

2020
ДОВІДНИК
ДЛЯ ПІДПРИЄМЦІВ

ЧАСТИНА 2. НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК
Скорочене видання

Автори: А.С.Коноваленко, Л.О. Болтянська, Д.М.Трачова, Т.В. Куліш, Б.В. Болтянський, С.В. Дереза, В.М. Тебенко, Н.С. Серських

Скорочене видання навчального посібника рекомендовано для підприємців, керівників підприємств, слухачів бізнес-шкіл, учасників бізнес-інкубаторів, студентів, викладачів та інших фахівців, діяльність яких пов'язана з підприємництвом.

Укладено колективом авторів для викладачів, студентів, підприємців, керівників підприємств, широкого кола слухачів бізнес-шкіл, учасників бізнес-інкубаторів та інших фахівців, діяльність яких пов'язана з підприємництвом в рамках діяльності Бізнес інкубатору ТДАТУ.



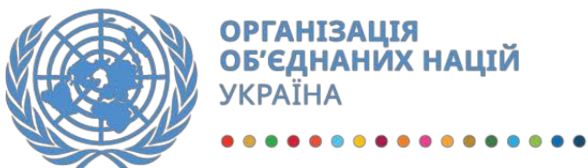
Довідник для підприємців. Частина 2: Навч. Посібник.– Мелітополь.: Видавництво, 2020.– 88 с. Тираж. 500 од.

«Довідник для підприємців. Частина 2: Навчальний посібник» видається в рамках проекту «Сервіс промоції для крафтового мікро та малого бізнесу Мелітопольського регіону», який реалізується Агенцією розвитку Мелітополя в межах Програми ООН із відновлення та розбудови миру за фінансової підтримки Європейського Союзу.

Думки, зауваження, висновки або рекомендації, викладені в документах, належать авторам і не обов'язково відображають погляди ООН та ЄС.

Програму ООН із відновлення та розбудови миру реалізують чотири агентства ООН: Програма розвитку ООН (ПРООН), Структура ООН з питань гендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок (ООН Жінки), Фонд ООН у галузі народонаселення (UNFPA) і Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО).

Програму підтримують тринадцять міжнародних партнерів: Європейський Союз (ЄС), Європейський інвестиційний банк (ЄІБ), Посольство США в Україні, а також уряди Великої Британії, Данії, Канади, Нідерландів, Німеччини, Норвегії, Польщі, Швейцарії, Швеції та Японії.



СУЧАСНІ МЕТОДИ ГЕНЕРАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ІДЕЙ

Комерційний успіх бізнесу залежить від відповідності запропонованих ринку корисних властивостей товарів (послуг) очікуванням цільового ринку. Іноді досягти розвитку власної справи можливо, просто наслідуючи успішний досвід існуючих підприємств. Однак, це можливо за умов ненасиченості ринку відповідною товарною масою.

У своїй більшості сьогодні на ринку ми спостерігаємо перенасиченість ринку товарами та послугами, які приблизно однакові за якістю, знаходяться в одному ціновому діапазоні. Концентрація конкуренції на таких ринках суттєва, що унеможливорює або значно зменшує шанси нового підприємця досягти успіху та виправдати комерційні очікування. Тому конкурентоспроможність забезпечують нові підходи, які якісно відрізняються від тієї пропозиції, яка вже сформована на ринку.

Підприємство здатне «вижити» в умовах конкурентної боротьби за рахунок постійного пристосування до вимог ринку, що можливо досягти шляхом врахування змін у зовнішньому середовищі та запровадження досягнень науково-технічного прогресу.

У складних ринкових умовах виграє той, хто здатен знаходити та реалізовувати інноваційні ідеї, як у сфері товарної пропозиції, так й у застосуванні нових підходів до організації розподілу товарів й просування бізнесу.

Інноваційна діяльність — це суто творча діяльність, в якій фінансові ресурси не завжди вирішують успіх справи. Адже навіть за умов достатності ресурсів потрібні засоби ефективного маркетингового забезпечення та підтримки інноваційної діяльності, що вимагають поєднання наукового пошуку та мистецтва маркетингу. Успіх на ринку забезпечує щось нове, а новизна товарів є результатом творчого пошуку та самостійної комерційної цінності.

В маркетингу термін **«новий товар»** має визначену глибину, тобто товар є новим, якщо він:

- задовольняє нові потреби;
- задовольняє нового потенційного споживача;
- задовольняє умови нових ринків.

Потреба ринку у «новому» обумовлена багатьма причинами, які стосуються покупців, технологій, конкурентів, правових норм. Ринок не завжди мотивує появу нових товарів, але завжди повинен їх сприймати. Отже, навіть якщо потреба у появі нового товару або послуги не формується споживачем, а є результатом роботи підприємця-новатора, то це вимагає впевненості, що товар, який задовольняє певну потребу знайде своїх покупців. Зміна в технології призводить до старіння одних товарів і до появи нових (це особливо наглядно на ринку інформаційних технологій, гаджетів).

Досвід розвинених країн світу свідчить, що основним чинником економічного зростання є інновації. В цілому, інноваційні фактори в останні десятиліття почали відігравати провідну роль у забезпеченні економічного розвитку суспільства, підвищенні конкурентоспроможності національних економік та окремих компаній. За результатами досліджень доведено, що у економічно розвинених країнах до 85-90% приросту ВВП забезпечується наукомісткою продукцією. В Україні ж частка інновацій у загальному обсязі промислового виробництва становить тільки 9%.

