якщо перевищує, значить, задача – його вернути за допомогою дешевшої ціни, щоб він ще щось купив.

Потрібно продати з більшою націнкою та дорожчий товар. Від загальної кількості за місяць при трафіку 300 людей в день може бути:

$300 * 30 \text{ днів} * 1\% * 800 \text{ грн} = 72000 \text{ грн}$ – оборот, а прибуток – $72000 * 20\% = 14400 \text{ грн}$ – як для старту це дуже непогано.

День 17: вирішіть, потрібно вам наймати працівників чи ні

Якщо так, розмістіть оголошення та намагайтеся на цьому етапі почати процес проведення співбесід та прийому на роботу.

Добре було б вирішити це питання якомога раніше. Від цього не лише буде залежати вид страхування, яке вам доведеться придбати (якщо ви все-таки вирішите найняти працівників, знадобиться компенсаційна виплата), – наявність штату також може не тільки значно збільшити затрати на організацію бізнесу, але й допомогти вам швидше досягнути поставлених цілей.

День 18: подумайте, як створити зі свого бізнесу бренд

Раніше, аніж ви зможете рекламувати свій бізнес чи відкрити собі сайт інтернет-магазину з нуля, потрібно подумати про те, як зробити вашу компанію брендом.

Тому ви повинні зрозуміти “сутність” вашого бізнесу. Це не тільки допоможе виділитися серед конкурентів, але також зробить ваше послання зрозумілим, створить цінність і стане ключовим елементом маркетингу. Ваш бренд допоможе з’ясувати вартість послуг, як наймати працівників, на яку цільову аудиторію працювати і як піарити компанію.

День 19 і 20: почніть представляти компанію в Інтернеті

Навіть якщо ваш бізнес не пов’язаний із цифровими технологіями, важливо представити його в Інтернеті. Зараз усі так роблять. Навіть якщо не займаєтесь онлайн-бізнесом, люди повинні мати можливість легко вас знайти.

На цей крок відведено два дні, оскільки онлайн-присутність забирає достатньо багато часу.

Кілька речей, які можна зробити на самому початку:

Відкрити простий сайт (можливо, своїми силами – тоді доведеться розібратись із тим, як отримати свій хостинг – онлайн простір, – чи попросити когось допомогти).

Додати себе в список бізнесів [Google Places](#), щоб ви в прямому розумінні з’явилися на карті.

Почати вести сторінки у соціальних мережах Facebook та ВКонтакте.

Також витратьте трохи часу і придумайте, як ви збираєтеся підтримувати свою онлайн-присутність. Ваш сайт стане інструментом маркетингу, незалежно від того, використовуєте ви його для донесення інформації чи для створення власного бренду.

День 21: рекламуйте

Насправді працювати над рекламою та просуванням власного інтернет-магазину доведеться постійно. Оскільки ви щойно почали і, найімовірніше, у вас всього кілька клієнтів, це дуже важливо, коли ви збираєтеся відкрити малий (чи інші види) бізнес із нуля.

Існує багато способів організації реклами:

Зверніться до PR-агентства.

Розмістіть оголошення в газеті чи рекламу на радіо.

Замовте та роздайте листівки.

Поговоріть із журналістами.

Якщо вам важливо просувати себе онлайн, подумайте про рекламний сервіс Google AdWords.

Організуйте урочисте відкриття.

Виступіть спонсором.

Проведіть конкурс.

Секрет у тому, щоб робити щось. Не чекайте, поки інші про вас дізнаються. Вийдіть на вулицю та розкажіть людям про свій бізнес, а також про те, як він може допомогти їм отримати бажане чи вирішити проблему.

Тиждень 4: тепер ви в бізнесі – починайте продавати!

Ви ретельно підготувалися. Зараз у вас точно немає жодних виправдань! Прийшов час відкинути страх і почати розмовляти з людьми, продовжувати рекламувати і не зупинятися.

Ви реально займаєтеся бізнесом тільки тоді, коли продаєте. Починайте якомога раніше, навіть якщо вам ще потрібно буде щось доробити в процесі.

День 22: Відкрийте вашу унікальну торгову пропозицію (УТП)

Ваша “унікальна торгова пропозиція” визначає те, що робить вас унікальним. Вона знадобиться, якщо ви збираєтесь одразу ж “продавати свій товар” потенційним клієнтам.

Для того, щоб зрозуміти, яка ваша УТП, знадобиться трохи креативності та самоаналізу.

Після детального планування та закінчення початкових етапів проведіть аналіз ваших конкурентів та інших компаній. Як вони продають себе? Який образ собі створюють? Що, як вони стверджують, робить їх унікальними? Якщо ви сумніваєтеся, погляньте на послання їхньої реклами та інтернет-маркетингу. Ось де найчастіше ви побачите УТП і варіації на цю тему.

Не аналізуйте те, що вони продають, аналізуйте, який товар вони продають, за їхніми словами.

Коли ви намагаєтеся створити свою УТП, спробуйте поставити себе на місце споживачів. Чого вони хочуть? Що цінують? Які переваги у вашого товару чи чому потрібно віддати перевагу саме вам, а не конкуренту?

Якщо ви вже почали свій малий (чи інший) бізнес, то зможете також визначити свою УТП, зрозумівши реальні причини, чому споживачі купили саме ваш товар, а не товар вашого конкурента. Як це краще зробити? Запитайте їх! Якщо ви не можете запитати своїх покупців, оскільки їх у вас поки що немає, то чому б не поставити це питання клієнтам вашого конкурента?

День 23 і 24: пора почати телефонувати людям, просувати свій бізнес, продавати на виїзді, встановлювати контакти

Перед тим, як почати пробувати налагодити зв'язки, вкрай важливо створити чіткий список. Це допоможе вам зосередитися на правильних напрямках та правильних людях. Проведіть власне дослідження. Якщо ви продаєте елітний товар, не потрібно телефонувати клієнтам чи націлюватися на тих, що живуть у малозабезпечених районах. А якщо ви торгуєте товаром для дітей, то хіба варто зосереджуватися на районах, де переважно живуть студенти?

