

Основи підприємницької діяльності та агробізнесу



Основи підприємницької діяльності та агробізнесу

*За редакцією кандидата
економічних наук, доцента
М. М. Ільчука*

Допущено Міністерством аграрної
політики України як навчальний
посібник для підготовки фахівців
неекономічних спеціальностей
у аграрних вищих навчальних
закладах II – IV рівнів акредитації

Київ
«Вища освіта»
2002

УДК 338.43(075.8)
ББК 65.32я73
075

*Гриф надано Міністерством аграрної
політики України (лист № 29-2-11391
від 10.05.2002 р.)*

Авторський колектив: канд. екон. наук *М. М. Ільчук* (вступ, розділи 3, 5, 8, 11), канд. пед. наук *Т. Д. Іщенко* (розділи 1, 5), д-р екон. наук *П. О. Лайко* (розд. 9), д-р екон. наук *Л. К. Сук*, канд. екон. наук *П. Л. Сук* (розд. 10), д-р екон. наук *В. Я. Амбросов*, канд. екон. наук *Т. Г. Моренич* (розд. 2), канд. екон. наук *В. К. Збарський* (розділи 1, 4, 5), д-р екон. наук *Й. С. Завадський*, канд. екон. наук *І. В. Рябчик* (розд. 6), канд. екон. наук *Ю. Е. Губені* (розд. 7), канд. екон. наук *С. А. Навроцький* (розд. 12), канд. екон. наук *М. І. Кисіль* (розд. 13)

Рецензенти: *М. В. Калінчик*, д-р екон. наук (Міністерство аграрної політики України), *В. Н. Зимовець*, д-р екон. наук (Інститут аграрної економіки)

Основи підприємницької діяльності та агробізнесу: Навч. посібник / *М. М. Ільчук, Т. Д. Іщенко, В. К. Збарський та ін.*; За ред. *М. М. Ільчука*. —К.: Вища освіта, 2002. — 398 с.: іл.
ISBN 966-95995-8-X

Висвітлено питання соціально-економічних основ підприємництва та агробізнесу, організації та функціонування малого і середнього бізнесу на селі, визначення економічної ефективності аграрних підприємницьких структур.

Для студентів неекономічних спеціальностей аграрних вищих навчальних закладів II – IV рівнів акредитації. Буде корисним керівникам і спеціалістам підприємницьких структур аграрної сфери.

ББК 65.32я73

ISBN 966-95995-8-X

© *М. М. Ільчук, Т. Д. Іщенко,
В. К. Збарський та ін.*, 2002

Вступ

Подальший розвиток ринкових перетворень в економіці України потребує принципово нових підходів до розвитку аграрного сектора. Його реформування має ґрунтуватися на глибокому аналізі та врахуванні всіх чинників, які можуть вплинути на ефективність підприємництва й агробізнесу.

Успішний перехід до ринкових відносин, розвиток підприємництва та агробізнесу з виходом на світовий ринок передбачають високі ефективність виробництва, якість продукції, культуру обслуговування. Забезпечити ці параметри можна лише на основі глибоких знань законів і закономірностей ринкової економіки, їхніх особливостей в аграрній сфері.

Важливим напрямом подальшого розвитку агробізнесу є формування структур малого та середнього бізнесу на основі приватної власності на землю і майно.

У навчальному посібнику розглянуто ці питання, а також питання культури бізнесу, прогнозування ринкового середовища, відкриття власної справи, розроблення засновницьких документів і бізнес-планів, державної реєстрації підприємницьких структур, обліку та податків, визначення економічної ефективності роботи підприємств агробізнесу.

Навчальний посібник підготовлено відповідно до типової програми вивчення основ підприємницької діяльності та агробізнесу для студентів неекономічних спеціальностей аграрних вищих навчальних закладів II – IV рівнів акредитації, а також для підприємців аграрної сфери.

Авторський колектив висловлює подяку співробітникам Науково-методичного центру аграрної освіти Міністерства аграрної політики України за допомогу у виданні книги.

1.

Соціально-економічні основи підприємництва і агробізнесу

- *Сутність підприємництва та його економічна основа*
- *Праця і підприємництво*
- *Система вільного підприємництва*
- *Особливості підприємницької діяльності в аграрному секторі*
- *Елементи системи бізнесу*
- *Менеджер і підприємець*
- *Середовище підприємництва*
- *Функції та модель бізнесу*

1.1. Сутність підприємництва та його економічна основа

Підприємництво є категорією бізнесу. У господарській практиці категорії «підприємництво» і «бізнес» часто ототожнюють. Водночас це нетотожні, хоча й дуже близькі за значенням поняття. Згідно із словником Даля, «Бізнес — це справа... будь-який вид людської діяльності... з метою отримання прибутку». Отже, бізнес — поняття ширше, ніж підприємництво і охоплює всі відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки: підприємцями, споживачами, найманими працівниками та державою.

Основним теоретиком підприємництва і бізнесу вважають французького банкіра-економіста Р. Кантільйона, який ще на початку XVIII ст. ввів поняття «підприємництво». Особливу роль у розробленні теорії підприємництва відіграв німецький соціолог М. Вебер. У його наукових працях відтворено ідеальний тип підприємця з яскраво вираженими етичними якостями.

Вершиною в розробленні теорії підприємництва вважають праці австро-американського економіста і соціолога Й. Шумпетера. При вивченні теорії економічного розвитку капіталізму в центр «людського чинника» він поставив підприємця, в якому втілені найкращі соціально-культурні якості ділової людини. Підприємницьку функцію Й. Шумпетер ототожнював із функцією економічного лідерства і новаторства.

Теоретичні розробки цих і багатьох інших західних економістів є основою сучасних концепцій підприємництва.

Законодавство України про підприємництво визначає загальні правові, економічні та соціальні засади здійснення підприємницької діяльності фізичними і юридичними особами на території України, гарантії свободи підприємництва та його державної підтримки.

*Звідси **підприємницька діяльність** — це діяльність ініціативних, енергійних, творчих, кмітливих, цілеспрямованих, порядних людей, які реалізують важливі, складні, сміливі ідеї та рішення, беруть на себе ризик, пов'язаний з реалізацією їх. Таким чином, підприємницька діяльність є поняттям багатограним, що втілює у собі інтелектуальні здібності, потрібні в управлінні, менеджменті, бізнесі, комерційній діяльності, технології виробництва товарної продукції на рівні різних інститутів багатокладної інфраструктури ринку.*

Підприємництво включає в обіг свого суб'єкта підприємця, а не всіх учасників ринку. Отже, поряд із споживчим і трудовим йтиметься про підприємницький бізнес.

Підприємництво здійснюється за такими принципами:

- вільний вибір виду діяльності;
- залучення на добровільних засадах для здійснення підприємницької діяльності майна та коштів фізичних і юридичних осіб;
- самостійне формування програми діяльності, вибір постачальників і споживачів продукції, що виробляється, встановлення цін відповідно до законодавства;
- вільне наймання працівників;
- залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших ресурсів, використовувати які законодавство не забороняє і не обмежує;
- вільне розпорядження прибутком, що залишається після сплати обов'язкових платежів, установлених законодавством;
- самостійне здійснення підприємцем-юридичною особою зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

Підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах на розсуд підприємця. Порядок створення, діяльності, реорганізації та ліквідації окремих організаційних форм підприємництва визначається відповідними законодавчими актами України. Якщо такий порядок спеціальним законодавством не встановлено,

то підприємець керується Законом України «Про підприємництво» і своїм статутом. Цим законом регулюються також відносини, пов'язані зі здійсненням підприємницької діяльності.