На ринку споживчих товарів в Україні на сьогодні можна зазначити такі **основні тенденції**:

1. Поява нових підприємств на ринку, які пропонують традиційну продукції (або послуга), не має перспектив, спричиняє збитки та їх банкрутство. Якщо товар не відповідають

запитам ринку, не слід її випускати навіть за умови її технічної досконалості та високої ефективності виробництва;

2. Запити споживачів набувають індивідуалізованого характеру. Прискорення темпів НТП призводить до необхідності пропонувати ринку якісно новий продукт, а не удосконалювати застарілі товари. Підприємцям необхідно прагнути не зниження витрат, а збільшення доходу від реалізації власної продукції (послуг);

3. В Україні посилюється спеціалізація та зниження серійності виробництва різних товарів, обумовлена зміною потреб та запитів споживачів та розшаруванням населення за рівнем доходу. Набиратиме оберти малий та середній бізнес з вузькою спеціалізацією;

4. У структурі витрат підприємства спостерігається зростання частки витрат на збут продукції порівняно з витратами на виробництво;

5. Зростання частки інноваційних товарів у структурі виробництва та збуту підприємства у економічно розвинених країнах;

6. Посилення інтеграційних процесів у світовій економіці, загострення конкуренції з боку іноземних товаровиробників, зростання відкритості України стимулюють вітчизняного виробника реалізовувати заходи щодо адаптації своєї діяльності до нових умов господарювання;

7. Більш перспективними на ринку стають товарні комплекси (товари з підкріпленням), які окрім товару передбачають наявність передпродажного, післяпродажного сервісу, надання консультацій та навчання споживачів, гарантії повернення, заміни тощо.

Зазначені тенденції спонукають підприємців в Україні створювати та пропонувати ринку товари з новими споживчими якостями. Таким чином, *інноваційним розвиток* передбачає постійний процес пошуку та використання нових способів та сфер реалізації потенціалу підприємства в умовах нестабільності зовнішнього оточення в межах визначеної місії й прийнятої мотивації діяльності та пов'язаний з модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту.

Прагнення підприємця пропонувати ринку інноваційні товари (або послуги) вимагає здійснення низки відповідних маркетингових заходів:

- маркетингові дослідження ринку з метою виявлення незадоволених потреб споживачів та генерувати новаторську ідею;

- заходи з формування ринкового попиту на нові товари (послуги);

- адаптація інновацій до потреб ринку;

- сегментація ринку та вибір цільових сегментів для інновацій;

- позиціонування інновацій відносно товарів-конкурентів та товарів-замінників;

- розробка стратегії та тактики маркетингу інновації;

- пошук нових сфер застосування та їх дифузія.

За Ф.Котлером маркетинг нового продукту містить такі основні етапи:

- визначення напрямів дослідження;

- генерація ідей;

- відбір ідей;

- розробка та тестування концепції товару;

- розробка стратегії маркетингу;

- економічний аналіз;

- створення прототипу;

- пробний маркетинг;

- запуск комерційного виробництва.

Генерація ідей – це пошук ідей нових товарів (послуг). Відома значна кількість різних багато способів організувати постійний пошук ідей, на основі аналізу джерел інформації та

застосування творчих методів генерації ідей. Розрізняють внутрішні та зовнішні джерела інноваційних ідей.

Внутрішніми джерелами ідей можуть бути довірчі бесіди зі знайомими, партнерами, співробітниками, персоналом, проведення мозкової атаки тощо. Джерела інноваційних ідей знаходяться усередині самого підприємства. Генераторами ідей можуть виступати дослідники, маркетологи, торгові агенти, дизайнери тощо.

Зовнішні джерела ідей:

- засоби масової інформації;
- спілкування зі споживачами, їхні скарги, побажання, звернення;
- рекламна продукція та сайти конкурентів;
- спеціалізована література;
- вивчення інформації галузевих об'єднань;
- відвідання конференцій, семінарів, форумів, виставок;
- спілкування з постачальниками;
- участь у конкурсах, змаганнях;
- програми соціально-економічного розвитку регіону, галузі;
- інформація на форумах та у соціальних мережах тощо.

Основу генерації ідей становлять інформаційне, методичне та технічне забезпечення:

- інформаційне забезпечення – база знань, результати прогнозів, вивчення патентів, стандартів тощо;

- методичне забезпечення базується на обранні способів вирішення творчих, стандартизаційних та оптимізаційних завдань;

- технічне забезпечення пов'язано із застосуванням інформаційних технологій, обчислювальної техніки, програмно-технічних комплексів та систем автоматизованого проектування.

Ідея нового товару, послуги або виду діяльності може виникати в процесі цілеспрямованого пошуку або випадково. Цілеспрямований пошук ідей інновацій базується на використанні **загальних методів науково-технічної діяльності:**

- методи прогнозування (або прогностики) (табл.1);
- логістичні методи;
- методи інверсії;
- комбінування.

Наведені групи, у свою чергу, включають певні набори методів.

Таблиця 1

Методи прогностики

Група методів	Приклад	Застосування
Фактографічні методи прогнозування	<p>Статистичні методи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - регресійний аналіз (авторегресійні моделі, багатофакторні моделі, парні регресії); - прогнозна екстраполяція. <p>Методи аналогій:</p> <ul style="list-style-type: none"> - математичних, історичних; - факторне моделювання <p>Випереджальні методи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналіз динаміки науково-технічної інформації; - метод прогнозування рівня техніки. 	<p>Передбачають використання кількісної та якісної інформації про події, які вже відбулись, інформація зафіксована на певних носіях, наслідки подій можливо оцінити.</p> <p>Наприклад, оцінка тенденцій розвитку ринку для запровадження стартапу.</p>

<p>Експертні методи прогнозування</p>	<p>Індивідуальні експертні оцінки: - метод прямого опитування; - метод анонімного опитування. Колективні експертні оцінки: - незалежний інтелектуальний експеримент; - «залежний» інтелектуальний експеримент.</p>	<p>Передбачають залучення до процесу генерації ідей висококваліфікованих фахівців відповідної сфери діяльності. Головним чинником оцінки перспектив слугує їх компетентність та професійна інтуїція.</p>
---------------------------------------	---	---

Часто для створення нових продуктів або запровадження нового виду діяльності використовують **методи прогностики**, які дозволяють прогнозувати розвиток відповідної товарної пропозиції, умов виробництва, збуту та споживання. Прогнозування ґрунтується на врахуванні наявних причинно-наслідкових зв'язків між прогнозованими та іншими явищами, об'єктами, показниками. Обґрунтоване бачення перспектив та можливого стану товару в майбутньому, альтернативних напрямів та термінів розвитку підприємства є головним методом генерування інноваційних ідей.