І навіть якщо на цьому етапі ваш бізнес не стане миттєво успішним, ви все одно просуваєте його з нуля і створюєте йому репутацію. Коли пізніше людям потрібно буде скористатися вашим сервісом чи купити товар, вони можуть добре пам'ятати той ваш дзвінок.

Якщо ви продаєте на виїзді з офісу, добре було б спочатку дізнатися більше про клієнта і вже потім телефонувати до нього та розпитувати про візит. Так ви збережете і час, і кошти.

День 25: не відступайте від своїх цілей, підтримуйте зв'язки тощо

Буває, що хтось зацікавився вашою пропозицією, а буває і таке, що назвав дуже конкретну причину відмови від неї, але існує дуже багато способів змусити їх задуматися над своїм початковим рішенням.

До таких способів можуть відносити:

Позитивний відгук спільного друга.

Обід/зустріч за нейтральних обставин із вашим постачальником.

Запрошення з візитом до себе на роботу.

Стаття про вашу компанію – те, що покаже вас з хорошого боку та здасться споживачам вагомим.

Пам'ятайте, найголовніше в досягненні цілі таким способом – подумати, яка нова інформація може змусити людину змінити свою думку. Що таке здатне її зацікавити, про що ви забули згадати при першому дзвінку?

День 26 і 27: зрозумійте, як ви збираєтеся підтримувати відносини з клієнтами, а потім вибудовуйте їх, зберігайте і співпрацюйте зі споживачами / цільовою аудиторією

Тепер, коли ви зуміли створити свою аудиторію чи роздобули кількох клієнтів, потрібно буде постійно підтримувати з ними відносини. Зараз у багатьох бізнесах це відбувається за допомогою облікових записів у соціальних мережах, які дуже часто замінюють клієнтську підтримку.

Однак ви зобов'язані забезпечити людям спосіб зв'язатися із вами чи з ким-небудь із вашої компанії, коли їм буде потрібно вирішити якийсь питання. І цей спосіб повинен бути зрозумілим, щоб клієнтам не доводилося писати на загальній сторінці у соціальних мережах і щоб це не зіпсувало ваші взаємовідносини.

Пропонувати знижки за лояльність (якщо ви, наприклад, працюєте разом вже рік).

Розсилати сезонні привітання.

Вітати клієнтів з їхніми особистими бізнес-досягненнями (можна навіть розповісти про це на вашому сайті/сторінці в соціальній мережі, якщо клієнт дозволить, звичайно).

Незалежно від того, як ви збираєтеся підтримувати відносини, пам'ятайте, що, як і у випадку з рекламою, це потрібно робити постійно. Це безперервна робота, але вона також дозволить вам зрозуміти ваших клієнтів і з допомогою відгуків підлаштуватися під їхні потреби.

Також запустіть e-mail-розсилку за своєю базою клієнтів, де будете з ними спілкуватися та їм повідомляти про нові акційні події в вашому інтернет-магазині.

День 28: виберіть програмне забезпечення для ведення бухгалтерського обліку/додаток для онлайн-бухгалтерії

Основна перевага використання хорошого програмного забезпечення для ведення бухгалтерії в тому, що ваші витрати стануть зрозумілими. І в підсумку ви зможете приймати більш виважені фінансові рішення.

Крім того, якщо ви звітуєтеся перед кредиторами та інвесторами, ці відомості підтвердять вашу надійність та допоможуть уникнути фінансових втрат.

Виділіть деякий час, щоб ознайомитись із принципами бухгалтерського обліку та ведення відомостей. Чи знаєте ви, які саме відомості важливі при заповненні податкової декларації? Ви розумієте, як вести свої витрати?

Якщо ні, поговоріть про це зі своїм бухгалтером чи консультуйтеся зі знайомими. Вони повинні допомогти вам увійти в курс справ. Ви й не помітите, як станете майстром у всьому!

День 29-30: відпочиньте

Подаруйте собі день відпочинку. Але не дивуйтеся, якщо не зможете. Організація своєї справи з нуля не лише допоможе вирішити, який саме бізнес ви хочете, але й покладе на вас постійну відповідальність за те, щоб усе йшло за планом.



Досить важко знайти людину, яка не замислювалася про можливість заробити гроші за допомогою невеликого бізнесу. Особливо привабливо виглядає варіант не просто заробити, а заробити без необхідності додаткових вкладень. Адже, як правило, першою і, напевно, самою невизначною перешкодою стає необхідність вкладати гроші, яких як завжди “зайвих” не буває, але як мовиться «хто шукає, той завжди знайде» на допомогу можуть прийти бізнес ідеї з мінімальними вкладеннями.

Сьогодні розглянемо ряд перспективних бізнес напрямів, які не вимагають при своїй організації стартового капіталу.

ПЕРШИЙ ВАРІАНТ ВЛАСНОЇ СПРАВИ

Першим в списку кращих бізнес ідей з мінімальними вкладеннями є ідея, що вимагає від Вас наявності двох якостей – це організаторські здібності і вміння спілкуватися з людьми. Мова йде про “масовиків витівників”. Під таким нехитрим визначенням ховається цілий зріз ідей для організації Вашого бізнесу – це може бути і організація дитячих ранків, туристичних походів або організація екскурсій. Як простий приклад можу навести, що стали популярними останнім часом паломницькі екскурсії по монастирях і інших святих місцях. А що для цього треба? Домовляємося за автобус, телефонуємо і визначаємося з маршрутом і місцями “ночівлі”, подаємо оголошення і набираємо групу. Рівень реальної рентабельності таких екскурсій для підприємця складає 10-15% від виручки, при цьому ніяких власних коштів вкладати не треба. Думаю що дуже не поганий результат і найголовніше цей напрям на всі 100% відповідає усім параметрам бізнес ідей з мінімальними вкладеннями з нуля.

ДРУГИЙ ВАРІАНТ СПРАВИ ДЛЯ ДОМУ

Другою перспективною, а головне реальною бізнес ідеєю з мінімальними вкладеннями – є організація власної справи у сфері послуг. Йдеться про роботу у форматі “чоловік на годину”, тобто дрібному домашньому ремонті.

