# Тема 4. Технологія створення підприємства (власної справи)

* 1. Джерела та критерії оцінки підприємницької ідеї.
  2. Вибір правового статусу та типу підприємства.

# Джерела та критерії оцінки підприємницької ідеї

Успіх в здійсненні підприємницької діяльності залежить від багатьох факторів. Однією з необхідних умов досягнення успіху в бізнесі є слушний початок справи. Механізм створення власної справи – це складний і багатоаспектний процес, що вбирає в себе глибокі знання з економіки, права, психології тощо.

Організувати фірму, відкрити власну справу нелегко. Процедура створення власного бізнесу специфічна для кожного конкретного випадку. Разом з тим існує низка загальних проблем, з якими так або інакше доведеться зустрітися підприємцю- початківцю, тому можна говорити про існування узагальненої технології започаткування підприємства.

Загальновідомо, що для започаткування бізнесу необхідні гроші та певні компетенції підприємця щодо їх застосування. Але визнаним є й той факт, що відправною точкою, з якої починається власна справа, є ідея, покладена в її основу.

# 4.1.1 Ідеї та стратегії започаткування нової підприємницької справи:

1. ***спостереження за потребою ринку.*** Відчуття ринку є однією з найцінніших властивостей підприємця. Підприємницька ідея нерозривно пов’язана зі сферою її реалізації, тому перед тим як прийняти остаточне рішення на користь тієї або іншої ідеї необхідно оцінити її, по-перше, з точки зору особистісних факторів і, по-друге, з точки зору об’єктивно існуючих зовнішніх обмежень господарювання в тій чи іншій сфері.
2. ***хобі***. Однією із складових частин успіху підприємця є

відданість своїй справі та задоволення від свого діла, бажання витрачати на нього свій час. Тому хобі може надати прекрасний вхід в новий бізнес, про який вже дещо відомо та який приносить задоволення. Але слід пам’ятати, що не можна ставитись до бізнесу, як до хобі: хобі повинно приносити задоволення лише вам, бізнес буде успішним, коли приносить задоволення вашим клієнтам;

1. ***друзі та родина.*** Якщо ви цінуєте своїх друзів, не створюйте з ними спільний бізнес. Проблема з наймом друзів і родичів полягає в тому, що від них ми чекаємо більшого, ніж від сторонніх осіб, в той час як вони очікують, що ви вимагатимете від них менше, ніж від стороннього.

Якщо ж бізнес починати з друзями чи з родиною, перш треба переконатися, що є написані правила і норми поведінки, а тоді дотримуватися їх. Іноді буває, що єдині люди, котрим можна довіряти, є члени родини, а чи може родина спільно працювати, залежить від культури, з якої вона почерпнула свої цінності;

1. ***технічна експертиза.*** Якщо є дещо, у чому ви особливо тямите, це уміння може створити ефективну основу, на якій можна розпочинати бізнес. Багато підприємств вимагають невеликої технічної експертизи, і мотивований підприємець може швидко навчитися тієї необхідної малої експертизи. Але є й такі, підприємства, які вимагають технічних знань. Підприємець може набути таких знань або ж найняти їх. Часом поставники самі надають експертизу. Незалежно від того, звідки вона надходить, підприємець має приділити час на те, щоб визначити, яка технічна експертиза потрібна для діла, і пересвідчитися, що вона буде надана у разі потреби.

Іноді для майбутніх підприємців бажано якийсь час попрацювати у конкурента, перш ніж відкривати власну справу. Вони можуть “навчитися за чужий кошт”;

1. ***розширення діяльності за сумісництвом.*** Нерідко люди ведуть успішний бізнес, працюючи не за основним місцем роботи. Очевидна перевага в цій стратегії полягає в тому, що коли ви працюєте над чимось за сумісництвом, ви усвідомлюєте, подобається вам це чи ні, а також навчаєтесь дечому, що може призвести до успіху в підприємницькій діяльності. Ще однією перевагою цієї стратегії є те, що вона може запропонувати плавний перехід до вашого власного бізнесу, відколи діяльність природно зростає завдяки розширенню і потребам. Ви, як правило, витрачаєте чимдалі більше часу на цей вид діяльності, аж поки він перестає бути тимчасовим. Несподівано ви прокидаєтеся і бачите, що ви повністю віддаєтеся власному бізнесу;
2. ***створення домашнього бізнесу.*** Це одна з найдешевших стратегій виходу на підприємницьку діяльність. Дуже часто одружені жінки, що прагнуть додатково підзаробити для домашнього господарства, вдаються до сімейного підприємництва. Частіше за все домашній бізнес пов’язаний з куховарством.