Для здійснення підприємницької діяльності підприємець має право укладати договори з громадянами про використання їхньої праці. При укладанні трудового договору (контракту, угоди) підприємець зобов'язаний забезпечити умови та охорону праці, оплату її не нижче встановленого в країні мінімального рівня, а також інші соціальні гарантії, у тому числі соціальне і медичне страхування та соціальне забезпечення.

Діяльність підприємця може бути припинена за таких обставин:

- з власної ініціативи підприємця;
- на підставі рішення районного, міського або арбітражного суду у випадках, передбачених законодавством України;
- у разі закінчення терміну дії ліцензії;
- за інших обставин, передбачених законодавчими актами України.

Держава гарантує всім підприємцям, незалежно від обраних ними організаційних форм підприємницької діяльності, однакові права і створює однакові можливості для доступу до матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів. Забезпечення матеріально-технічними та іншими ресурсами, що централізовано розподіляються державою, здійснюється лише за умови виконання підприємцем робіт і поставок для державних потреб. У передбачених законодавством випадках підприємець або громадянин, який працює у підприємця за наймом, може залучатися до виконання в робочий час державних обов'язків. Державний орган, що ухвалює таке рішення, відшкодовує підприємцю відповідні збитки. Держава гарантує недоторканість майна підприємця і забезпечує захист права його власності.

З метою створення сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку підприємництва держава здійснює такі заходи:

- на умовах і в порядку, передбачених чинним законодавством, надає земельні ділянки, передає підприємцю державне майно (виробничі та нежитлові приміщення, законсервовані та недобудовані об'єкти, невикористане устаткування), необхідні для здійснення підприємницької діяльності;
- сприяє організації матеріально-технічного забезпечення та інформаційного обслуговування підприємств, підготовці та перепідготовці кадрів;

► здійснює первісне облаштування неосвоєних територій об'єктами виробничої та соціальної інфраструктури з продажем або передаванням їх у кредит підприємцям;

► стимулює за допомогою економічних важелів (цільових субсидій, податкових пільг) модернізацію технології, інноваційну діяльність, освоєння нових видів продукції та послуг,

► надає підприємцям цільові кредити тощо.

Держава законодавчо забезпечує свободу конкуренції між підприємцями, захищає споживачів від проявів несумлінної конкуренції та монополізму в будь-яких сферах підприємницької діяльності.

Органи державного управління будують свої відносини з підприємцями, використовуючи такі важелі:

► податкову та фінансово-кредитну політику, в тому числі встановлення ставок податків і відсотків за державними кредитами, податкових пільг, цін і правил ціноутворення, цільових дотацій, валютного курсу, розмірів економічних санкцій;

► державне майно і систему резервів, ліцензій, концесії, лізинг, соціальні, екологічні та інші норми і нормативи;

► науково-технічні, економічні, соціальні державні та регіональні програми;

► договори на виконання робіт і поставок для державних потреб.

Втручання державних органів у господарську діяльність підприємців не допускається, якщо вона не порушує передбачених законодавством України прав державних органів щодо здійснення контролю за діяльністю підприємців.

Іноземні громадяни та особи без громадянства, які здійснюють підприємницьку діяльність на території України, на її континентальному шельфі та у морській економічній зоні, мають такі самі права і обов'язки, що й громадяни України, якщо інше не випливає з Конституції України, законодавства про підприємництво та інших законодавчих актів України. Особливості здійснення підприємницької діяльності на території України іноземними юридичними особами визначаються законодавчими актами України. Якщо міжнародним договором України встановлено інші правила, ніж ті, що передбачені законодавством України про підприємництво, то застосовуються правила міжнародного договору.

Віднесення підприємництва до економічної категорії ґрунтується на таких засадах:

1. Підприємництво є явищем, що відображує виробничі відносини. Визначення підприємництва як виду людської діяльності дає змогу встановити його місце в системі суспільних відносин: людина,

як суб'єкт підприємництва, не може існувати поза суспільством і вступає у відповідні відносини з іншими людьми. Вирішальна роль належить економічним відносинам. Йдеться про матеріальні виробничі відносини, що складаються в процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання. Підприємству як складовій виробничих відносин притаманні такі ознаки: об'єктивність, системність, матеріальність, наявність протиріч.

2. Підприємництво є складним системним явищем, елементи якого розглядаються у діалектичній взаємодії та взаємозалежності.

3. Підприємництво як діяльність є складовою матеріальних відносин, а отже, об'єктивним і матеріальним явищем.

4. Підприємництво є також суб'єктивним, персоніфікованим явищем, пов'язаним з конкретною людиною-підприємцем.

5. Підприємництво є історичним явищем і зазнало в своєму розвитку значних змін.

6. Як кожне суспільне явище, підприємництво розглядається в загальному зв'язку і взаємозалежності, безперервному розвитку на основі боротьби протилежностей.

Таким чином, підприємництво як економічна категорія — це особливий тип людської діяльності, що зорієнтована на успіх, а отже, передусім на отримання прибутку; передбачає новаторство, як основний засіб діяльності; ґрунтується на принципах і вимогах, що найбільш повно реалізуються при товарно-грошових відносинах.

Філософією підприємництва є вільний індивідуалізм, основна риса якого — забезпечення розквіту за рахунок власних зусиль, але не суперечить інтересам суспільства.

Розвиток підприємництва передбачає раціоналізацію економіки, підвищення конкурентоспроможності, позбавлення від баласту ресурсів, що не використовуються або погано експлуатуються, більш повну реалізацію основного потенціалу суспільства-людини. З цієї причини підприємництво не може бути капіталістичним або соціалістичним. Воно — невід'ємний елемент бізнесу і розвивається тільки там, де у суспільстві стверджується вільна ринкова економіка і демократія.

1.2. Праця і підприємництво

Що ж до суспільного поділу праці, то підприємництво як елемент бізнесу не може бути відокремлене від праці, ведення господарства, привласнення. Без праці бізнесу не буває. Праця і підприємництво — процеси цілеспрямованої діяльності на виробництво матеріальних і духовних благ. Проте, якщо для підприємництва праця є основною умовою його розвитку і джерелом створення життєвих благ, то підприємництво — це засіб, що надає праці творчості, це змістовна, якісна сторона діяльності, що характеризується самопримусом (самоексплуатацією) суб'єктів, які обрали цю діяльність.

Підприємництво — якісно новий ефективний тип ведення господарства. Воно потребує прогресивних способів, прийомів, методів ведення та конкретного власника, господаря виробництва, бо тільки господар прагне до примноження своєї власності. Заради цього власник сам займається підприємницькою діяльністю або наймає працівників. Він не розбазарює марно своє добро і не дає робити цього іншим. Отже, поняття «підприємець» і «господар» тісно пов'язані між собою.

Підприємництво не можна ідеалізувати — це важка, складна праця, яка не кожному під силу, до того ж за певних умов воно не виключає і експлуатацію. Проте внесок підприємництва у прогрес цивілізації величезний, на що слід зважати.

Отже, підприємництво є економічною категорією, елементом бізнесу, типом господарювання і способом життя.