Рентабельність такого бізнесу дуже велика. Залежно від регіону вартість таких послуг різна, але по факту ремонт тієї самої розетки або вимикача займає рівно 15 хвилин і оцінюється в 5-10 доларів. При цьому для створення такого бізнесу

стартовий капітал не потрібний, хіба що сотня доларів на купівлю необхідного інвентаря для дрібного ремонту. Чим не варіант приватної справи з мінімальними вкладеннями?

ТРЕТІЙ ВАРІАНТ БІЗНЕС ІДЕЇ ДЛЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ

Третя бізнес ідея з мінімальними вкладеннями підійде для жителів передмість або невеликих міст. Вирощування опаришів та черв'яків для рибалки.

Технологія вирощування черв'яків і опаришів досить проста, не вимагає додаткових вкладень і для старту власної справи вкласти гроші не доведеться (пару сотень доларів на самостійне спорудження контейнерів і сіток в розрахунок можна не брати).

На сьогодні в Україні існує дуже обмежена пропозиція такого товару, та близько 60% імпортується з сусідньої Польщі. Так що ідея не просто цікава і оригінальна, але має великі перспективи по зростанню в майбутньому.

ЧЕТВЕРТИЙ ВАРІАНТ БІЗНЕС ІДЕЙ

Четвертим йдуть ідеї пов'язані з фізичною працею. Насправді величезна кількість напрямків, що позиціонуються на спеціалізованих ресурсах як ідеї без стартового капіталу, вимагають не так стартового капіталу як спеціалізованих знань, наприклад, агентства по веденню бухгалтерського обліку або обслуговування комп'ютерної техніки і так далі.

П'ЯТИЙ ВАРІАНТ

1. П'ятою в списку – ідея пов'язана з інтернетом.

Можна створити невеликий бізнес і без вкладень – це фотографії. Насправді існує досить великий попит на унікальні знімки самого різного характеру, причому якість не є пріоритетом. Чому це так? Все досить просто: при просуванні сайтів необхідно використати унікальні тексти, а тексти повинні мати хороше оформлення і тут підіймається питання про унікальність картинок до текстів. Якщо ще пару років назад на цю дрібницю ніхто особливої уваги не звертав, то зараз у світлі нових підходів пошукових систем до ранжирування сайтів цей початок грає певну роль. Викачати будь-яку фотку в самому інтернеті і “приліпити” до статті стає м'яко не дуже безпечним, плагіат все-таки. Як наслідок, попит на унікальні і недорогі картинки починає рости. При цьому такі фото мають бути невеликого розміру і “неважкі” (як наслідок якість теж може бути середньою). Такі фотографії без проблем можна робити звичайним “побутовим” фотоапаратом, плюс звичайно ж ніхто не забороняє трохи попрацювати з фотошопом.

Головним мінусом такого бізнесу – є невисока вартість фотографій в мережі, але якщо врахувати що і реальна собівартість їх дорівнює нулю, то при формуванні великого портфолію цілком можна вийти невелику надбавку до загального доходу.



- Підприємницька діяльність є одним із важливих факторів соціально— економічного прогресу. Тому суспільство зацікавлене в цивілізованому підприємництві, що повинно знаходити правову підтримку у такі основних формах:
- 1) надання свободи підприємницької діяльності;
- 2) надання підприємцю статусу комерсанта;
- 3) створення умов для відкриття і реєстрації підприємства.

• Основними організаційними формами підприємницької діяльності є:

- а) одноосібне володіння;
- б) товариство або партнерство;
- в) корпорація.



Як започаткувати власний бізнес за сприяння державної служби зайнятості

Державна служба зайнятості реалізує комплекс заходів щодо підтримки та розвитку підприємницької ініціативи серед безробітних.

У першу чергу, це залучення осіб, які бажають започаткувати власну справу, до різнопланових інформаційних та тематичних семінарів, де вони можуть отримати інформацію з питань самозайнятості, вибору перспективного виду діяльності для конкретного регіону, інформацію про дії, які варто здійснити для започаткування власної справи. До проведення таких семінарів запрошуюються представники територіальних органів Державної податкової служби України, управління юстиції, Пенсійного Фонду України та інших.

Усі громадяни, які виявляють бажання розпочати власний бізнес, можуть проходити професійне діагностичне обстеження щодо можливостей відкриття власної справи.

З метою набуття теоретичних знань з основ обліку та оподаткування діяльності малого підприємництва, мікроекономічних питань, маркетингу, менеджменту та практичних вмінь щодо бізнес-планування бажаним відкрити власну справу рекомендується навчання на курсах з «Основ підприємницької діяльності».

Для організації підприємницької діяльності, відповідно до Закону України "Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття", незайнятим особам, які в установленому порядку зареєстровані в державній службі зайнятості, як шукаючі роботу, та визнані безробітними, призначена допомога по безробіттю в розмірі річної суми (або її залишку) може виплачуватись одноразово. Таку виплату можуть отримати безробітні, яким виповнилося 18 років та які не можуть бути працевлаштовані за сприяння служби зайнятості протягом одного місяця у зв'язку з відсутністю на ринку праці підходящої роботи.

Для розгляду питання щодо отримання допомоги по безробіттю одноразово для організації підприємницької діяльності безробітний подає до

центру зайнятості заяву про виплату такої допомоги та бізнес-план. Ці документи розглядає комісія з питань одноразової виплати допомоги по безробіттю для організації підприємницької діяльності. Остаточне рішення приймає директор центру зайнятості з урахуванням висновків комісії.

У разі прийняття позитивного рішення безробітний у визначені терміни здійснює державну реєстрацію підприємницької діяльності та подає до центру зайнятості документи, що підтверджує документально факт її реєстрації.

Одноразова виплата допомоги по безробіттю для організації безробітними підприємницької діяльності здійснюється протягом 14 днів після дня здійснення державної реєстрації юридичної особи, фізичної особи - підприємця.