Сімейні підприємства, які пов’язані із харчуванням, доволі часто вимагають наявності спеціальних ліцензій та схвалень від медичних установ;

1. ***купівля готового підприємства.*** У купівлі готового підприємства є багато переваг. Це може виявитися непоганою стратегією виходу на підприємницьку діяльність.

По-перше, часто єдиним шляхом отримати хороше місцезнаходження там, де ви хочете займатися бізнесом, є купівля готового підприємства, що міститься у бажаній вам місцині. Може так статися, що ви не стільки купуєте підприємство, як ви купуєте *місце під підприємство*.

По-друге, багато часу, зусиль і грошей йде на фазу запровадження у дію усіх підприємств. На запуск підприємства йде час. Коли ж ви купуєте готове підприємство, ви «перестрибуєте» багато проблем. Хоч справедливим є те, що ви можете успадкувати інші проблеми, ви, принаймні, отримуєте діюче підприємство із джерелом прибутку від напрацьованої клієнтури. Купуючи готове підприємство, ви заощаджуєте для себе три-п’ять років початкової фази.

По-третє, купуючи підприємство, ви можете виявити, що фінансувати його виявиться дешевше, аніж запускати власну компанію. Дуже часто продавець успішно проводить операції з покупцем, якому він довіряє. Іноді компанії можуть дозволити ‘’купити саму себе’’ – коли покупець сплачує продавцеві з операційних прибутків підприємства.

З іншого боку, загальні витрати можуть виявитися надто високими. Для нас природно думати, що наша власність коштує більше, ніж то є насправді. Покупець має бути дуже обережним, перевірити усі фінансові звіти, звітність про збут тощо;

1. ***франшиза.*** Це є однією з стратегій виходу на підприємницьку діяльність, яка , згідно з дослідженнями, має найнижчий ризик невдачі. Кажучи в цілому, що більше коштує приєднатися до франшизної системи, то менший ризик банкрутства. Однак надзвичайно успішні франшизні системи, на зразок ’’Макдональдз’’, дуже дорогі.

Тут надзвичайно важливо вибрати правильну франшизу.

Хороша франшиза пропонуватиме таке:

1. **досвід і ноу-хау.** Франшизор повинен провести навчання з менеджменту, необхідного для управління підприємством. Це ключова складова частина і основне підґрунтя для франшизингу, і велика вигода для некваліфікованого персоналу, який бажає працювати;
2. **виробництво «під ключ».** Деякі крупні франшизні системи розмістять і налагодять виробництво, а тоді передадуть його вам, готове для управління. До того ж, вони допомагатимуть вам на різних стадіях підприємства, щоб пересвідчитися, що все йде добре. Звичайно, ви маєте за це платити;
3. **покупці.** Деякі франшизори завдяки методу просування викликали попит на свої товари чи послуги, який перейде до вас, щойно ви розпочнете свої ділові операції.

У франшизної системи є переваги і недоліки. Перш ніж придбати франшизу, слід провести стільки досліджень, скільки вам знадобилося б перед започаткуванням власного підприємства.

Коли вже визначена підприємницька ідея, то слід дати оцінку цієї ідеї за такими критеріями:

1. **визнаний, існуючий ринок.** Довідайтеся, чи є для вашого товару чи вашої послуги ринок. З’ясуйте це ще до інвестування. Проведіть власне дослідження, перш ніж інвестувати.

Не випадково крупні корпорації чекають у затінку, спостерігаючи за початковою стадією нового товару. Вони хочуть побачити, чи справді ринок бажає його. Ті, хто не чекають результатів ринкового підтвердження, можуть поплатитись дорогою ціною;

1. **без інвестиції.** Розумні підприємці уникають підприємств, що вимагають великого інвестування їхніх власних грошей.