Методи прогностики поділяють на фактографічні та експертні.

До **логістичних методів** пошуку інноваційних ідей відносять асоціювання та генерування ідей.

Метод асоціювання ідей ґрунтується на використанні можливостей органів чуття людини (смак, слух, зір, нюх, дотик) та її розумових здібностей. Слухаючи, спостерігаючи або відчуваючи певні об'єкти, людина здатна відійти від цього образу та уявити інший, який матиме певну подібність, однак при цьому буде принципово відрізнятись. Такий процес передбачає пошук точних відповідей на значну кількість питань, обґрунтування переваг та недоліків конструктивних рішень щодо товару, можливостей його використання за нових умов тощо. Досліджують можливі зміни зовнішнього оформлення, комплектації або принципів дії, заміни матеріалів тощо. Пошук відповідей на такі питання дозволяють створювати образ майбутнього об'єкта або виду діяльності. Наприклад, спостерігання за таким природним явищем, як водоспад наштовхнуло дизайнерів на використання у ресторанах, готелях та інших громадських місцях штучних стін, які імітують падіння води з висоти. Такий інноваційний підхід до оформлення інтер'єру спричиняв збільшення кількості відвідувачів закладів.

Метод генерування ідей ґрунтується на систематизації інформації стосовно розвитку певного виду товару в минулому та на логічному аналізі цих даних для визначення можливих напрямків розвитку продукту в майбутньому. До популярних засобів генерування ідей відносять діаграми та матриці ідей, метод мозкової атаки (метод «мозкового штурму») та евристичні методи.

Для генерування ідей за допомогою діаграми ідей використовують відповідний графічний матеріал (табл. 2).

**Морфологічна матриця ідей
стартапа з виробництва кондитерських виробів**

Параметри	Можливі варіанти рішення			
	1	2	3	4
1. Вид діяльності	Виробництво	Спеціалізовані магазини	Кафе	Острівна торгівля
2. Вид виробу	Печиво	Цукерки	Тістечка	Пряники
3. Масштаби діяльності	Локальні ринки	Регіональний ринок	Внутрішній ринок	В мережі Інтернет
4. Характер виробництва	Хейнд-мейд	Індивідуальне замовлення	Серійне виробництво	Масове виробництво
5. Особливість продукту (бізнесу) або цільовий сегмент	Соціальне підприємництво	Дитяча продукція	Виробництво для людей з особливими потребами	Premium-сегмент

Шляхом співставлення різних параметрів можливостей нового бізнесу, можливо отримати чисельну кількість різних варіантів його запровадження. На підставі чотирьох запропонованих варіантів можливих рішень за п'ятьма характеристиками можливо отримати 20 ідей для стартапу, наприклад:

- виробництво пряників за індивідуальним замовленням premium-класу та продаж його через Інтернет;
- організація серійного виробництва дитячого печива та його продаж шляхом острівної торгівлі в мережі супермаркетів;
- залучення людей з особливими потребами (соціальне підприємництво) до серійного виробництва тістечок та продаж їх у приватній мережі кафе у різних регіонах тощо.

Створення таких даїграм наочно дозволяє активізувати творчу діяльність при здійсненні пошуків нових варіантів розв'язання існуючих проблем шляхом поглиблення ознак систематизації та класифікації об'єкта.

Метод генерування з використанням матриці ідей передбачає проникнення у морфологію (склад та структуру) виду діяльності або конкретного виробу. Такий метод є продуктивним, оскільки він дає змогу отримати значну кількість комбінацій альтернативних ідей та пошуку інноваційних рішень.

Метод мозкового штурму є простим та ефективним способом генерації інноваційних ідей. Його універсальність дозволяє широко використовувати цей метод при рішенні конструкторських, технологічних, організаційних, управлінських, економічних завдань, при проведенні експертиз у цих областях, а також при прогнозуванні. Він передбачає наявність підготовчого етапу, етапу генерації ідей та здійснення підсумкового аналізу й оцінки ідей:

1. Підготовчий етап полягає у здійсненні організації процесу мозкового штурму, починаючи з ухвалення рішення щодо необхідності використання мозкового штурму для рішення проблеми, призначення ментору, відповідального за організацію й процедурну частину роботи, постановку задач, підбір учасників (6-10 осіб), оформлення приміщення, налагодження необхідного обладнання, рішення інших організаційних питань;
2. Процедура проведення мозкового штурму, яка передбачає дотримання певних правил (заборону на критику, висування свідомо нереальних, фантастичних, жартівливих ідей,

заборона на обґрунтування висунутих ідей). Процес генерування нових ідей активізується ментором протягом 35-55 хвилин у колектив;

3. Отримані ідеї фіксують у стенограмі або аудіо запису з метою їх подальшої оцінки та аналізу. Відбувається висунання ідей для перетворення пропозицій, сформованих раніше з метою виявлення шляхів їх практичного застосування.

Метод мозкового штурму застосовують для пошуку рішень у недостатньо дослідженій сфері, для виявлення нових напрямків рішення проблеми, для пошуку нових шляхів використання традиційних виробів або матеріалів, для виявлення недоліків існуючого виробу.

Така форма проведення мозкового штурму є класичною. Однак існує ще декілька модифікацій мозкового штурму.

Анонімний мозковий штурм. Безпосередньо мозковий штурм проводиться до засідання. Учасників просять сформулювати та записати всі ідеї, які стосуються проблеми, на аркуші паперу і віддати їх ведучому. Ведучий представляє ідеї послідовно, не називаючи авторів, а група розвиває і вдосконалює ці ідеї.

Дидактичний мозковий штурм (техніка Літта). До початку засідання постановка проблеми точно відома тільки ведучому, який підводить учасників до проблеми поступово протягом, як правило, серії засідань: спочатку їх знайомлять лише із загальними аспектами проблеми, надалі додаткова інформація виводиться послідовно, внаслідок чого проблема вирішується повністю.