Основними напрямками організації безробітними підприємницької діяльності на сьогоднішній день є: надання побутових послуг населенню (будівництво та ремонт житлових приміщень, перукарські послуги, ремонт побутової техніки, ремонт взуття, пошиття постільної білизни, одягу, відео - та фото - послуги), а також торговельно-посередницька діяльність.

Відкрити та заробляти на власному бізнесі цілком реально, і це дійсно прибутково. Але потрібно мати терпіння та добре все спланувати. Також необхідно пам'ятати про делегування, про те, що можна зробити самому, а що віддати підрядчику.

ЗВЕРНІТЬСЯ ДО БАЗИ ДАНИХ

Закон України Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2157-14>

Наказ Міністерства соціальної політики України "Про затвердження Порядку надання допомоги по безробіттю, у тому числі одноразової її виплати для організації безробітним підприємницької діяльності" від 15.06.2015 №613 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0821-15>

Домашній бізнес: 1000+1 ідея для власного бізнесу в Україні. 5 правил для підприємців новачків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://homebiznes.in.ua/5-pravyl-dlya-pidpryemtsiv-novachkiv/>

Отримуємо допомогу від держави для відкриття власного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chp.com.ua/all-news/item/29344>

Що потрібно знати, щоб розпочати власну справу? Правові он-лайн консультації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.administr-law.org.ua/node/408>

Як започаткувати власний бізнес за сприяння державної служби зайнятості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dcz.gov.ua/control/uk/publish/article;jsessionid=5A46104AE25011CCAA C24514B5F2D97A?art_id=224853&cat_id=191063

ТА ВИКОРИСТАЙТЕ ЛІТЕРАТУРУ

1. Загальні питання теорії та практики

1. Пиріг О.А. Підприємництво в Україні: від витоків до сьогодення: монографія / О.А. Пиріг, Д.С. Черняк. – К.: УкрДрук, 2011. – 198 с.
2. Підприємництво й бізнес-культура: навч. посіб. / за заг. ред. М.П. Денисенко. – Черкаси: Маклаут, 2013. - 150 с.
3. Сизоненко В.О. Сучасне підприємництво: навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / В.О. Сизоненко. – К.: Знання-Прес, 2008. - 440 с.
4. Тирпак І.В. Основи економіки та організації підприємництва: навч. посіб / І.В. Тирпак, В.І. Тирпак, С.А. Жуков. – К.: Кондор, 2011. - 284 с.
5. Хмурова В.В. Менеджмент підприємницької діяльності: навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / В.В. Хмурова. – К.: КНУТД, 2011. - 247 с.
6. Шегда А.В. Ризики в підприємстві: оцінювання та управління: навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / А.В. Шегда, М.В. Голованенко. – К.: Знання, 2008. - 271 с.
7. Андрушків Б.М. Елементи енергетичної безпеки підприємств і підприємництва як умова стабільного розвитку та успішної діяльності регіонів у ринковій системі господарювання / Б.М. Андрушків, Л.Я. Малюта // Економіка та держава. - 2008. – № 1. - С. 9-12.
8. Асаул А.М. Основні напрями підвищення якості та ефективності розробки і прийняття управлінських рішень у підприємницьких структурах / А.М. Асаул, О.С. Коваль // Економіка України. - 2012. - № 11. - С. 29-37.
9. Бандирська О.В. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні / О.В. Бандирська // Актуальні Проблеми Економіки. - 2009. - № 10. - С. 60-64.
10. Білошапка В.А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду / В.А. Білошапка // Актуальні Проблеми Економіки. - 2011. - № 1. - С. 77-85.
11. Буряк П.Ю. Змістовне вираження та складові фінансового механізму інтегрованих підприємницьких структур / П.Ю. Буряк, О.В. Лівіновська // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 1. – К., 2012. – С. 132-137.
12. Бутенко А. Державна підтримка підприємницького сектору України: досвід і проблеми / А. Бутенко, І. Сараєва // Економіка України. - 2012. - № 5. - С. 41-51.
13. Гаврюшенко Г. Зарубіжний досвід розвитку підприємницької діяльності та самозайнятості серед людей з інвалідністю / Г. Гаврюшенко // Україна: аспекти праці. – 2013. - № 4. – С. 45-50.
14. Ганущак-Єфіменко Л.М. Інтегровані структури бізнесу та їх роль в економіках країн світу / Л.М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні Проблеми Економіки. - 2011. - № 11. - С. 121-128.

- 15.Ганущак-Єфіменко Л.М. Організація інтегрованих структур бізнесу в умовах сучасного ринкового середовища / Л.М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні Проблеми Економіки. - 2012. - № 4. - С. 168-174.
- 16.Глуцевський В. Методологічні основи концепції управління ризиками підприємницької діяльності / В. Глуцевський // Фінанси України. – 2009. - № 10. – С. 116-126.
- 17.Гоголь Т. Розвиток національної системи бухгалтерського обліку відповідно до міжнародних вимог: наслідки для підприємств малого бізнесу / Т. Гоголь // Бухгалтерський облік і аудит. – 2013. - № 7. – С. 3-12.
- 18.Головінов О.М. Держава у контексті інституційного підприємництва / О.М. Головінов // Економіка та держава. - 2008. - № 6. - С. 19-23.
- 19.Гончарова В. Хочу свой бизнес! Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности / В. Гончарова // Индустрия моды. - 2012. - № 3. - С. 49-52.
- 20.Грищенко І.М. Бізнес в сфері комерційних послуг / І.М. Грищенко // Вісник КНУТД, 2006. - № 6. - С. 124-136.
- 21.Грищенко І.М. Прогнозування комерційного підприємництва на локальному ринку / І.М. Грищенко, Ю.В. Білан // Актуальні Проблеми Економіки. - 2007. – № 5. - С. 95-98.
- 22.Гром В. Все складніше стає утримувати доволі успішний бізнес, що в своїй основі містить непрозорі механізми здійснення партнерства / В. Гром // Економіст. - 2013. - № 2. - С. 6-7.
- 23.Гудзь Ю.М. Міжнародна допомога та її вплив на підприємницьке середовище в Україні / Ю.М. Гудзь // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 5. – К., 2010. – С. 34-36.
- 24.Гусев Ю.В. Формування стратегій розвитку підприємництва на засадах франчайзингу / Ю.В. Гусев // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 9. – К., 2010. – С. 181-184.
- 25.Длігач А. Системно-рефлексивний маркетинг у сучасному підприємстві / А. Длігач // Маркетинг в Україні. – 2010. - № 5. – С. 43-47.
- 26.Дробот Е. Структурирование бизнеса / Е. Дробот // Економіст. - 2012. - № 4. - С. 8-12.
- 27.Заворотній Р.І. Нові підходи до визначення вартості джерел фінансування бізнесу / Р.І. Заворотній // Актуальні Проблеми Економіки. - 2011. - № 7. - С. 116-124.
- 28.Заворотній Р.І. Розвиток оцінки зростання вітчизняного бізнесу / Р.І. Заворотній // Фінанси України. - 2011. - № 11. - С. 54-64.
- 29.Ільєнко О.В. Розвиток теорії «економічна безпека підприємництва» в країнах з трансформаційною економікою / О.В. Ільєнко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 1. – К., 2013. – С. 91-97.