1.3. Система вільного підприємництва

Економіку економічно розвинених країн часто характеризують як систему вільного підприємництва. Свобода підприємництва означає свободу вибору: у кого купувати, кому і на яких умовах продавати, з ким конкурувати; відкривати свою справу чи найнятися на роботу. Проте свобода підприємницької діяльності у цих країнах не має тотального характеру. Підприємці діють відповідно до законів держави і рішень уряду щодо охорони здоров'я і охорони праці, мінімальної заробітної плати і форми фінансових звітів. Не до всіх напрямів підприємництва є вільний доступ. Займаючись бізнесом, підприємець, крім потреби додержуватися багатьох

правил, може вирішувати, що і як виробляти, що за якими цінами продавати тощо.

Економіка вільного підприємництва передбачає приватну власність, економічну свободу, економічні стимули, конкурентні ринки і обмежувальну роль держави. Ці характеристики відображують основний зміст системи вільного підприємництва. Головне місце у цій системі належить особистості, яка має змогу сама вирішувати, що відповідає її інтересам.

У системі вільного підприємництва власність є приватною, вона належить окремим громадянам або фірмам. Ні суспільство в цілому, ні уряд не володіють нічим. Таке твердження справедливе за кількома причинами. По-перше, володіння власністю — це також володіння владою. По-друге — приватна власність сприяє збереженню ресурсів. По-третє, власність — це багатство.

Власник має право:

- вирішувати, як використовувати свою власність;
- передавати свою власність будь-кому;
- користуватися доходом та іншими вигодами, які надає йому

власність.

Отже, власність — це багатство.

У системі вільного підприємництва, здійснюючи свої особисті цілі, ми можемо добровільно співробітничати один з одним.

Підприємець має право:

- розпочинати або закінчувати свій бізнес;
- здобувати будь-які ресурси, за які він може заплатити;
- застосовувати будь-яку технологію;
- виробляти будь-яку продукцію і пропонувати її у продаж за своєю ціною;
- використовувати свої гроші на власний розсуд.

Свобода особистого вибору так само важлива, як і свобода підприємництва. Кожна людина має право:

- купувати будь-який доступний товар або послугу, за який вона може заплатити;
- пропонувати свої послуги для виконання будь-якої роботи;
- відмовлятися від будь-якої роботи;
- використовувати свої ресурси за власним бажанням.

Отже, **економічна свобода** — важлива складова системи підприємництва, що заохочує людину бути більш продуктивною, бережливою.

Упродовж життя стимули змушують людину здійснювати певні поступки (вчинки). Власники хочуть установити якомога вищі ціни на свої ресурси. Працівники шукають найвищу заробітну плату.

Покупці прагнуть купити потрібні товари дешевше. В системі підприємництва економічні стимули дають змогу визначити, який напрям діяльності буде найвигіднішим. Прибутки підприємця засвідчують, що він правильно вирішує питання «Що виробляти?» і «Як виробляти?». Це означає, що підприємець спрямовує обмежені ресурси на ту продукцію, яка потрібна споживачеві, і за ціною, яку він може заплатити.

Система стимулів передбачає також покарання, яке в системі підприємництва набирає форми збитків (банкрутства) для бізнесменів або низької заробітної плати для окремих працівників.

У системі вільного підприємництва важливе місце належить конкурентним ринкам. Під **конкурентним ринком** слід розуміти ринки, де існує досить багато покупців і продавців і де жоден з них не є настільки могутнім, щоб впливати на ринкові ціни вольовим методом. Підприємці можуть змагатися між собою за споживачів. Так само працівники можуть змагатися між собою за роботу, а покупці — за придбання товарів і послуг. Конкурентні ринки дають змогу реалізовувати економічні свободи. Отже, в підприємстві конкуренція не дає можливості одному покупцю чи продавцю (або їх групам) контролювати весь ринок. Конкуренція допомагає зберігати низькі ціни і високу якість одночасно.

Таким чином, система вільного підприємництва відповідає бажанням і запитам особистостей. Вона допомагає кожному підприємцю виробити стратегію, яка відповідає його інтересам, і реалізувати рішення на вільних ринках. І покупці, і продавці мають бачити вигоду в кожній угоді. Підприємці самі відповідають на запитання: «Що виробляти?», «Як виробляти?», «Для кого виробляти?».

1.4. Особливості підприємницької діяльності в аграрному секторі

В аграрному секторі існує низка особливостей розвитку підприємства. Підприємство сприятиме розширенню сфери прикладання аграрної праці, створенню нових можливостей для працевлаштування незайнятого сільського населення і вивільнених працівників з підприємств, що діють неефективно. Вільне підприємство здатне значно зміцнити економічну базу місцевих рад

народних депутатів, позитивно вплинути на розвиток сіл, невеликих міст.

Широкому розвитку підприємництва в аграрній сфері України заважають певні складності. Вони виникають, зокрема, через брак достатніх грошових заощаджень (первинного капіталу) працівників сфери АПК — потенційних підприємців; малооб'єктної виробничої й обслуговуючої матеріально-технічної бази; належного правового захисту і певних юридичних гарантій підприємців з питань власності, розпорядження майном, отримання і розподілу доходів.

Нині ухвалено законодавчі акти, що сприяють розвитку підприємництва на селі. Проте законодавство тільки декларує правову основу розвитку підприємництва, востання його в економіку. Важливе значення мають також розроблення принципів підприємництва, визначення практичних шляхів його розвитку і підтримка з боку держави і суспільства та ін.

Основні принципи вільного розвитку аграрного підприємництва такі: використання різних форм власності, господарювання і розмірів підприємств; переважний розвиток малого підприємництва; збереження і раціональне використання наявної матеріально-технічної бази виробництва продовольства.

Перший принцип передбачає розвиток аграрного підприємництва на основі всіх форм власності — державної, колективної та індивідуальної (приватної). Це відповідає програмі роздержавлення та приватизації і забезпечує більш стійку основу для підприємництва в умовах ринку.

Виробництво валової сільськогосподарської продукції нині зосереджено переважно в приватному секторі (61,0 %). В особистих підсобних господарствах громадян виробляється 57,2 % такої продукції. Характерно, що в США на державні ферми (переважно ферми навчальних закладів, науково-дослідних установ тощо) припадає тільки 0,6 %, на корпорації і спільні ферми (колективні, акціонерні або пайові господарства) — 40,2, на сімейні ферми — 59,2 % загального обсягу реалізованої сільськогосподарської продукції.

Сутність *другого принципу* полягає в необхідності поєднання різних організаційних форм підприємницької діяльності: агрокомбінатів, агрофірм, виробничих систем, державних підприємств, товариств, міжгосподарських і спільних підприємств, акціонерних і пайових товариств, агроцехів промислових підприємств, кооперативів, сімейних та індивідуальних господарств. Це забезпечить стійкість аграрної економіки в екстремальних умовах і конкурентність у господарюванні.

Третій принцип розвитку підприємництва, враховуючи концепцію демонополізації, передбачає необхідність поєднання різних розмірів підприємництва незалежно від організаційних форм. Це можуть бути великі, середні й малі агрокомбінати, агрофірми, кооперативи, селянські (фермерські) господарства, особисті підсобні господарства громадян, агроцехи промислових підприємств, агродільниці міських жителів, кооперативи. Відмінність у розмірах господарських одиниць в аграрному секторі зумовлена двома важливими природними чинниками: нерівномірним територіальним розселенням людей, що склалось історично, і різною характеристикою агропотенціалу земель.

Індекс коливання різних розмірів основного типу колишніх сільськогосподарських підприємств колгоспів і радгоспів України становив 4. Середній розмір ферм США коливається від 1145 до 6,3 га, тобто індекс коливання становить 200. У колишній Югославії, крім 2,6 млн селянських господарств (в середньому по 3,5 га), функціонують 815 землеробських кооперативів і 86 великих агропромислових комбінатів. Комбінати й кооперативи, маючи 17,4 % землі та 16,3 % худоби, дають 30,1 % валового виробництва і 51 % товарної сільськогосподарської продукції. Решта припадає на дрібні індивідуальні господарства.