Якщо вам не треба вкладати гроші у підприємство, то вам і не втрачати їх, якщо підприємство збанкрутує. Ви втратите лише інвестований час. Чим більше грошей ви вкладаєте у підприємство, тим більший ризик;

1. **відчуття потреби в товарі.** Ідеально, коли покупець вірить, що йому чи їй потрібен ваш товар. Якщо вони не вірять у те, що товар їм потрібен, тоді ваші маркетингові витрати суттєво зростуть, адже вам треба буде проінформувати широкий загал. Вам слід буде зробити два види продажу: по-перше, ви повинні переконати покупців у необхідності даного товару, а по-друге, ви маєте переконати їх придбати його у вас;
2. **надійне джерело поставок сировини.** Це є особливо важлива передумова в Україні та в країнах Східної Європи. Багато підприємств, започаткованих після 1989 року, припинили свою діяльність тільки тому, що поставка сировини різко зменшилась;
3. **без інструкцій уряду.** Підприємець повинен точно розуміти, як державні інструкції можуть вплинути на бізнес як стосовно часу, так і грошей, і бути добре підготовлений заздалегідь.

Особливо важким для нових підприємств є входження на будь-який ринок, який вимагає схвалення уряду. Кажучи в цілому, урядові установи не приймають рішень вчасно. До того ж, урядові установи мають схильність змінювати свою думку. Співробітники таких закладів мислять не так, як ділові люди. Часто-густо вони до кінця не розуміють чи не розрізняють поняття «прибуток» - основу основ бізнесу. Уряди України та Східної Європи змінювали свою думку кожні п’ятнадцять хвилин у дев’яності роки, коли намагалися запровадити систему вільного ринку;

1. **без працівників.** Підприємець повинен усвідомлювати, що підприємство з багатьма працівниками вимагатиме часу і завдасть більше головного болю.

Робоча сила часто викликає проблеми у керівництва і може виявитися недешевою. Робітників треба найняти, навчити і простимулювати, щоб вони не розбіглися хто-куди. У робітників можуть виникнути профспілки. І якщо у вас є працівники, у вас будуть урядові інструкції стосовно даного підприємства, яких у вас не буде за відсутності працівників;

1. **сто відсотків валового прибутку.** Коли валовий прибуток компанії навряд чи складатиме 100 %, ідея полягає в тому, що чим більший валовий прибуток, тим краще підприємство. Валовий прибуток – це те, що у вас залишиться після сплати прямих витрат на матеріал і зарплату, продавши будь-що. Обслуговуючі підприємства звичайно отримують більший валовий прибуток порівняно з виробничими підприємствами.

Проблема із підприємствами з низьким валовим прибутком криється в тому, що невеликі похибки розрахунків швидко призводять до збитків. Це є однією причиною того, що у багатьох роздрібних фірм, які торгують зі знижкою, виникають фінансові труднощі. Похибка у один відсоток може призвести до значних збитків.

Підприємцям краще інвестувати у такі підприємства, які мають високий показник валового прибутку. Це дозволяє мати певні відхилення в плануванні;

1. **покупці купують часто.** Підприємець має знати підприємство, яке знову привабить покупців, після того, як первинний продаж ринку виявився легшим і дешевшим.

Чим частіше покупці приходять на ринок за будь-чим, що там продається, то швидше ви можете продати їм. Якщо ваші покупці купують лише раз на рік, вам слід довго чекати на їхні нові закупівлі у вас. Вони також мають жити із тим, що вони придбали на цілий рік. Вони можуть вирішити спробувати іншу марку чи модель.

Галузь харчування швидкого обслуговування може виявитися дуже привабливою для підприємців, тому що в ній легко здійснити перший продаж клієнтам. Той, хто купує часто, вірогідніше спробує щось нове, порівняно із тим, хто купує зрідка, тож підприємства швидкого обслуговування хутко завойовують клієнтів – щонайменше один раз!

1. **сприятливий податковий режим.** Підприємець повинен знати, що бізнес, який матиме податкові переваги, легше привабить інвесторів.

Податки є невід’ємною частиною життя підприємства, однак ви можете зробити все можливе, щоб зменшити ваш податковий тягар. Перевірте концепцію підприємства, перш ніж зв’яжете себе із ним:

- яка ставка оподаткування прибутків;

- чи є там приховані податки;

- чи існують переваги розмістити підприємства в певному місті чи районі;

1. **сприйнятлива готова система розподілу.** Підприємець повинен шукати ідею з привабливою системою розподілу.