Деструктивно-конструктивний мозковий штурм. Мозковий штурм проводиться двома етапами. На першому етапі висвітлюються всі вади існуючого рішення проблеми, а на другому ведеться пошук нових, кращих ідей.

Техніка творчої співпраці. При цьому методі групова робота змінюється на індивідуальну. Спочатку протягом 10-15 хвилин проводиться груповий мозковий штурм. Потім учасники індивідуально (5-10 хвилин) обдумують проблему, записують нові ідеї. Вдосконалюють висловлені в процесі дискусії пропозиції.

Конференція ідей є модифікацією методу мозкового штурму, яка відрізняється вищим темпом засідання і припускає доброзичливу критику у формі реплік і коментарів. Усі ідеї фіксуються в протоколі, але автори не вказуються.

Різновидом цього методу є:

- конференція ідей Гільде;
- дискусія 66;
- метод 635.

Конференція ідей Гільде. До участі в конференції ідей залучають і працівників, добре обізнаних з проблемою, і новачків, здатних висувати нові свіжі ідеї, оскільки над ними не тяжіють традиційні підходи до її вирішення. Скептиків або фахівців, які вважають, що краще за інших все знають, не варто запрошувати на конференцію. Головуючий, статус якого під час конференції рівним з іншими, має підтримувати невимушену обстановку, неухильно рухаючись до мети.

Дискусія 66 (серія гудучих голосів). Учасників розбивають на групи по шість осіб, кожен незалежно від інших готує своє рішення проблеми або відпрацьовує позицію щодо певного питання. У кожній групі визначається ведучий, протоколіст, спікер. Групова робота триває приблизно 6 хвилин. Після цього всі групи збираються на пленарне засідання, на якому може бути вибраний новий погляд на проблему, яку знову обговорюють окремо протягом короткого часу.

Метод 635. Група, до складу якої входять 6 учасників, аналізує і чітко формулює проблему. Після цього кожен з учасників протягом 5 хвилин заносить до формуляру 3 пропозиції щодо вирішення проблеми і передає формуляр своєму сусідові, який бере до уваги пропозиції попередника і занотовує ще три власні пропозиції. Вони можуть виникнути внаслідок певних асоціацій із записаними рішеннями або бути абсолютно новими. Після того,

як усі учасники опрацювали формуляри, процес завершується. Час, який надається для обдумування на останніх фазах, може бути продовжений.

Одним з ефективних методів генерування ідей є синектика.

Синектика — це пошук ідей нових товарів на основі використання аналогій з інших сфер життя. В основу синектики покладено мозковий штурм, до участі в якому запрошують фахівців з різних сфер.

Основні прийоми, які використовуються в синектичному штурмі, засновані на аналогії:

- прямій (як вирішуються завдання, які схожі на дане);
- особистій (уявіть образ даного у завданні об'єкта та охарактеризуйте власну позицію стосовно нього);
- символічній (сформулюйте образне визначення сутності завдання);
- фантастичній (уявіть, як таке завдання могли б вирішити фантастичні персонажі).

Можна виділити **три варіанти синектики**:

1. Класична синектика. Зазвичай передбачає створення групи із 5-7 осіб, базується на правилах і умовах проведення мозкового штурму;

2. Синектична конференція. Має багато елементів подібно до методів класичної синектики, але не передбачає дотримання чіткої послідовності синектичного процесу, зберігається лише стиль обговорення проблеми через аналогії;

3. Візуальна синектика. Це метод, за якого відчуження і стимулювання пошуку ідей здійснюється за допомогою зображення (фото, діапозитивів, великих зображень на календарях, рекламних проспектах, виставлених на стендах). Відчуження (аналіз) проводиться після того, як учасники спільно описують перше зображення. Ідеї з'являються з елементів представленого зображення.

Метод контрольних питань реалізується за допомогою переліку питань, розроблених А. Осборном, Т. Ейлоаром, Д. Пірсоном, Г.Л. Бушем та іншими. До переліку входять 9 груп питань:

1. Яке нове застосування можна запропонувати для об'єкта?
2. Який інший об'єкт подібний до цього і що можна скопіювати?
3. Які модифікації можна отримати завдяки обертанню, вигину, скручуванню, повороту, зміні функцій, кольору, форми, контура?
4. Що у технічному об'єкті можна збільшити (розміри, міцність, кількість елементів тощо)?
5. Що у технічному об'єкті можна зменшити (ущільнити, стиснути, прискорити, звузити, подрібнити)?
6. Що у технічному об'єкті можна замінити (елемент, матеріал, привід та ін.)?
7. Що в об'єкті можна переробити (схему, компонування, порядок роботи та тощо)?
8. Що в об'єкті можна зробити навпаки?
9. Які нові комбінації елементів можливі?

Метод словесних асоціацій. В процесі пошуку потреби, які може задовольняти виробі підприємці, робота здійснюється над поліпшенням наявного товару або форми обслуговування. У такому випадку на ідею можуть підштовхнути слова.

Метод словесних асоціацій полягає у методичному складанні та перечитуванні списку слів та категорій. Джерелом словесних асоціацій можуть бути словники, журнали з проблем маркетингу, виробництва таторгівлі, ресурси Інтернет або технічна література. Наприклад, «Стимулятор ідей» («Контрольний список слів»), який можна застосувати у пошуку ідеї для стартапу (табл. 3).

Метод колективного блокнота передбачає надання всім учасниками процесу генерації ідей блокнотів, у яких протягом певного часу вони мають записувати ідеї, які спали їм на думку. Через певний термін усі блокноти передають координатору, який впорядковує отримані матеріали, надає учасникам для вивчення та обговорення.

Евристичні методи базуються на асоціативних здібностях людини, її вмінню інтуїтивно мислити.