Четвертим принципом розвитку підприємництва є широке залучення до нього громадян на основі прискореного розвитку дрібного аграрного підприємництва з дотриманням оптимальних співвідношень різних типорозмірів господарств. Концентрація і централізація виробництва призвели не тільки до важкокерованої гігантomanії господарств, а й до зменшення кількості неповних господарів. Якщо вважати голів колгоспів і директорів радгоспів, які найбільше відповідали за стан економіки господарств, побічними (неповними) господарями, то в нашій країні був найнижчий рівень господарської відповідальності. Цей показник може визначатися як зворотне значення розміру об'єкта господарської відповідальності з розрахунку на одного суб'єкта господарської відповідальності. З розрахунку на одного керівника (потенційного підприємця) сільськогосподарського підприємства в Україні до 2000 р. припадало 3420 га землі, тоді як на одного фермера — 38 га. З розрахунку на одного фермера в середньому припадає землі: у США — 179 га, Франції — 17, ФРН — 17, Великій Британії — 65, Нідерландах — 6, Данії — 31, Швеції — 27, Фінляндії — 13 га. Повна і персональна відповідальність за господарську діяльність і майно — найістотніший показник підприємництва.

П'ятий принцип розвитку підприємництва передбачає сприяння поглибленню спеціалізації й розширенню кооперації. Підприємництво тісно пов'язане з професіоналізмом, ґрунтується на ньому, породжує і поглиблює його. Професіоналізм, у свою чергу, породжується спеціалізацією праці й сприяє її поглибленню. Поглиблення спеціалізації з метою збереження виробничо-технічних зв'язків потребує розвитку і розширення кооперації.

Зарубіжна практика розвинених країн підтверджує, що з розвитком малого підприємництва поглиблюється спеціалізація і особливо швидко розширюється кооперація.

Невеликий розмір господарств не виключає їхньої спеціалізації. Вона існувала і поглиблювалась упродовж багатьох років у колишній Югославії. В Китаї, де широко розвивається сімейний підряд, через два роки після введення підрядної організації праці (1980 р.) з'явилися перші спеціалізовані підрядні двори. В 1984 р. при дуже невеликих розмірах їх було вже 14 %.

Шостим принципом розвитку підприємництва є збереження і більш результативне використання наявної матеріально-технічної бази виробництва продовольства, що зумовлено насамперед специфікою економічної ситуації в країні. Розвиток малого підприємництва потребує створення нової малооб'єктної матеріально-технічної бази виробництва. Проте держава, суспільство в цілому, а тим більше потенційні підприємці не мають потрібних ресурсів для реалізації цього завдання найближчим часом. Вийти із становища, що склалося, можна завдяки розвитку підприємництва на наявній матеріально-технічній базі виробництва продовольства і поступовому створенню ефективнішої аграрної основи.

З урахуванням здійснення цих принципів можливі й доцільні такі конкретні шляхи розвитку аграрного підприємництва:

- контрактне підприємництво на діючих і створених заново державних і колективних підприємствах;
- створення селянських (фермерських) господарств;
- розширення кількості й розмірів особистих підсобних господарств сільських жителів;
- розвиток агроцехів підприємств інших галузей народного господарства;
- розвиток агродільниць міських жителів;
- розвиток приватних агрофірм і приватно-орендних підприємств.

Агробізнес є формою підприємництва в аграрному секторі економіки країни. До агробізнесу залучаються всі виробничі та обслуговуючі сфери діяльності агропромислового комплексу.

Систему економічних відносин в агробізнесі можна показати у вигляді схеми (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Система економічних відносин в агробізнесі

Отже, агробізнес — це сукупність економічних відносин в аграрному секторі країни.

1.5. Елементи системи бізнесу

Суб'єктами бізнесу можуть виступати громадяни, права яких не обмежені законом, юридичні особи, які володіють різними видами власності, а також громадяни іноземних держав і особи без громадянства — у межах повноважень, установлених законодавством. Отже, суб'єктами бізнесу можуть бути: дрібний власник, робітник, службовець, кооператор, акціонер, орендар, колектив. Загальним для всіх є бажання стати підприємцем, ризикнути, створити свою справу, отримати вигоду, проявити ініціативу, наполегливість.

Як зазначалося, елементами системи бізнесу є підприємницький, споживчий, трудовий і державний бізнес (рис. 1.2).

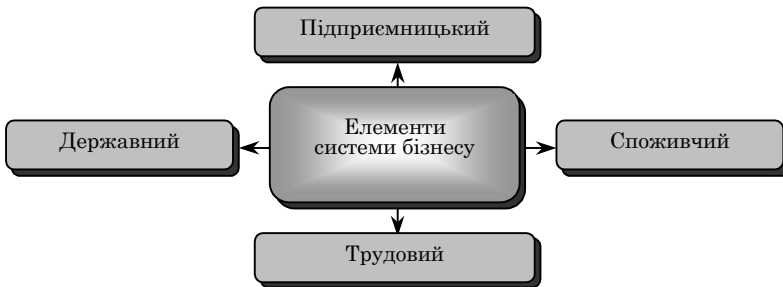


Рис. 1.2. Елементи системи бізнесу

Підприємницький бізнес — один із найбільш динамічних видів бізнесу. Його суб'єктами виступають як фізичні, так і юридичні особи. Їхній діловий інтерес — одержання прибутку (доходу) — реалізується через виробництво і продаж продукції (виконання робіт, надання послуг). Підприємницький бізнес поділяється на виробниче, комерційне і фінансове підприємництво.

Виробниче підприємництво поширюється в основному на виробництво, споживання товарів і послуг (виробничі фірми, установи). Таке підприємництво складне і потребує часу. Тому в нашій країні підприємці-бізнесмени створюють переважно комерційні та торговельно-посередницькі фірми.

Комерційне підприємництво — обмін, розподіл і споживання товарів. Це торговельні заклади, біржі.

Фінансове підприємництво поширюється на обіг, вартісний обмін. Цьому сприяють банки, фондові біржі.

Основою підприємницького бізнесу в економічно розвинених країнах є приватна власність на засоби виробництва. Цей вид бізнесу загальнодоступний для малих фірм, заохочується і підтримується державою, становить основу постійного відтворення підприємницького середовища.

Підприємницький бізнес у великих та середніх фірмах ґрунтується, як правило, на розмежуванні влади та управління. Цьому найбільше сприяє значне поширення акціонерної власності, контрактного підприємництва.

Споживчий бізнес — масове явище в ринкових відносинах, оскільки він, по-перше, здійснюється всіма громадянами на протигагу

підприємницькому бізнесу, відображає загальну участь людей у системі ділових відносин. По-друге, споживчий бізнес показує зацікавленість людей у кінцевих результатах виробництва. Ця діяльність спрямована безпосередньо на пошук найкращих умов для досягнення результатів. По-третє, споживчий бізнес є одночасно і силою, що врівноважує і стимулює підприємницький бізнес, примушуючи підприємців не тільки враховувати запити споживачів, а й сприймати їх як партнерів у ділових зв'язках. По-четверте, учасниками споживчого бізнесу виступають також підприємці як споживачі продукції інших фірм. Тому слід зазначити, що споживачі (покупці) є, як правило, не пасивною стороною в угодах з підприємцями, а рівноправними учасниками ділових відносин. Діловий інтерес споживачів — придбання товарів та послуг — реалізується самостійним установленням контактів між виробниками і продавцями продукції (послуг) та контрагентами за принципом максимізації вигоди. Якщо для підприємця вигодою є дохід (як правило у грошовій формі), то для споживачів — товар (послуга), що найкраще задовольняє потребу.