Ідеально, якщо вдається продавати вже існуючій оптовій фірмі, якій це потрібне і яка бажає оперувати з цим. Фактом є те, що таким чином можна заробити більше, якщо не доведеться створювати всю систему розподілу. Маркетингові витрати збільшаться, якщо доведеться визначити і підшукувати оптові фірми, продавати їм свої товари з післяплатою, а тоді навчити і їхніх торгових агентів, перш ніж товари/ послуги продадуться. Якщо ви можете вкорінитися в готовій системі розподілу, у вас значно краща позиція;

1. **бізнес із високою вартістю новин.** Підприємець повинен знаходити цікаві сторони своєї ідеї, такі як незвичність, перспективність тощо, а тоді писати повідомлення для преси і розповсюджувати їх серед місцевих агентств новин.

Пропаганда є одним із найважливіших інструментів стимулювання збуту. Підприємства швидко досягли успіху завдяки одній гарній історії, поданій в правильно вибраному засобі реклами. Звичайно ключем до отримання гарної інформації є щось цікаве, те, що привертає увагу.

Однією з переваг високотехнологічних підприємств є те, що вони, як правило, дуже інформативні. Людей це цікавить, тож газети, радіо та телебачення передають новини про них. Цей тип інформації викликає більшу довіру, порівняно з рекламою, і безкоштовний для вас;

1. **покупці платять наперед.** Підприємства з попередньою оплатою є найлегшою ідеєю для досягнення.

Ідеально, коли б покупці платили наперед за отримання товару/послуги. Людям іноді треба дещо, і вони усвідомлюють, що єдина можливість отримати це є попередня оплата. Іншого разу вони бажають зробити внесок. Якщо робиться щось на замовлення покупця, тоді підприємець має отримати гроші наперед.

Також ідеальним буде, якщо покупці розраховуватимуться готівкою, а не в кредит. Підприємства, які отримують готівку, мають багато привабливих характеристик на додаток до того, що вони просто уникають безнадійних боргів. Наприклад, більшість субпідрядників, які виготовляють продукцію для інших компаній, вимагають щонайменше 50 % готівкого внеску. Ці гроші звичайно відшкодовують їхні витрати на матеріали та зарплату, необхідні для виконання замовлення. Тому вони не послуговуються ніяким своїм операційним капіталом для виконання замовлень;

1. **без відповідальності за якість товарів.** Підприємець прагне уникати ділових ідей, які мають високу відповідальність за якість продукції.

Існують такі товари, за якість яких несуть надзвичайно велику відповідальність. Виробники будь-яких медичних препаратів чи дитячих іграшок мають нести відповідальність за їх якість. Сьогодні виробники вогнепальної зброї та тютюнові компанії перебувають під постійною загрозою притягнення до відповідальності за законом;

1. **без застарівання продукції.** Що коротше життя товару, то менше він привабливий. Ідеально, щоб ваш продукт технічно не застарівав. Проблеми з деякими високотехнологічними підприємствами пов’язані з тим, що їхнє економічне життя настільки коротке, що компанія не може заробити достатньо грошей за товар, для того щоб підприємство стало прибутковим. Якщо товар можна покращити, то він стає привабливішим.

Підприємець повинен знати, що якщо у його товару короткий життєвий цикл, він повинен продовжувати модернізувати його і додавати більше нововведень для заміни застарілих товарів;

1. **без конкуренції.** Якщо нема конкуренції, то причиною цього може бути те, що ви опинилися першими на ринку з новим товаром, про який ніхто раніше не думав. Або конкуренції могло не бути через те, що для цього товару чи послуги нема ринку. Зважаючи на всі фактори, можна сказати, що жорстка конкуренція означає менші прибутки.

Якщо ви перший на ринку, ви можете запросити високу ціну. Але щойно на ринок приходить конкуренція, ви маєте і ціну ставити відповідну.

Підприємець, який має ідею бізнесу без конкуренції, завжди ставить такі запитання: «Чи є там готова система розподілу? Чи покупець знає про користь мого товару? Скільки часу знадобиться на ознайомлення ринку із моїм товаром? Скільки все це коштуватиме?»

1. **без старіння моди.** Підприємець має усвідомлювати, що деякі товари повинні мати короткий життєвий цикл. Він переконується, що отримає прибуток до кінця життєвого циклу.

Модні товари мають короткий життєвий цикл. Якщо ви плануєте конкурувати в індустрії моди, ви повинні щосезону виходити на ринок із приємними для ринку речами, а це нелегко;

1. **без товарів, що швидко псуються.** Підприємець повинен знати, що товар із коротким терміном зберігання має продатися швидко, і у такого підприємця є добре продумані плани на випадок продажу товару за непередбачених обставин.