Таблиця 3

«Стимулятор ідей» / «Контрольний список слів»

Стимулятор ідей	Контроль список слів
1. Чи можна змінити розмір?	Більше; менше; довше; коротше; тонше; товще; глибше; дрібніше; поставити вертикально; покласти горизонтально; зробити похилим або паралельним; зробити шарами; перевернути (поміняти місцями); навхрест; сходитися в одній точці; оточувати; змішувати; викреслювати; межа.
2. Чи можна змінити кількість?	Більше; поділити на менші частини; менше; приєднати до чого-небудь; змінити пропорції; додати до чого-небудь.
3. Чи можна змінити установлений порядок?	Упорядкувати; перевага; початок; зібрати або розібрати; сформувати.
4. Чи можна змінити елемент часу?	Швидше; повільніше; довше; вічне; одночасне; випереджувати; поповнювати; повторення; змінний.
5. Чи можна змінити причину або наслідок?	Стимулювати; посилити; голосніше; тихіше; зміна; знищити; впливати; протидія.
6. Чи можна змінити характерні ознаки?	Сильніше; слабше; переробити; замінити; взаємозаміна; стабілізувати; зміна напрямку; пружний; однаковий; дешевший; дорожчий; додати кольору; змінити колір.
7. Чи можна змінити форму?	Звичайна; незвичайна; прямий; заокруглення; уникати ушкодження, затримки.
8. Чи можна змінити рух?	Оживити; зупинити; прискорити; уповільнити; напрям; відхилення; відштовхувати; дозволяти; припиняти; піднімати; притягувати; обертатися; коливатися.
9. Чи можна змінити стан або умову?	Гарячий; холодний; твердіше; м'якше; відкритий або закритий; сформований раніше; одноразового використання; сумісний; роздільний; затверділий; рідкий; газоподібний; у вигляді порошку; зношувати; змащений; вологіший; сухіший; ізолюваний; шипучий; желеподібний; еластичний; легше; важче.
10. Чи можна запропонувати щось нове для продажу?	Чоловіки; жінки; діти; літні люди; інваліди; іноземці.

До таких методів відносять правила та рекомендації, які допомагають розв'язати задачу без попередньої оцінки ймовірних результатів. До найпоширеніших евристичних методів належать методи аналогії та інверсії (табл. 4).

Систематизація евристичних методів аналогії

<i>Об'єкти наслідування</i>	<i>Методи аналогії</i>
Об'єкти неживої природи	
Предмети природного середовища	Метод репродукції
Предмет штучного середовища	Метод пристосування
	Метод копіювання
	Метод прецеденту
	Метод модифікації
	Метод конвертування
	Метод конструктивної подібності
	Метод реінтеграції
Метод псевдоморфізації	
Об'єкти живої природи	
Істоти (як сучасні, так і вимерлі)	Метод біохімії
	Метод біомеханіки
	Метод біоархітектури
	Метод палеобіоніки
Людина	Метод антропоморфізації
	Метод біокібернетики
	Метод відтворювання суспільних явищ

Методи аналогії відображають природне прагнення людини наслідувати та відтворювати власноруч предмети, процеси та явища оточення.

Узагальнені евристичні методи аналогії залежно від специфіки об'єкта наслідування поділяють на два класи: методи наслідування об'єктів неживої природи, методи наслідування об'єктів живої природи (людини та інших біологічних істот).

Метод аналогії має багато різновидів:

- метод репродукції (відтворює специфічні особливості предметів навколишнього середовища в об'єктах, що проектуються);

- метод пристосування (передбачає кілька простих операцій з пристосування природних конструкцій та речовин для споживчих цілей);

- метод копіювання (використання стандартних копіювальних пристроїв для багаторазового використання аналогічних рішень, які були знайдені раніше);

- метод прецеденту (передбачає використання в новому товарі оригінального й ефективного функціонального принципу, застосованого у попередніх моделях);

- метод конструктивної подібності (проектування товарів, що є геометричною (лінійною, площиною або об'ємною) аналогією вже існуючих);

- метод реінтеграції (створення нового складного товару за аналогією з відносно простим);

- метод палеобіоніки (прототипами для нових товарів слугують силуети викопних тварин);

- метод біомеханіки (відтворення в товарах, що розробляються, принципів механіки руху істот);

- метод біоархітектури (використання для нових товарів форм та пропорцій, властивих об'єктам живої природи);

- метод біокібернетики (проектування товарів, які штучно відтворюють функції, притаманні людині);

- методи біоніки (пристосування закономірностей та принципів функціонування живого організму з метою створення штучних технічних систем).

Метод інверсії (від лат. перестановлення) передбачає пошук рішень у напрямках, протилежних загальноновизнаним для аналогічних об'єктів.

Творчий пошук інноваційних ідей створення товарів (послуг) або стартапу із застосування новітніх засобів та інструментів генерації ідей завершується стадією реалізації, яка передбачає технічне оформлення розв'язання творчого завдання, перевірку й дослідні випробування рішень з наступним внесенням до нього необхідних змін, поправок та доповнень, реалізацію рішень на практиці та їх подальший розвиток й удосконалення.

ОБЛІК У ПІДПРИЄМЦІВ НА ЗАГАЛЬНІЙ СИСТЕМІ ОПОДАТКУВАННЯ

Фізичні особи - підприємці на загальній системі оподаткування зобов'язані вести Книгу обліку доходів і витрат та мати підтверджуючі документи щодо походження товару.

До документів, які Ви повинні мати у себе в такому разі, відносяться, зокрема: накладна на товар та виписка з банку, квитанції про оплату, чек або інший документ, що підтверджує оплату товарів, робіт, послуг. На підставі таких документів заповнюються Книги обліку доходів і витрат, складається податкова звітність.

Разом з тим Ви, як платник податків, зобов'язані забезпечити зберігання первинних документів, а також документів, пов'язаних з виконанням вимог законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи, не менш як 1095 днів з дня подання податкової звітності, для складення якої використовуються зазначені документи, а у разі її неподання - з передбаченого Податковим Кодексом граничного терміну подання такої звітності.

У разі втрати, пошкодження або дострокового знищення первинних документів, платник податків зобов'язаний у п'ятиденний строк з дня такої події письмово повідомити контролюючий орган за місцем обліку в порядку, встановленому Податковим Кодексом для подання податкової звітності, та контролюючий орган, яким було здійснено митне оформлення відповідної митної декларації.