Реалізуючи свої споживчі інтереси, ця категорія громадян здійснює свій специфічний бізнес. Основою споживчого бізнесу є приватна власність на предмети споживання і послуги.

Трудовий бізнес — це бізнес громадян, які працюють за наймом. Як і споживачі, вони є не пасивною стороною в угодах з підприємцями, а рівноправними учасниками відносин з ними. Діловий інтерес працівників — одержання доходів — реалізується працею у підприємницькій фірмі на контрактній або іншій основі. Якщо для підприємців вирашем в угодах є кінцевий дохід фірми після збуту продукції, то для найманих працівників — особистий дохід, який вони одержують за виконання своїх обов'язків.

Реалізуючи свої інтереси, дістаючи вираш від укладання угод з підприємцями, ця категорія громадян здійснює свій специфічний трудовий бізнес. У чому ж його сутність?

По-перше, предметом угоди між працівником і підприємцем є не «товар — робоча сила», а просто робоча сила. Робоча сила виступає специфічним товаром, вона не відчужується назавжди від свого носія після укладення трудового контракту. Робоча сила лише «здається в оренду». Угода між підприємцем і працівником — це орендна угода, в якій обумовлюються терміни, умови оренди, інші моменти, властиві цим відносинам.

По-друге, укладаючи угоди, обидві сторони — працівник і підприємець — роблять ініціативний вибір і йдуть на економічний ризик, обмінюються своїми надбаннями, прагнуть нав'язати один одному свої інтереси, використовують різні прийоми тиску один на

одного, несуть взаємну відповідальність за порушення умов угоди про найм. За допомогою угоди обидві сторони здійснюють свою ділову стратегію і тактику. Іншими словами, є ознаки бізнесу як з одного, так і з іншого боку.

По-третє, наймані працівники мають можливість змінити свій соціальний статус, перетворюючись на власників завдяки придбанню акцій підприємницьких фірм, або після закінчення угоди про найм відкрити свою справу, займаючись малим бізнесом.

Трудовий бізнес ґрунтується на приватній власності на робочу силу.

Державний бізнес здійснюють державні органи, які також виходять на ринок з діловими пропозиціями. При цьому органи держави є рівноправними партнерами інших учасників ділових відносин. Основою ділового інтересу держави є потреба у здійсненні пріоритетних загальнодержавних науково-технічних, науково-виробничих та інших програм, здатних принести користь державі та її громадянам.

Принцип взаємної вигоди сторін цього виду бізнесу за такими угодами інший — підприємницькі фірми стимулюються державою для участі у цих програмах, а сама держава не має можливості реалізувати такі програми. Основою державного бізнесу є державні інтереси (державна власність на засоби виробництва, інформацію, продукцію інтелектуальної праці, цінні папери, грошові фонди).

1.6. Менеджер і підприємець

У розвинених країнах поняття «менеджер» часто ототожнюють з поняттями «підприємець», «бізнесмен». Проте бізнесмен і менеджер — це не одне і те саме. Бізнесмен — той, хто «робить гроші», власник капіталу, що перебуває в обігу та приносить дохід. Менеджер обов'язково обіймає постійну посаду, у нього є підлегли, а власника на фірмі може не бути.

Окремий вид бізнесу — підприємництво. Воно є елементом бізнесу і водночас має самостійне значення як підприємницький бізнес. Основний його суб'єкт — підприємець, який здійснює цей вид бізнесу. Він вкладає гроші в справу, яку організовує, бере на себе особистий ризик.

Відмінності між менеджерами та підприємцями очевидні. Підприємець націлений на пошук нових можливостей, на оперативне прийняття рішень. Він не може дозволити собі нескінченно чіплятися за ідею, яка не зуміла довести свою життєздатність. Менеджер, навпаки, неохоче береться за нову справу, але якщо рішення прийнято, то не звертає з обраного шляху.

Така сама відмінність спостерігається і щодо форми залучення ресурсів. Оскільки заробітна плата менеджера залежить від реальних коштів, він зацікавлений у накопиченні фондів, уникає оренди та інших форм тимчасового залучення ресурсів.

Для підприємця ж, навпаки: довічний брак грошей, небажання використовувати обладнання, яке може пережити ідею, потреба виявляти гнучкість та ризикувати змушують його широко користуватися орендою або вдаватися до інших форм тимчасового залучення ресурсів. Менеджер має справу, як правило, з організаційною структурою, що склалася, має ієрархічну природу, потребує чіткого розподілу повноважень та відповідальності. Підприємець надає перевагу горизонтальній структурі, що ґрунтується на формальних зв'язках. І хоча підприємство та менеджмент — два різних види діяльності, насправді це двоседина функція, яку можна назвати *підприємницьким менеджментом*. Особливо це характерно для середнього та малого бізнесу, де функції менеджера часто виконують самі підприємці.

Сучасні підприємницькі структури характеризуються тим, що на них працює робітників менше, ніж 10 – 20 років назад, а через 10 – 20 років їх буде ще менше. Вже сьогодні є фірми, де практично немає робітників, а є лише висококваліфіковані службовці та менеджери.

Менеджери стають основним чинником виробництва, бізнесу. Фірми без них працюють неефективно, оскільки капітал сам по собі не може вигідно застосовуватись.

Отже, наявність досвідчених менеджерів стає вирішальним чинником бізнесу, від якого залежить не тільки функціонування підприємницьких структур, а й існування їх у майбутньому. Вони такий самий атрибут виробництва, як засоби, сировина, матеріали, робоча сила, тобто основні чинники виробництва. Особливостями менеджера є його динамічність, інтуїція, тип мислення, певні знання, організаторський талант, здатність працювати з людьми. Чим вищий рівень підготовки менеджера, тим краще працює виробництво.

1.7. Середовище підприємництва

Контрагенти бізнесу: продавець — покупець; роботодавець — найманий працівник; кредитор — позичальник не перебувають у умовах ізоляції, вони функціонують у певному середовищі, яке і визначає їхні позиції. У цілому підприємницьке середовище включає в себе економічну обстановку, політичну ситуацію, правове, соціально-культурне, технічне, фізичне, інституціональне середовище.

Економічна обстановка зумовлює більші чи менші обсяги грошових засобів, які покупці можуть витратити. Вона також визначає види придбаних покупцями товарів і ту суму, яку вони готові заплатити.

Одночасно економічна обстановка визначає наявність робочих місць, а отже, надлишок або недостатню кількість робочої сили, що впливає на рівень заробітної плати працівника при укладанні трудової угоди. Економічна обстановка визначає наявність грошових ресурсів і звідси — доходу на інвестований капітал або позики, що впливають на розмір залучених ресурсів, до яких готові звернутися учасники бізнесу для фінансування своїх ділових операцій.

На економічну обстановку підприємництва впливає **політична ситуація**. Способи управління економікою певною мірою є результатом політичних завдань і цілей уряду, який є при владі.