Багато товарів мають обмежений термін зберігання – медикаменти, вітаміни, цукерки та інші подібні продукти – і вони псуються, якщо лишаються невикористаними протягом певного часу. Не можна просто взяти їх на зберігання і чекати на свого покупця;

1. **без впливу погодних умов.** Підприємець повинен завжди думати про альтернативний товар/послугу, якщо від погоди багато що залежить.

Ідеальним підприємством є таке, на яке не справляють вплив погодні умови;

1. **товар справний і придатний.** Підприємець має знати, що деякі винаходи добре виглядають на фазі дослідного зразка, але ніколи не можуть бути запущені у масове виробництво.

Ідеальна ідея продавати те, що не викликає занепокоєння – те, що працює легко і плавно, без ремонту;

1. **права власності.** Підприємець має знати, що нові ідеї, які мають права власності, мають значно кращі шанси на успіх на ринку.

Ідеальне підприємство має економічно значущі права, які можуть бути застережені. Такі активи, як застережені патенти, торгові марки, авторські права та торгові таємниці є важливими важелями, що тримають конкурентів на своєму місці.

Це не просто право випускати дещо важливе, але і право розподіляти певну продукцію. Наприклад, логотип якоїсь компанії може виявитися надзвичайно цінним. Сьогодні багато одягу моделюється в одній компанії, однак виробляється субпідрядниками. Тут цінність продукції сприймається через певний логотип;

1. **безперервний потік доходів.** Підприємець розробляє такі ідеї, які спонукають покупців повертатися і робити повторні закупівлі, на зразок додаткових матеріалів для продукту/послуги чи поновлювати щорічні угоди.

Ідеальне підприємство отримує безперервний потік доходів. Гарний ресторан, наприклад, за правильного керівництва, завжди вітатиме знов і знов своїх давніх відвідувачів. Є такі підприємства, наприклад, будівельні компанії, яким доводиться домовлятись про вартість виконання робіт за кожної нової угоди;

1. **без юридичної казуїстики.** Підприємець має уникати ділових ідей, які вимагають отримання постійних юридичних послуг, тому що йому доведеться платити вищу ціну для відшкодування цих витрат.

Деякі компанії розпочинають свою діяльність із судових процесів та юридичних труднощів. Причиною тут може стати оскарження технології в судовому розгляді якогось патенту, що порушує якісь інші патенти. Можуть бути і природоохоронні бар’єри. Деякі судові витрати можуть убити якесь підприємство ще до його відкриття.

Перш ніж інвестувати в нову ділову ідею, необхідно провести власне дослідження, проаналізувати усі юридичні фактори, які можуть імовірно вплинути на підприємство. Юридичні збори можуть виявитися дуже високими і витіснити вас з бізнесу;

1. **потенціал виходу.** Підприємець повинен завжди планувати наперед свій вихід і водночас планувати відкриття нового підприємства.

Ідеальне підприємство створює багатство для його власників шляхом накопичення активів, які можуть бути продані за більші гроші, ніж ті, які було вкладено. Має існувати прибутковий вихід бізнесу, коли для підприємця настане час полишити діло.

Основні шляхи для засновників розпрощатися зі своїми підприємствами є такі: вихід на публічні торги, що називається ППП – початкова публічна пропозиція (продаж акцій компанії на відкритому ринку), продаж підприємства за гроші чи злиття з іншою відкритою акціонерною компанією, що дозволяє вашій компанії продати акції на відкритому ринку.

# Вибір правового статусу та типу підприємства

Наступним кроком у створенні фірми є визначення правового статусу створюваного підприємства. Рішення, що буде прийняте на цьому етапі, визначить права, обов’язки та відповідальність майбутнього підприємства перед державою, третіми особами по відношенню до фірми, а також взаємовідносини між власниками всередині підприємства. Останнє пов’язане з визначенням типу підприємства, який залежатиме від бажання підприємця обрати певний спосіб процедури прийняття рішення (колективний чи одноосібний). Прийняття цього рішення знайде своє продовження і відображення при виборі організаційної форми майбутнього підприємства.

Виходячи з цього, даний етап є особливо важливим як з точки зору практичного здійснення, так і з точки зору теоретичного вивчення.

Для прийняття обґрунтованого рішення щодо організаційної форми необхідно з’ясувати переваги та недоліки кожної з передбачених чинним законодавством організаційних форм підприємницької діяльності в Україні: індивідуальне підприємництво фізичних осіб, приватне підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство, акціонерне товариство відкритого та закритого типу.