30. Катихін Є.О. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу та її основні принципи / Є.О. Катихін // Статистика України. - 2011. - № 3. - С. 83-86.
31. Килошенко М. Корпоративний імідж як средство досягнення бізнес-целей / М. Килошенко // Директор. - 2007. - № 12. - С. 22-23.
32. Киричок О. Аналіз результативності бізнес-освіти (на прикладі Республіки Казахстан) / О. Киричок // Актуальні Проблеми Економіки. - 2013. - № 5. - С. 292-299.
33. Кіктев І. Планування відносин між суб'єктами підприємницької діяльності та органами виконавчої влади] / І. Кіктев // Економіст. - 2008. - № 1. - С. 40-42.
34. Ковалевська К.А. Сутність та форми організації підприємницької діяльності в умовах економічної інтеграції / К.А. Ковалевська // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 6. – К., 2008. – С. 81-84.
35. Ковтун О. Стратегічні альтернативи для бізнесу та конкуренція в сучасній економіці / О. Ковтун // Економіка України. - 2012. - № 6. - С. 54-65.
36. Коліщак В. Влада завжди готова підтримати та прийти на допомогу ініціативним підприємцям / В. Коліщак // Економіст. - 2008. - № 10. - С. 12-13.
37. Корнев Ю.Г. Теоретичні аспекти інформаційного забезпечення підприємницької діяльності / Ю.Г. Корнев // Актуальні Проблеми Економіки. - 2008. - № 5. - С. 30-36.
38. Крупа К. Бізнес-процеси у період інформаційної ери (методики, засоби) / К. Крупа // Актуальні Проблеми Економіки. - 2010. – № 11. - С. 286-290.
39. Кудла Н. Багатофункціональний розвиток сільських територій від базових ідей до активізації місцевого підприємництва / Н. Кудла // Економіка України. – 2008. - № 1. – С. 62-71.
40. Левковська Л. Державна підтримка соціально відповідального бізнесу в Україні / Л. Левковська // Економіст. - 2011. - № 10. - С. 53-55.
41. Лігоненко Л.О. Нові стратегічні завдання державної політики щодо розвитку підприємництва в Україні / Л.О. Лігоненко // Актуальні Проблеми Економіки. - 2007. - № 11. - С. 18-25.
42. Ліпич Л.Г. Бізнес-процеси та їх інформаційне забезпечення / Л.Г. Ліпич, Л.О. Ющишина // Актуальні Проблеми Економіки. - 2010. - № 10. - С. 202-206.
43. Луцик Т.Р. Напрями підвищення ефективності підприємницької діяльності в сучасних умовах господарювання / Т.Р. Луцик, А.І. Червінська // Вісник КНУТД, 2012. - № 3. - С. 177-183.
44. Мадзігон В.М. Підприємництво: причини виникнення і форми існування, підготовка молоді до підприємницької діяльності / В.М. Мадзігон, М.В. Вачевський // Актуальні Проблеми Економіки. – 2010. - № 7. – С. 3-12.

- 45.Макарюк О.В. Управління вартістю бізнесу в контексті формування його безпеки і розвитку / О.В. Макарюк // Актуальні Проблеми Економіки. - 2011. - № 3. - С. 131-138.
- 46.Михальська В. Підготовка підприємств та підприємницька кадрова політика держави. Освітній аспект / В. Михальська // Економіст. – 2011. - № 3. – С. 49-51.
- 47.Наумов Д. Проблемний аспект поняття «підприємницький ризик» / Д. Наумов // Економіст. - 2008. - № 1. - С. 36-39.
- 48.Покатаєва О.В. Методи державного регулювання підприємницької діяльності / О.В. Покатаєва // Економіка та держава. - 2008. - № 1. - С. 89-91.
- 49.Пузирьова П.В. Базові методи нейтралізації фінансових ризиків у підприємницькій діяльності / П.В. Пузирьова // Актуальні Проблеми Економіки. – 2010. - № 5. – С. 143-149.
- 50.Сергієнко О.М. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні / О.М. Сергієнко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 2. – К., 2011. – С. 100-104.
- 51.Соломянюк Н.М. Маркетинг як сучасна концепція підприємництва / Н.М. Соломянюк // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 10. – К., 2012. – С. 8-12.
- 52.Тюленева Ю.В. Основи механізму управління ризиками підприємницької діяльності / Ю.В. Тюленева // Проблеми науки. – 2010. - № 1. – С.39-46.
- 53.Україна. Державний комітет з питань регуляторної політики та підприємництва. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: Національна доповідь / Державний комітет з питань регуляторної політики та підприємництва України. // Економіст. - 2009. - № 5. - С. 18-63.
- 54.Фастовець А.А. Модель управління вартістю бізнесу на основі стандартів систем менеджменту якості / А.А. Фастовець // Актуальні Проблеми Економіки. - 2013. - № 3. - С. 32-42.
- 55.Халковський О.М. Протидія корупції як структуроутворювальний елемент економічної безпеки підприємництва / О.М. Халковський // Економіка та держава. - № 12. - С. 86-88.
- 56.Ходан І.В. Державна підтримка підприємництва: світовий досвід загального та особливого / І.В. Ходан // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 7-8. –К., 2011. – С.36-42. – (Вип. 8).
- 57.Царик І.М. Особливості ринкового і державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу в умовах циклічності економіки / І.М. Царик // Актуальні Проблеми Економіки. - 2011. - № 1. - С. 155-159.
- 58.Цигилик І.І. Прогнозування, планування і регулювання як складові підприємницької діяльності в системі внутрішнього економічного механізму / І.І. Цигилик, В.Ф. Морещан, О.М. Морещан // Економіка. Фінанси. Право. – 2009. - № 4. – С. 6-9.