Учасники бізнесу діють у межах відповідної **правової бази**. Закони, що ухвалює Верховна Рада України, можуть бути наслідком політичної обстановки і натиску лобістів або груп, які, в свою чергу, можуть відображати відповідні течії у соціальній і культурній сферах. Наприклад, підвищений інтерес до захисту навколишнього середовища привів до створення партії «зелених», а також законодавства щодо контролю над підприємствами, які забруднюють довкілля.

Соціально-культурне середовище визначає товари, які люди прагнуть купувати, зокрема, що відповідають певним смакам і моді. Соціально-економічна обстановка може також впливати на ставлення окремої особи до роботи, що, в свою чергу, впливає на її ставлення до розміру заробітної плати і умов праці, майбутнього бізнесу.

Технічне середовище відображує рівень науково-технічного розвитку, що впливає на підприємництво. Чим більше торговельно-промислових операцій автоматизовано, тим менший попит на робочу силу, що безпосередньо впливає на рівень зайнятості й заробітної плати.

Фізичне (географічне) середовище характеризує природні умови, в яких здійснюється підприємництво. Мається на увазі доступність сировини, енергоресурсів, кліматичні й сезонні умови, а також добре розвинена транспортна мережа. Ці чинники безпосередньо впливають на розміщення компаній і фірм, а отже, на витрати, пов'язані з доставкою сировини, розподілом продукції та застосуванням робочої сили.

І насамкінець, **інституціональне середовище**, що характеризується наявністю і різноманітністю інституцій, за допомогою яких бізнес може встановлювати ділові взаємовідносини або вести комерційні операції. До цих інституцій належать:

► банки (надання фінансових послуг);

- оптові та роздрібні продавці (надання послуг, пов'язаних з розподілом товарів);
- спеціалізовані фірми і заклади (надання професійних послуг — юридичних, бухгалтерських, аудиторських тощо);
- навчальні заклади (навчання робітників і службовців);
- агентства з вивчення ринків;
- рекламні агентства (рекламна діяльність);
- контори з працевлаштування (надання допомоги в пошуках робочої сили);
- транспортні агентства;
- страхові компанії;
- комунальні послуги;
- засоби зв'язку;
- постачальники.

Отже, ми дали визначення бізнесу (підприємництву) в цілому і його основним різновидам, установили значення обміну, визнали важливість принципу взаємовигідності, навели поняття комерційних операцій, охарактеризували підприємницьке середовище.

1.8. Функції та модель бізнесу

Під **функціями бізнесу** слід розуміти діяльність, пов'язану з виробництвом і обмінними операціями між підприємцем та іншими елементами господарського середовища.

Бізнес передбачає такі основні функції:

- **ведення фінансів і обліку** — мобілізація капіталу за рахунок засобів інвесторів і кредиторів; нагромадження доходу від продажу; управління використанням капіталу та доходів у межах бізнесу і поза ним;
- **кадрову** — відбирання і приймання на роботу працівників відповідно до потреб бізнесу; вирішення всіх питань щодо використання працівників;
- **матеріально-технічне забезпечення** — придбання сировини, машин, обладнання та інші поставки, необхідні для господарської діяльності;
- **виробничу** — перетворення сировини та інших поставок на такий вид продукції, який цілком придатний для продажу клієнтам фірми;
- **маркетинг** — визначення потреб споживачів і управління процесом обміну між підприємцем і його контрагентами.

До основних функцій можна додати такі:

- **підтримка підприємництва** — розгляд підприємницьких ідей, ініціативи і досвіду управління, що є функцією менеджменту;
- **науково-дослідні та проектні роботи** — діяльність, пов'язана з розробленням і реалізацією нових технологічних процесів або нової

продукції для поліпшення підприємництва, підвищення ефективності, розширення пропозицій нової продукції;

► зв'язки з громадськістю (так званий «паблік рілейшнз») — здійснення і управління відносинами між підприємствами і громадськими структурами або засобами масової інформації.

Викладені положення про підприємництво та бізнес можна подати у вигляді простої моделі, що складається з двох блоків:

1. Макросередовище — економічні, правові, політичні, соціально-культурні, технологічні та фізичні умови діяльності.

2. Мікросередовище, до якого належить інституціональна система: біржі, агентства, фонди тощо (рис. 1.3).

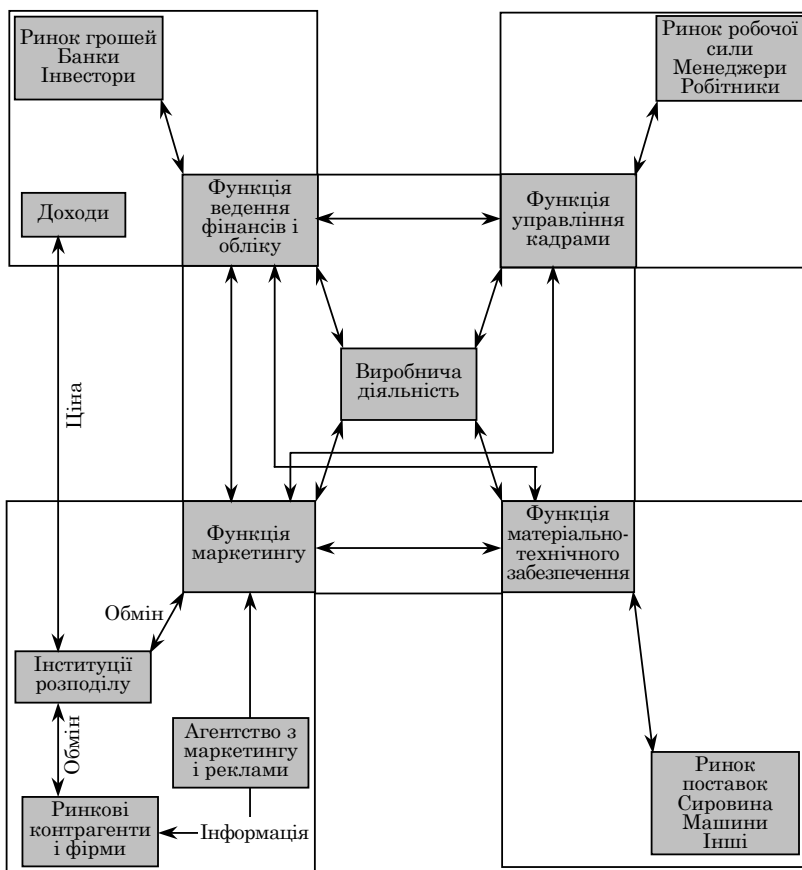


Рис. 1.3. Модель бізнесу

Наведена модель показує бізнес з його п'ятьма основними функціями, чотири з яких (фінанси, маркетинг, кадри і матеріально-технічне забезпечення — МТЗ) припускають відносини із зовнішніми блоками. Ці інституції становлять безпосереднє середовище діяльності фірми, або «мікрорівень».

У межах фірми кожна функція має взаємодіяти із будь-якою іншою функцією.

2.

Приватна власність на землю і майно — основа розвитку підприємництва на селі

- *Форми власності в агропромисловому комплексі України*
- *Реорганізація і реформування сільськогосподарських підприємств*
- *Особливості господарювання на власних і орендованих землях*
- *Реорганізація колективних сільськогосподарських підприємств, організація внутрішньогосподарських відносин*
- *Організаційні та правові аспекти відносин орендарів і орендодавців*

2.1. Форми власності в агропромисловому комплексі України

Власність складається з сукупності економічних, правових, політичних, соціальних і психологічних відносин. В агропромисловому комплексі тривалий час основою виробничих відносин була суспільна власність — державна і колгоспно-кооперативна. З переходом до ринкових відносин формується приватна власність на землю та інші засоби виробництва. З цією метою власність державних і колгоспно-кооперативних підприємств була приватизована і трансформована в приватну власність їхніх працівників. Це створило умови для вільного володіння, користування і розпорядження власністю колишніх підприємств безпосередньо в інтересах нових власників.