Платник податків зобов'язаний відновити втрачені документи протягом 90 календарних днів з дня, наступного за днем надходження повідомлення до контролюючого органу.

Таким чином, первинні документи на товари підприємці повинні зберігати не менше трьох років.

Якщо підприємець здійснює діяльність, що вимагає отримання дозволу (ліцензії), він повинен мати і такий дозвіл (ліцензію).

Крім цього, якщо Ви - підприємці на загальній системі оподаткування, якій здійснює готівкові розрахунки в межах торговельного обороту, то Ви повинні проводити розрахункові операції за допомогою РРО, а отже, мати книгу обліку розрахункових операцій (КОРО).

А якщо Ви маєте найманих працівників, - ще й відповідну кадрову документацію та первинні документи по нарахуванню доходів працівникам та нарахування податків та ЄСВ з таких доходів.

Ви, як фізична особа - підприємець на загальній системі оподаткування зобов'язані вести Книгу обліку доходів і витрат, у якій щодня на підставі первинних документів здійснюються записи про операції, що відбулися у звітному (податковому) періоді. Книга ведеться за Вашим вибором в паперовому або електронному вигляді.

Якщо Ви обрали ведення Книги в паперовому вигляді, спочатку її потрібно зареєструвати в органі УКРІНФОРМ. Для цього необхідно подати до контролюючого органу за місцем обліку її примірник.

У разі обрання ведення Книги в електронній формі:

1) Ви зобов'язані: отримати посилені сертифікати відкритих ключів, сформованих акредитованими центрами сертифікації ключів, включених в системи подання податкових документів в електронному вигляді, укласти договір про визнання електронних документів з контролюючим органом і сформулювати заяву на отримання Книги і відправити його до контролюючого органу за місцем податкового обліку засобами електронного зв'язку з дотриманням умов щодо реєстрації електронного підпису підзвітних осіб у порядку, визначеному законодавством;

2) контролюючий орган за місцем податкового обліку протягом 3 робочих днів формує і направляє Вам повідомлення про реєстрацію Книги із зазначенням реєстраційного номера Книги і дати її реєстрації;

3) після отримання повідомлення про реєстрацію Книги Ви починаєте здійснювати операції з її ведення.

Відомості до Книги необхідно заносити в такому порядку:

1) в графі 1 вказується дата запису (день, місяць, квартал, рік);

2) в графі 2 відображається сума доходу, отриманого від здійснення підприємницької діяльності з сумарним підсумком за місяць, квартал, рік, зокрема, грошові кошти, що надійшли на поточний рахунок, в касу платника податку та / або отримані готівкою, сума заборгованості, за якою минув строк позовної давності, вартість безоплатно отриманих товарів (робіт, послуг);

3) в графі 3 вказується сума повернутих підприємцем грошових коштів за товари (роботи і послуги) і / або повернутої передоплати;

4) графа 4 розраховується як різниця між отриманим доходом від здійснення підприємницької діяльності (графа 2) і сумою повернутих самозайнятою особою грошових коштів за товари (роботи і послуги) (графа 3);

5) в графі 5 зазначаються реквізити документа, що підтверджує понесені витрати, які безпосередньо пов'язані з отриманим доходом. Документами, що підтверджують витрати, можуть бути, зокрема, платіжне доручення, прибутковий касовий ордер, квитанція, фіскальний чек, акт закупівлі (виконаних робіт, наданих послуг) та інші первинні документи, що свідчать про факт оплати товарів, робіт, послуг;

6) в графі 6 відображається сума витрат, які документально підтверджені і безпосередньо пов'язані з отриманням доходу за підсумками дня;

7) в графі 7 відображається сума витрат на оплату праці та нарахування на оплату праці найманих осіб, понесені в звітному місяці;

8) в графі 8 відображається сума фактично понесених інших витрат, безпосередньо пов'язаних з отриманням доходу, які не зазначені в графах 6 і 7, зокрема, витрати на оплату послуг зв'язку, орендних і комунальних платежів і т. п.;

9) в графі 9 вказується сума чистого оподаткованого доходу, яка розраховується як різниця між сумою доходу за звітний період (графа 4) та сумою понесених витрат від провадження підприємницької діяльності (графи 6, 7, 8).

При цьому законодавством не передбачені вимоги щодо ведення Книги найманими особами, які перебувають у трудових відносинах з підприємцем. Тобто бажано, щоб таку Книгу Ви вели самостійно.

Податки, що сплачуються підприємцем на загальній системі оподаткування, можна умовно розділити на ті, які він платить зі своїх доходів, з доходів найманих працівників та інших фізосіб, і інші податки, які він зобов'язаний платити в залежності від обраного виду діяльності. При цьому, на відміну від платників єдиного податку, ніяких спеціальних податкових пільг у такого підприємця немає.

З власних підприємницьких доходів ФОП на загальній системі оподаткування сплачує 18% ПДФО і 1,5% військового збору. Протягом року Ви повинні сплачувати авансові платежі, які розраховуються самостійно згідно з фактичними даними, вказаними в Книзі обліку доходів і витрат кожен календарний квартал і сплачуються до бюджету до 20 числа місяця, наступного за кожним календарним кварталом (до 20 квітня, до 20 липня і до 20 жовтня). Авансовий платіж за четвертий календарний квартал не розраховується і не сплачується. Остаточний розрахунок з бюджетом з цього податку відбувається протягом 50 днів після закінчення звітного податкового року.

А ось спеціальні терміни для сплати військового збору для підприємців не встановлено. Отже, Ви повинні здійснити цей платіж за наслідками звітного податкового року, протягом 50 днів після його закінчення.

Крім цього, підприємець на загальній системі оподаткування сплачує ЄСВ, який розраховано виходячи з суми чистого оподаткованого доходу (прибутку). Такі підприємці зобов'язані сплачувати єдиний внесок, нарахований за календарний рік, до 10 лютого наступного року.