59. Шаповалова А.С. Характеристика методів удосконалення бізнес-процесів / А.С. Шаповалова, О.М. Ляшенко, С.М. Шаповалова // Актуальні Проблеми Економіки. - 2010. - № 2. - С. 33-39.
60. Юхименко П.І. Цитович Микола Мартиніанович – фундатор теорії підприємницького прибутку / П.І. Юхименко, С.В. Бойко // Актуальні Проблеми Економіки. – 2012. - № 2. – С. 31-40.
61. Яковенко О.З. Сутність і функції підприємництва в інтеграції виробництва на основі кластерів у системі національного господарства / О.З. Яковенко // Актуальні Проблеми Економіки. - 2013. - № 1. - С. 79-87.
62. Яцко В.В. Місце та роль підприємницької діяльності в трансформації цільової моделі ринкової економічної системи / В.В. Яцко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 1. – К., 2008. – С. 109-112.
- 2. Організаційно-функціональна структура інноваційного підприємництва**
63. Бутко М. Підприємництво у прискоренні процесів інноваційного розвитку в Україні / М. Бутко, О. Попело // Економіст. – 2011. - № 5. – С. 49-53.
64. Ганущак-Єфіменко Л.М. Управління розвитком інноваційного потенціалу підприємств малого і середнього бізнесу на основі економічної інтеграції / Л.М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні Проблеми Економіки. - 2013. - № 6. - С. 72-79.
65. Дмитраш О.П. Проблеми розвитку молодіжного інноваційного підприємництва в Україні / О.П. Дмитраш, В.В. Смирчинський // Проблеми науки. – 2009. - № 2. – С. 10-16.
66. Мігай Н.Б. Макроекономічні передумови розвитку інноваційного підприємництва / Н.Б. Мігай // Актуальні Проблеми Економіки. - 2012. - № 1. - С. 72-78.
67. Наливайченко К.В. Державна підтримка інноваційного бізнесу / К.В. Наливайченко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 2. – К., 2012. – С. 85-90.
68. Никифоров А.Є. Організаційні форми інноваційного підприємництва / А.Є. Никифоров // Проблеми науки. – 2010. – № 2. – С. 15-26.
69. Павленко І.В. Організаційно-функціональна структура інноваційного підприємництва в Україні / І.В. Павленко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 2. – К., 2010. – С. 55-61.
70. Пиріг Д.З. Досвід розвитку управління інноваційною діяльністю малих підприємств у зарубіжних країнах / Д.З. Пиріг // Актуальні Проблеми Економіки. - 2010. - № 3. - С. 163-170.
71. Пиріг Д.З. Урахування ризиків в оцінці економічної ефективності інноваційних проектів малих підприємств / Д.З. Пиріг // Актуальні Проблеми Економіки. - 2010. - № 7. - С. 144-152.

72. Умеров Р.Е. Принципи і методи оцінювання ефективності інноваційної діяльності малого й середнього бізнесу / Р.Е. Умеров // Актуальні Проблеми Економіки. - 2011. - № 11. - С. 108-115.

73. Умеров Р.Е. Використання зарубіжного досвіду інноваційного розвитку малого і середнього бізнесу в сучасних умовах українського ринку / Р.Е. Умеров // Актуальні Проблеми Економіки. - 2012. - № 6. - С. 96-105.

3. Проблеми та пріоритети малого та середнього підприємництва

74. Ігнат'єва І.А. Менеджмент організації малого та середнього бізнесу: підручник / І.А. Ігнат'єва, О.М. Паливода, Р.В. Янковий. – К.: КНУТД, 2012. - 243 с.

75. Сиротинська А.П. Інформаційні системи підприємств малого бізнесу: навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / А.П. Сиротинська, І.Д. Лазаришина. – К.: ЦУЛ, 2008. - 264 с.

76. Сук Л.К. Облік на підприємствах малого бізнесу : навч. посіб. / Л.К. Сук, П.Л. Сук, О.В. Данілочкіна. – К.: Каравела, 2012. - 352 с.

77. Алтынбеков М.А. Организация бухгалтерского учета на предприятиях малого бизнеса / М.А. Алтынбеков // Актуальні Проблеми Економіки. - 2012. - № 7. - С. 268-275.

78. Бобиль В. Розвиток малого та середнього підприємництва як складова соціально-економічної стабільності сучасної України / В. Бобиль // Україна: аспекти праці. – 2008. - № 3. – С. 35-38.

79. Болдирєва К.В. Категорія прибутку в системі відносин малого підприємництва / К.В. Болдирєва // Актуальні Проблеми Економіки. - 2012. - № 3. - С. 144-153.

80. Бондарук Т.Г. Державна політика підтримки малого підприємництва / Т.Г. Бондарук // Актуальні Проблеми Економіки. - 2007. - № 6. - С. 115-122.

81. Бондарчук К. Мале підприємництво як засіб розширення сфери зайнятості економічно активного населення / К. Бондарчук // Україна: аспекти праці. – 2011. - № 1. – С. 18-24.

82. Васильців Т.Г. Стратегія розвитку малого бізнесу в малих містах, визначення першочергових завдань в цій сфері / Т.Г. Васильців, О.І. Іляш // Економіка та держава. – 2008. - № 6. – С. 28-34.