У сільському господарстві відповідно до Закону України «Про форми власності на землю» встановлено три рівноправні форми власності на землю: державна, колективна, приватна.

Як відомо, **державна власність** належить народу, всьому суспільству, а **колективна** — певному колективу. Колективна власність відрізняється від державної меншим рівнем усупільнення. При цій власності працівник не має прямого інтересу до майна і землі. Нині в державних і колективних сільськогосподарських підприємствах

сподарських підприємствах кожен працюючий може приватизувати майно і землю. У цьому разі колективна власність трансформується в **приватну власність** цих громадян. Як засвідчує світовий досвід та невелика практика роботи господарств в Україні, при приватній власності виникнення, зміни і призупинення правовідносин власності пов'язані з наявністю визначених юридичних фактів. Необхідність правового регулювання цих питань спричинена вимогами захисту власника, свого права власності, тобто забезпечення гарантій захисту економічних інтересів власників.

Первинним способом виникнення права власності та його придбання є матеріальне виробництво, господарська діяльність. Праця людини — основа створення і примноження її власності. Законодавства практично всіх західних країн додержуються принципу римського права, відповідно до якого результати роботи вважаються «об'єднаними» із землею і належать власнику землі. Власність кожного громадянина на землю та майно має бути юридично оформлена. Права власності на землю і права приватної власності гарантуються Конституцією України.

Приватна власність сприяє кращому збереженню і використанню землі та інших засобів виробництва. У господарствах, що засновані на приватній власності, вища відповідальність, мотивація, активність працівників, ефективніше використовуються капітальні вкладення, інвестиції, кредити і позики. У таких господарствах вищий рівень інтенсивності та ефективності виробництва, окупність капіталу, у тому числі вартість землі.

Отже, на селі основним суб'єктом аграрних відносин має стати товаровиробник-власник.

Зміна форм власності й, відповідно, господарювання є основним напрямом аграрної реформи. Затвердивши нові відносини власності, можна перейти до реальної зміни виробничих відносин в сільському господарстві. Формування виробничих відносин на основі приватної власності найбільш повно відповідає сутності товарно-грошових відносин та інтересам сільгосптоваровиробників.

Правовою основою утвердження нових форм власності в Україні є чинне законодавство. Воно сприяє реформуванню АПК, створенню форм господарювання підприємницької спрямованості.

Характерною ознакою державного сільськогосподарського підприємства є те, що воно володіє, користується і розпоряджається

майном за своїм розсудом, веде виробництво на принципах повного господарського розрахунку, забезпечує розвиток виробництва і матеріальне стимулювання працівників. Основна мета діяльності — одержання максимального прибутку, досягнення високої окупності авансованого капіталу. Це не суперечить вимогам ринку, а діяльність цих господарств також повинна мати підприємницький характер, особливо відносно реалізації вільної від держзамовлень продукції. Державне підприємство несе повну відповідальність за раціональне використання земель і всього виробничого потенціалу.

Колективна власність є на підприємствах, що працюють в умовах кооперування, на добровільному співробітництві товаровиробників-власників. Такі агроформування самостійні, функціонують на принципах підприємництва і самоуправління. При цьому колективні підприємства — це юридичні особи, що діють на підставі статуту. Втручання держави та інших органів у господарську та іншу діяльність підприємств не допускається, крім випадків, передбачених законодавством України.

Нові форми власності, особливо приватної, затверджуються відповідно до вимог Законів України «Про власність», «Про форми власності на землю», «Про підприємства в Україні», «Про підприємництво», «Про господарські товариства», «Про селянське (фермерське) господарство», Постанов Верховної Ради України «Про земельну реформу», «Про оренду землі», «Про прискорення земельної реформи і приватизації землі», Земельного та Цивільного кодексів України, Указів Президента України «Про невідкладні заходи щодо прискорення земельної реформи у сфері сільськогосподарського виробництва», «Про порядок паювання земель, переданих в колективну власність сільськогосподарським підприємствам і організаціям».

Основна причина реформування державної та колгоспно-кооперативної власності полягає у відсутності зацікавленості працівників у результатах своєї праці. Колективні та державні інтереси не збігалися з інтересами робітників, які не мали відношення ні до власності на землю і майно, ні до одержаної продукції та прибутків.

Водночас вітчизняний і закордонний досвід переконливо засвідчує високу ефективність сільськогосподарського виробництва, яке ґрунтується на приватній власності. Це і визначило необхідність формування дійсного власника, який вільно володіє землею та іншими засобами виробництва, визначає форму господарювання і розпорядження результатами своєї праці. Досвід підтверджується особистими підсобними та фермерськими (селянськими) господар-

ствами. В особистих підсобних господарствах населення земля перебуває в постійному користуванні, а одержаною продукцією власник розпоряджається на власний розсуд. Останніми роками цілеспрямовано підтримувалися такі підсобні господарства. Внаслідок цього збільшилися розміри землекористування, а отже, і виробництво продукції.

Як засвідчує аналіз, сьогодні основна частка виробництва продукції (57,4 %) припадає на особисті підсобні господарства населення. При цьому їм належить лише 14,6 % площі сільськогосподарських угідь. Без додаткових капітальних вкладень такі господарства більш успішно стримують падіння виробництва, ніж суспільний сектор.

Відповідно до Земельного Кодексу України ці господарства можуть мати площу до 2 га. Указ Президента України від 3 грудня 1999 р. передбачає подальшу підтримку особистих підсобних господарств населення. З цією метою площа може бути розширена за рахунок частини землі, що відповідає земельному паю. Не створюючи юридичної особи, працівник колективного підприємства має право одержати земельний пай для збільшення особистого підсобного господарства. Громадяни можуть викупати ту частину одержаної в користування землі, яка перевищує безоплатно приватизовану, за ціною, що відповідає грошовій оцінці, а не кон'юктурі ринку.

Вже нині особисті підсобні господарства населення виробляють майже 66 % продукції тваринництва. Передбачено, що за рахунок земель запасу і резерву поблизу населених пунктів мають створюватися суспільні пасовища для випасу тварин сільських жителів. Особисті підсобні господарства стабілізують виробництво, стримують його падіння, підтримують життєвий рівень населення, забезпечують йому хоч і невеликий, але додатковий до заробітної плати та пенсій дохід. Такі господарства можуть використовувати 15 – 20 % землі.

Нині в Україні функціонує понад 40 тис. селянських (фермерських) господарств. У загальному обсязі виробництва сільськогосподарської продукції їхня частка поки що невелика — близько 3,1 %. Відомо, що ефективність роботи фермерських господарств значно залежить від їхніх розмірів. За розрахунками найраціональніший розмір фермерських господарств має становити 300 – 400 га, тоді як тепер він дорівнює лише 56 га. Передбачається збільшення оптимальних розмірів за рахунок кооперації та оренди земельних ділянок (паїв). При цьому оренді земельних ділянок належить тільки 6,1 %. Фермер може орендувати земельні ділянки і земельні паї в одного або кількох власників єдиним масивом.

Отже, створюються сталі тривалі умови для організації ефективного фермерського виробництва на площах, які забезпечують раціональне використання техніки, робочої сили і капіталу.