При виборі організаційної форми підприємства увага приділяється найбільш значущим ознакам, що відрізняють їх. Насамперед до таких відносять: джерела майна як матеріальної основи господарської діяльності, кількість власників використовуваного капіталу та учасників створюваного підприємства, межі майнової відповідальності, спосіб розподілу прибутків і збитків, форму управління суб’єктом господарювання тощо. Крім того, прийняття рішення щодо вибору організаційно- правової форми підприємства залежить від багатьох інших чинників, починаючи від особливостей середовища майбутнього бізнесу і завершуючи особистими якостями та уподобаннями самого підприємця (рисунок 4.1).

Слід також звернути увагу на те, що при заснуванні малого підприємства, необхідно враховувати специфічні фактори, що впливають на процес його створення і функціонування (таблиця 4.1).

Враховуючи характеристики, переваги і недоліки, а також чинники вибору організаційної форми, можна прийняти обґрунтоване рішення щодо правового статусу майбутнього підприємства.

Наступним етапом технології створення є визначення стратегічних та конкретних цілей діяльності новостворюваного суб’єкта підприємництва, які повинні відповідати певним критеріям і підтверджуватись необхідними розрахунками.

Завершальним етапом у створенні нового підприємства є його державна реєстрація. Виходячи з цього, особливу увагу слід звернути на процедуру і зміст її етапів.

Організація підприємства має процесуальний характер. Для того, аби підприємство було визнано як суб’єкт підприємницької діяльності, воно повинно бути зареєстровано певним чином і в певному порядку.

В Україні протягом останнього часу діє типова схема процедури державної реєстрації новостворюваного підприємства. Для реєстрації суб’єктів підприємницької діяльності – фізичних осіб на сьогодні діє спрощена схема державної реєстрації.

На закінчення слід звернути увагу на те, що приступити до здійснення певних видів господарської діяльності (відповідно чинного законодавства) можна лише після отримання ліцензії або торгового патенту – дозволу на здійснення конкретного виду підприємницької діяльності. Правові засади ліцензування та патентування певних видів господарської діяльності визначаються виходячи з конституційного права кожного на здійснення підприємницької діяльності, не забороненої законом, а також принципів господарювання, встановлених Господарським кодексом України.

***Ліцензія*** – це документ державного зразка, який засвідчує право суб’єкта господарювання – ліцензіанта на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку за умови виконання ліцензійних умов.

***Торговий патент*** – це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб’єкта господарювання займатися певними видами підприємницької діяльності впродовж встановленого строку.

Таблиця 4.1

Групування факторів, що впливають на створення і функціонування малих підприємств

|  |  |
| --- | --- |
| Група факторів | Фактори |
| Фінансові | Відсутність належної системи фінансування, кредитування, страхування малих підприємств.  Існуюча система оподаткування і податкові пільги для малих підприємств.  Відсутність належної державної фінансової підтримки щодо розвитку малих підприємств. |
| Економічні | Загальний стан і стабільність економіки країни.  Рівень інфляції.  Надійність національної грошової одиниці та стан грошового обігу.  Темпи і послідовність роздержавлення і приватизації. |
| Організаційні | Процедура організації створення малих підприємств.  Наявність інформації про можливі сфери діяльності малих підприємств.  Відсутність інформаційної, консультативної та науково-методичної допомоги малим підприємствам.  Умови розвитку зовнішньоекономічної діяльності малих підприємств. |
| Психолого- професійні | Психологічна готовність створювати малі підприємства та здійснювати відповідну діяльність.  Емоційна діяльність та відчуття престижності справи.  Наявність і можливість одержання професійних знань щодо організації створення і діяльності малих підприємств. |
| Правові | Правова база здійснення діяльності малих підприємств.  Наявність правових гарантій функціонування малих підприємств.  Система нормативних та інструктивних документів щодо регулювання діяльності малих підприємств. |
| Ресурсні | Способи і можливість залучення початкового капіталу для створення і діяльності малих підприємств.  Система матеріально-технічного забезпе- чення малих підприємств.  Наявність і способи отримання виробничих площ для малих підприємств. |
| Соціальні | Ставлення держави до підприємницької діяльності, зокрема до малих підприємств.  Громадська думка щодо розвитку малих підприємств взагалі і особливо в сільській місцевості.  Стан ринкової інфраструктури для забезпечення функціонування малих підприємств. |