83. Версан В.Г. Малое предпринимательство – неиспользованные резервы / В.Г. Версан // Стандарты и качество. – 2009. - № 9. – С. 40-43.

84. Волошин В.І. Проблеми та пріоритети зміцнення фінансової безпеки малого й середнього підприємництва в Україні / В.І. Волошин // Фінанси України. - 2011. - № 11. - С. 76-82.

85. Воронов М.П. Державне регулювання розвитку та підтримки малого і середнього підприємництва: досвід України і ЄС / М.П. Воронов, І.В. Дихнич // Статистика України. – 2011. - № 2. – С. 88-92.

86. Гаврюшенко Г. Зарубіжний досвід розвитку підприємницької діяльності та самозайнятості серед людей з інвалідністю/ Г. Гаврюшенко // Україна: аспекти праці. – 2013. - № 4. – С. 45-50.
87. Гладун П.П. Управління каналами розподілу продукції як складова комерційного успіху підприємства / П.П. Гладун // Актуальні Проблеми Економіки. - 2011. - № 6. - С. 83-88.
88. Гончарова Н.В. Регуляторна політика держави в сфері малого підприємництва України / Н.В. Гончарова // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наук. праць. Вип. 7-8. – К., 2008. – С. 95-97. – (Вип. 8).
89. Горняк О. Місце малого і середнього підприємництва в структурі міжнародного бізнесу (інвестиційний аспект) / О. Горняк, Ду Чуньбу // Маркетинг в Україні. – 2010. - № 5. – С. 24-28.
90. Грицино О.М. Фінансові аспекти організації малого бізнесу в Україні / О.М. Грицино // Економіка та держава. - 2011. - № 6. - С. 32-33.
91. Грицино О.М. Фінансові аспекти організації малого бізнесу в Україні (продовження)/ О.М. Грицино // Економіка та держава. - 2011. - № 7. - С. 24-25.
92. Гудзь Ю.Ф. Інтеграція малих підприємств як стратегічний напрям підвищення ефективності в нестабільному підприємницькому середовищі / Ю.Ф. Гудзь // Актуальні Проблеми Економіки. - 2011. - № 8. - С. 184-195.
93. Дегтяр О.А. Напрями вдосконалення організаційно-правового механізму державного регулювання розвитку малого підприємництва / О.А. Дегтяр // Економіка та держава. - К., 2008. - № 2. - С. 81-83.
94. Дубовик О.Ю. Доцільність стимулювання малого та середнього бізнесу / О.Ю. Дубовик, Н.В. Гавриленко // Економіка. Фінанси. Право. – 2013. - № 1. – С. 15-17.
95. Жуковська О.А. Інтервальна модель прийняття кредитного рішення малим підприємством в умовах нестабільності цін / О.А. Жуковська, В.В. Ковальова // Економіка та держава. - 2011. - № 5. - С. 71-73.
96. Кампо Г.М. Методичний підхід до вимірювання розвитку малого бізнесу в містах і районах регіону / Г.М. Кампо // Актуальні Проблеми Економіки. - 2008. - № 6. - С. 169-179.
97. Карпій С. Розвиток малого підприємництва як стратегія реалізації політики зайнятості на регіональному рівні / С. Карпій, В. Дьоміна // Економіст. - 2007. - № 4. - С. 42-45.
98. Кириченко О.А. Стратегія розвитку малого та середнього бізнесу в Україні / О.А. Кириченко, К.Г. Ваганов // Актуальні Проблеми Економіки. - 2008. - № 1. - С. 103-118.
99. Корнецький А.О. Особливості малого підприємництва України / А.О. Корнецький // Економіка та держава. - К., 2011. - № 5. - С. 83-85.

100. Корнух О.М. Державна підтримка розвитку малого підприємництва в Україні: сутність, форми та напрями / О.М. Корнух // Економіка та держава. – 2008. - № 7. – С. 82-84.
101. Костюк О.М. Самостійне існування малого бізнесу / О.М. Костюк // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наук. праць. Вип. 5. – К., 2010. – С. 133-137.
102. Кувила О. Малий бізнес: где взятъ деньги на стартап? / О. Кувила // Индустрия моды. – 2011. - № 4. – С. 72-76.
103. Кудла Н. Багатофункціональний розвиток сільських територій від базових ідей до активізації місцевого підприємництва / Н. Кудла // Економіка України. - К. : Преса України, 2008. - № 1. - С. 62-71.
104. Куцик О.І. Обґрунтування суті малого підприємництва та особливості його функціонування / О.І. Куцик // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 12. – К., 2012. – С. 164-169.
105. Олофінський О.О. Малий бізнес як сучасний механізм розв'язання соціально-економічних проблем в Україні / О.О. Олофінський // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 2. – К., 2011. – С. 22-27.
106. Остапенко Н.В. Сутність і структура інституціонально-економічного механізму підтримки малого підприємництва / Н.В. Остапенко // Актуальні Проблеми Економіки. - 2012. - № 7. - С. 86-93.
107. Піскунов О.В. Моделювання розвитку малого підприємства за різних форм державної фінансової підтримки / О.В. Піскунов // Фінанси України. - 2010. - № 8. - С. 115-124.
108. Сабіна Н.Ю. Державне регулювання малого підприємництва як один із напрямів економічної соціалізації в Україні / Н.Ю. Сабіна // Економіка та держава. - 2011. - № 2. - С. 65-67.
109. Умеров Р.Е. Принципи і методи оцінювання ефективності інноваційної діяльності малого і середнього бізнесу / Р.Е. Умеров // Актуальні проблеми Економіки. – 2011. - № 11. – С. 108-115.
110. Умеров Р.Е. Організаційний механізм інвестування інноваційної діяльності малого і середнього бізнесу в Україні / Р.Е. Умеров // Актуальні Проблеми Економіки. - 2011. - № 12. - С. 160-164.
111. Умеров Р.Е. Особливості розвитку малого підприємництва в Україні / Р.Е. Умеров // Актуальні Проблеми Економіки. - 2012. - № 10. - С. 64-67.
112. Усик В.І. Розвиток поняття «сектор малого та середнього бізнесу» в Україні та ЄС / В.І. Усик // Актуальні Проблеми Економіки. - 2009. - № 4. - С. 153-158.
113. Федорченко С.В. Проблеми розвитку малого бізнесу в Україні / С.В. Федорченко // Економіка та держава. - К., 2008. - № 5. - С. 4-5.