Об'єктом обкладення ПДФО є чистий оподатковуваний дохід, тобто різниця між загальним оподатковуваним доходом (виручка у грошовій та негрошовій формі) і документально підтвердженими витратами, пов'язаними з господарською діяльністю такої фізичної особи - підприємця. Перелік витрат, на які підприємцю дозволено зменшувати отриманий дохід з метою визначення бази для оподаткування, встановлений п. 177.4 ПКУ.

Базою нарахування ЄСВ для таких підприємців є сума доходу (прибутку), отриманого від їх діяльності, що підлягає оподаткуванню ПДФО. При цьому сума ЄСВ не може бути меншою за розмір мінімального страхового внеску на місяць. Мінімальний страховий внесок - це сума ЄСВ, що визначається розрахунково як добуток мінімального розміру заробітної плати на розмір внеску, встановлений законом на місяць, за який нараховується заробітна плата (дохід), та підлягає сплаті щомісяця. На будь-якому обліковому порталі Ви з легкістю знайдете зведені таблички із сумами страхових платежів на поточний рік.

До переліку витрат, безпосередньо пов'язаних з отриманням доходів, і на які Ви маєте право зменшити отриманий дохід з метою визначення оподаткованого доходу, відносяться:

- витрати, до складу яких включається вартість сировини, матеріалів, товарів, що утворюють основу для виготовлення (продажу) продукції або товарів (виконання робіт, надання послуг), покупних напівфабрикатів і комплектуючих виробів, палива і енергії, будівельних матеріалів, запасних частин, тари та тарних матеріалів, допоміжних та інших матеріалів, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат;

- витрати на оплату праці фізичних осіб, які перебувають у трудових відносинах з таким платником податку, які включають витрати на виплату основної і додаткової заробітної плати та інших видів заохочень і виплат виходячи з тарифних ставок, у вигляді премій, заохочень, відшкодування вартості товарів (робіт, послуг), витрати на оплату за виконання робіт, послуг згідно з договорами цивільно-правового характеру, будь-яка інша оплата у грошовій або натуральній формі, встановлена за домовленістю сторін;

- обов'язкові виплати, а також компенсація вартості послуг, які надаються працівникам у випадках, передбачених законодавством, внески платника податку на обов'язкове страхування життя або здоров'я працівників у випадках, передбачених законодавством;

- суми податків, зборів, пов'язаних із здійсненням господарської діяльності такої фізичної особи - підприємця (крім податку на додану вартість для фізичної особи - підприємця, зареєстрованого як платник податку на додану вартість, і акцизного податку, податку на доходи фізичних осіб з доходу від господарської діяльності, податку на майно); суми єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування у розмірах і порядку, встановлених законом; платежі, сплачені за отримання ліцензій на здійснення певних видів господарської діяльності фізичною особою - підприємцем, отримання дозволу, іншого документа дозвільного характеру, які пов'язані з господарською діяльністю фізичної особи - підприємця;

- інші витрати, до складу яких включаються витрати, які пов'язані з веденням господарської діяльності, не зазначені вище, до яких відносяться витрати на відрядження найманих працівників, на послуги зв'язку, реклами, плати за розрахунково-касове обслуговування, на оплату оренди, ремонт і експлуатацію майна, використовуваного у господарській діяльності, на транспортування готової продукції (товарів), транспортно-експедиційні та інші послуги, пов'язані з транспортуванням продукції (товарів), вартість придбаних послуг, прямо пов'язаних з виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг.

Не включаються до складу витрат:

- витрати, не пов'язані із здійсненням господарської діяльності такою фізичною особою - підприємцем;
- витрати на придбання, самостійне виготовлення основних засобів і витрати на придбання нематеріальних активів, що підлягають амортизації;
- витрати на придбання та утримання основних засобів подвійного призначення, визначених цією статтею;
- документально не підтверджені витрати.

Також підприємці на загальній системі оподаткування мають право (за власним бажанням) включати до складу витрат, пов'язаних із здійсненням їх господарської діяльності, амортизаційні відрахування з відповідним веденням окремого обліку таких витрат. При цьому амортизації підлягають:

- витрати на придбання основних засобів і нематеріальних активів;
- витрати на самостійне виготовлення основних засобів.

Не підлягають амортизації та повністю включаються до складу витрат звітного періоду витрати на:

- здійснення ремонту, реконструкції, модернізації та інших видів поліпшення основних засобів;
- ліквідацію основних засобів (в частині залишкової вартості).

Не підлягають амортизації наступні основні засоби:

- земельні ділянки;
- об'єкти житлової нерухомості;
- легкові і вантажні автомобілі.

Розрахунок амортизації основних засобів і нематеріальних активів здійснюється із застосуванням прямолінійного методу нарахування амортизації, за яким річна сума амортизації визначається діленням первісної вартості, яка амортизується об'єкта основних засобів і нематеріальних активів на строк корисного використання об'єкта основних засобів і нематеріальних активів.

Облік вартості, яка амортизується, ведеться за кожним об'єктом. Амортизація нараховується протягом строку корисного використання (експлуатації) об'єкта основних засобів і нематеріальних активів, самостійно встановленого фізичною особою, але не менше мінімально допустимого строку корисного використання об'єкта основних засобів і нематеріальних активів.

Зрозуміло, зазначені правила поширюються виключно на об'єкти основних засобів і нематеріальних активів, витрати на придбання або самостійне виготовлення яких підтверджені підприємцем документально.

Групи	Мінімально допустимі строки корисного використання, років
1 - Капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом	15
2 - Будівлі, споруди, передавальні пристрої	10
3 - Машини, обладнання, тварин, багаторічні насадження та інше	5
4 - Нематеріальні активи	згідно правостановлюючим документом, але не менше ніж два роки

До складу загального оподаткованого доходу зараховується виручка, яка надійшла фізичній особі - підприємцю як в грошовій, так і в натуральній формі від провадження господарської діяльності, а саме:

- виручка у вигляді безготівкових грошових коштів, які надійшли на банківський рахунок або в готівковій формі безпосередньо підприємцю чи його працівникам на місці здійснення розрахунків (у т. ч. відсотки банку);

- виручка в натуральній (негрошовій формі);

- суми штрафів і пені, отримані від інших суб'єктів підприємництва за договорами цивільно-правового характеру за порушення умов договорів та інші доходи, які пов'язані із здійсненням підприємницької діяльності.