114. Шабранська Н.І. Інституційні шляхи розв'язання проблем ресурсного забезпечення малого інноваційного підприємництва / Н.І. Шабранська // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наук. праць. Вип. 11. – К., 2011. – С. 108-114.
115. Шерстенников Ю.В. Модель життєвого циклу проекту і сезонності в роботі малого підприємства / Ю.В. Шерстенников // Актуальні Проблеми Економіки. - 2011. - № 8. - С. 334-347.

4. Галузеве підприємництво

116. Грехов А.М. Електронний бізнес (Е - комерція): навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів / А.М. Грехов. – К.: Кондор, 2008. - 302 с.
117. Беленкова О.Ю. Оцінка фінансової стійкості малих будівельних підприємств України в 2000-2008 роках / О.Ю. Беленкова, Н.Б. Сердюченко, Ю.В. Антропов // Економіка та держава. - 2011. - № 1. - С. 56-60.
118. Божидарник Т. Форми підприємництва в молокопродуктовому підкомплексі: проблеми інституціоналізації та перспективи інтеграції / Т. Божидарник // Економіст. – 2010. - № 12. – С. 42-45.
119. Булах Т.М. Організаційно-економічне забезпечення регіонального розвитку підприємництва в сфері послуг / Т.М. Булах // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наук. праць. Вип. 4. – К., 2008. – С. 143-149.
120. Булах Т.М. Шляхи поліпшення ресурсного забезпечення розвитку підприємництва в сфері послуг / Т.М. Булах // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 1. – К., 2010. – С. 66-69.
121. Герасимчук Н.А. Розвиток підприємництва на селі шляхом організації співпраці малих сільськогосподарських і агротуристичних підприємств / Н.А. Герасимчук // Актуальні Проблеми Економіки. - 2009. - № 9. - С. 96-101.
122. Гринь Є.Л. Механізм вдосконалення інформаційно-консультаційного забезпечення розвитку агробізнесу / Є.Л. Гринь // Економіка та держава. – 2008. - № 11. – С. 107-108.
123. Грищенко І.М. Фактори розвитку комерційних послуг в економіці України / І.М. Грищенко // Економіка та держава. – 2007. - № 2. – С. 21-23.
124. Давиденко Н.М. Етика бізнесу як основний елемент корпоративної культури в АПК / Н.М. Давиденко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 3. – К., 2011. – С. 13 -14.
125. Давиденко Н.М. Розвиток корпоративного управління в агробізнесі України / Н.М. Давиденко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наук. праць. Вип. 3. – К., 2012. – С. 95-99.
126. Дутко Н.Г. Напрями розвитку державно-приватного партнерства: галузь охорони здоров'я / Н.Г. Дутко // Економіка та держава. – 2011. - № 1. – С. 105-108.

127. Запатріна І.В. Публічно-приватне партнерство в Україні: перспективи застосування для реалізації інфраструктурних проектів і надання публічних послуг / І.В. Запатріна // Економіка і прогнозування. – 2010. - № 4. – С. 62-86.
128. Кавун О.О. Організаційні засади формування підприємницьких об'єднань у конкурентному середовищі роздрібно́ї торгівлі / О.О. Кавун // Актуальні Проблеми Економіки. - 2011. - № 6. - С. 101-106.
129. Клименко Н.А. Методичні підходи до системної взаємодії еколого-економічних процесів в агробізнесі / Н.А. Клименко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наук. праць. Вип. 6. – К., 2008. – С. 77-80.
130. Клокар О.О. Аналіз та підвищення ефективності підприємницької діяльності в аграрному секторі економіки / О.О. Клокар // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наук. праць. Вип. 7-8. – К., 2011. – С. 67-69. – (Вип. 7).
131. Корсак В. Франчайзинг – ефективний спосіб організації роздрібно́ї торгівлі та стимулювання розвитку економіки регіонів / В. Корсак // Економіст. - 2012. - № 8. - С. 60-62.
132. Котюк А.Б. Планування підприємницької діяльності автомобілебудівними компаніями України / А.Б. Котюк // Актуальні Проблеми Економіки. - 2008. - № 3. - С. 128-133.
133. Рижаківа Г.М. Вплив факторів на обсяг реалізації продукції (робіт, послуг) малих підприємств у освіті / Г.М. Рижаківа // Економіка та держава. - К., 2011. - № 1. - С. 68-70.
134. Сидоренко І.О. Реструктуризація у готельному бізнесі / І.О. Сидоренко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наук. праць. Вип. 10. – 2011. – С. 133-138.
135. Скакун В.А. Вступ до теорії управління бізнес-процесами будівельних підприємств / В.А. Скакун // Економіка та держава. - 2008. - № 10. - С. 58-60.
136. Тупкало В.М. Стратегія розвитку готельного бізнесу в Україні / В.М. Тупкало, Г.П. Вітавська // Економіка та держава. – 2007. - № 4. – С. 43-44.
137. Чорна Н.П. Розвиток аграрного бізнесу в Україні в контексті впливу світової фінансово-економічної кризи / Н.П. Чорна // Актуальні Проблеми Економіки. – 2009. - № 11. – С. 40-48.
138. Штангрет А.М. Ключові аспекти розвитку підприємництва у видавничо-поліграфічній галузі України / А.М. Штангрет, В.В. Шляхетко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. Вип. 7-8. – К., 2008. – С. 61-65. – (Вип. 8).
139. Ярмолка В.М. Особливості стратегічного маркетингового планування в посередницьких організаціях туристичної індустрії / В.М. Ярмолка // Актуальні Проблеми економіки. – 2010. - № 8. – С. 191-196.

Видавець:
Чигиринська центральна бібліотека
20901 м. Чигирин, вул. Б.Хмельницького,28
E-mail: chyhyryn_library@mail.ru