Таким чином, власні кошти, які Ви зараховуєте на розрахунковий розрахунок, не включаються до складу доходу (виручки у грошовій та натуральній формі) і не відображаються в Книзі обліку доходів і витрат.

При розрахунку чистого доходу на загальній системі оподаткування Ви не повинні враховувати витрати, пов'язані з отриманням доходу поточного року, оплата яких відбувається в наступному. Такі витрати будуть враховані при обчисленні чистого оподаткованого доходу в тому звітному періоді, коли їх фактично поніс платник податку.

Крім того, фізична особа - підприємець має право включати до складу витрат суму сплачених платежів, які безпосередньо пов'язані з отриманням доходу протягом календарного (звітного) року на підставі документального підтвердження факту їх сплати. Тобто визнавати такі витрати Ви маєте право тільки разом з визнанням доходів, для отримання яких ці витрати були понесені. Отже, якщо Ви понесли витрати для отримання доходів у майбутньому, вони будуть відображатися в Книзі тоді, коли відповідні доходи будуть отримані. Це правило стосується і ситуації, коли витрати були понесені під час перебування ФОП на спрощеній системі оподаткування.

Датою отримання доходу є дата фактичного надходження грошових коштів на банківський рахунок (у касу) або отримання інших видів компенсацій вартості поставлених (або підлягають поставці) ним товарів, т. е. застосовується касовий метод.

До складу витрат включаються тільки витрати, які пов'язані з отриманням доходу та підтвердженні відповідними документами про їх оплату.

За підсумками діяльності Ви повинні подавати відповідну звітність. Так з ПДФО і військового збору необхідно подавати декларацію про майновий стан і доходи. А з ЄСВ - річний звіт.

Декларацію Ви повинні подати за місцем своєї податкової адреси за результатами календарного року протягом 40 днів після закінчення звітного року.

Фізичні особи - підприємці, які зареєстровані протягом або перейшли зі спрощеної системи оподаткування на загальну систему оподаткування, подають податкову декларацію за результатами звітного кварталу, в якому розпочата така діяльність або відбувся перехід на загальну систему оподаткування. Вперше зареєстровані підприємці в податковій декларації також зазначають інформацію про майновий стан і доходи за станом на дату державної реєстрації підприємцем.

А фізичні особи, щодо яких проведено державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця за її рішенням, подають податкову декларацію за останній базовий податковий (звітний) період, в якій відображаються виключно доходи від здійснення підприємницької діяльності, протягом 30 календарних днів з дня здійснення державної реєстрації припинення підприємницької діяльності.

Також потрібно пам'ятати, що Декларація подається підприємцем незалежно від того, чи проводилася протягом звітного року підприємницька діяльність чи ні, і в Декларації поряд з доходами від підприємницької діяльності мають зазначатися інші доходи з джерел їх походження з України та іноземні доходи.

Тобто, наприклад, якщо підприємець одночасно отримує дохід у вигляді зарплати (складається в трудових відносинах), то незважаючи на те, що ПДФО і військовий збір з такого доходу сплачує роботодавець, підприємець зобов'язаний вказати суму такого доходу і сплачених з нього податків в Декларації. По заповненню сум декларації в вільному доступі можна скористатися досить детальною інструкцією.

За Звіту по ЄСВ, нажаль, докладної інструкції щодо заповнення немає, він містить лише загальні положення. Податківці щодо заповнення та подання даного звіту теж дають тільки загальні роз'яснення.

Ускладняється заповнення цього звіту і тим, що базою для нарахування ЄСВ є чистий оподатковуваний ПДФО дохід підприємця. Він визначається по Книзі обліку доходів і витрат, але його сума порівнюється з тією, яка вказана в Декларації. При цьому в Декларації сума чистого оподаткованого доходу вказується загальною річною сумою. А в таблиці 1 Звіту з ЄСВ, яка, власне, і повинна заповнюватися підприємцями, сума такого доходу повинна вказуватися в розрізі місяців, що відносяться до звітнього періоду. Адже базою для нарахування ЄСВ є місячний дохід підприємця.

Крок 3. Облік, оподаткування та звітність при обранні спрощеної системи оподаткування

Реєстрація суб'єкта господарювання платником єдиного податку здійснюється шляхом внесення відповідних записів до реєстру платників єдиного податку. УКРІНФОРМ веде реєстр платників єдиного податку, в якому міститься інформація про осіб, зареєстрованих платниками єдиного податку.

Реєстрація здійснюється протягом двох робочих днів з дати отримання контролюючим органом заяви про обрання спрощеної системи оподаткування або отримання цим органом від державного реєстратора електронної копії заяви, виготовленої шляхом сканування, одночасно з відомостями з ЄДР про здійснення держреєстрації, якщо таку заяву докладено до реєстраційної картки.

У разі відмови в реєстрації платника єдиного податку контролюючий орган зобов'язаний надати протягом двох робочих днів з дня подання суб'єктом господарювання відповідної заяви письмову мотивовану відмову, який може бути оскаржена суб'єктом господарювання у встановленому порядку.

Але платникам ЄП 1-й і 2-ї групи потрібно пам'ятати про наступне: для зареєстрованих в установленому порядку фізичних осіб - підприємців, які до закінчення місяця, в якому відбулася державна реєстрація, подали заяву про обрання спрощеної системи оподаткування та ставки єдиного податку, встановленої для першої або другої групи, перший податковий (звітний) період починається з першого числа місяця, наступного за місяцем, в якому особа зареєстрована платником єдиного податку. За цей проміжок часу фізособи «єдинники» I та II груп вважаються які перебувають на загальній системі. Таким чином першу реєстрацію краще здійснювати на початку календарного місяця.

Для новостворених фізосіб - «єдиноподатників» III групи, які до закінчення місяця, в якому відбулася державна реєстрація, подали заяву щодо обрання спрощеної системи, перший звітний період починається з першого числа місяця, в якому відбулася державна реєстрація.