Введення податкових канікул для фермерів дає їм можливість працювати відкрито і повністю показувати реальні обсяги одержаної продукції та економічні результати діяльності.

Основні напрями формування приватної власності на землю і майно такі:

➤ паювання землі та майна колективної власності між членами колективу, враховуючи пенсіонерів підприємства, без виділення земель у натурі (на місцевості). Кожному члену колективу відповідного підприємства видається сертифікат на право приватизації власності на земельну частку (пай);

➤ визнання земельної частки (паю), майнової частки власністю члена колективу з усіма правами їх використання і розпорядження;

➤ визнання права вільного виходу кожного члена з колективного підприємства зі своєю земельною та майновою часткою (паєм); видача державного акта на земельну ділянку та виділення майна в натурі у разі виходу зі складу господарства;

➤ створення різних господарських формувань на основі приватної власності на земельну та майнову частку (пай) — індивідуальних, колективних на принципах кооперації власників;

➤ утвердження права передавати земельну ділянку в оренду в розмірі частки (паю), майна в розмірі частки (паю) основних фондів;

➤ розвиток фермерських господарств на принципах раціональної концентрації та спеціалізації, що ґрунтуються як на приватній власності, так і на орендованих земельних ділянках і майні;

➤ розвиток особистих підсобних господарств населення на основі розширення виробництва за рахунок власності на земельний пай.

Такий різносторонній порядок утвердження приватної власності сприяє також розвитку індивідуального виробництва, добровільному об'єднанню власників для збереження цілісності великих товарних господарств. Може бути досягнута висока ефективність і конкурентоспроможність нових виробничих структур, заснованих на приватній власності, орендних відносинах, колективних формах організації праці, розвитку фермерських господарств, опти-

мального розміру з достатньою концентрацією і спеціалізацією виробництва.

Формування приватної власності на землю та майно в Україні дасть змогу завершити реформування в напрямі створення різноманітних і рівноправних форм господарювання в поєднанні з колективною та індивідуальною організацією праці.

2.2. Реорганізація і реформування сільськогосподарських підприємств

Сільськогосподарські підприємства мають реорганізуватися і реформуватися з дотриманням таких вимог:

- ▶ добровільність членів підприємства у прийнятті рішення про реформування, час його проведення, вибір форм нових формувань, організаційно-методичних засад реструктуризації;

- ▶ підтримка колективних та індивідуальних інтересів усіх власників земельних і майнових паїв;

- ▶ врахування пропозицій членів підприємства щодо організації проведення реформування, вільний доступ їх до всіх матеріалів, пов'язаних з приватизацією і реформуванням господарств.

Реформування сільськогосподарських підприємств — процес тривалий. Він має такі складові:

- ▶ інвентаризацію майна підприємства, всіх його активів та пасивів, у разі потреби — переоцінення або уточнення вартості майна;

- ▶ паювання майна, визначення пайового фонду та індивідуальних майнових паїв членів підприємства;

- ▶ видача майна в натурі у разі виходу осіб зі складу колективних сільськогосподарських підприємств (КСП);

- ▶ паювання землі та видача державних актів на право приватної власності на землю;

- ▶ створення передумов для формування нових економічних приватних агроформувань;

- ▶ розподіл майна і землі між новими господарюючими суб'єктами у разі поділу господарства та створення на його основі двох чи більше юридичних осіб;

- ▶ розроблення установчих документів підприємств, створених унаслідок реструктуризації КСП та реєстрація нових юридичних осіб;

➤ проведення серед членів підприємства інформаційно-роз'яснювальної роботи з питань щодо реструктуризації;

➤ кадрово-управлінське забезпечення реструктуризації.

У процесі реструктуризації на основі колективних підприємств (КСП) створюються одне чи більше товариств з обмеженою відповідальністю (ТОВ), селянські (фермерські) господарства, кооперативи, приватно-орендні підприємства, інші організаційно-правові форми. Як правило, в таких агроформуваннях менше людей, управління здійснюється ефективніше, робота дає ліпші результати.

У більшості господарств України земля передана в колективну власність і розпайована. Кожен член колективу одержав сертифікат на земельний пай. Приватна власність на землю дає змогу на основі колективних господарств формувати підприємницькі структури господарювання, нові виробничі відносини. Це сприятиме збереженню діючих організаційно-господарських комплексів та їхнього виробничого потенціалу. За таких обставин кожен власник одержить не тільки плату за свою працю, а й капітал у вигляді земельних і майнових паїв. У таких формуваннях доцільно широко застосувати оренду та орендні відносини.

Орендні відносини стають конкретною формою реалізації власності і виступають основним методом господарювання в реформованих підприємствах, способом залучення зацікавлених інвесторів, основою ефективного використання землі та майна. При цьому в балансі сільськогосподарських підприємств уперше передбачено відображати вартість землі, а орендну плату включати в собівартість продукції. Це сприятиме усуненню диспаритету цін, створить передумови для більш ефективного функціонування підприємств.

Президент України в Указі від 3 грудня 1999 р. «Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки» поставив завдання провести організаційні заходи щодо реформування КСП на засадах приватної власності на землю та майно наданням усім членам колективних сільськогосподарських підприємств права вільного виходу зі своїми земельними і майновими паями та створення на їхній основі приватних (приватно-орендних) підприємств, селянських (фермерських) господарств, товариств, сільськогосподарських кооперативів, інших структур, заснованих на приватній власності. Такі права гарантує Конституція України. Вони не можуть обмежуватися загальними зборами або іншими рішеннями.

Керівники господарств і спеціалісти, які користуються довірою власників землі та майна, можуть створювати на основі реформованих підприємств приватні формування за рахунок оренди майна

і землі членів колективу. Співзасновниками нових агроформувань можуть бути представники промислових, переробних, агросервісних підприємств, комерційних структур, банків як потенційні інвестори.

Суб'єктами власності є носії відносин власності. Основним носієм відносин власності, а отже, і суб'єктом приватизації виступають працівники підприємства, асоціація працівників, асоціація підприємців, трудові колективи підприємств, трудові колективи підрозділів (бригада, цех, ферма, ланка, сім'я тощо), трудові колективи галузей, кооперативів, індивідууми, суспільні організації. Власник стає головним у процесі виробництва, тому він має бути господарем засобів виробництва, виробленої продукції та одержаних доходів. Господарючі суб'єкти повинні мати статус вільних товаровиробників, матеріально зацікавлених і відповідальних за результати своєї діяльності. За наявності таких виробників сільськогосподарської продукції формується підприємницьке середовище і ринкові відносини, які сприяють підвищенню ефективності виробництва. Щодо конкретного сільськогосподарського підприємства суб'єктами власності є:

- працівники підприємства на момент ухвалення загальними зборами рішення про паювання майна;
- пенсіонери господарства незалежно від їхнього віку;
- тимчасово відсутні члени підприємства (призвані на військову службу, направлені на навчання, особи, які перебувають у тривалому відрядженні, зберігають членство в певному господарстві);
- колишні члени господарства, які одержали землю, але не одержали майнові паї;
- особи, звільнені за скороченням штатів, але не більше ніж два роки після звільнення;
- особи, які мають право повернутися на колишнє місце роботи згідно з чинним законодавством;
- особи, які стали інвалідами, працюючи на певному підприємстві, і нині не працюють;
- спадкоємці членів колективних господарств, які мають право на майновий пай.

Особи, не внесені до списку претендентів на майно, звертаються до комісії з реструктуризації з письмовою заявою про внесення їх до списку. Основний критерій одержання майна — участь у роботі підприємства з урахуванням стажу і заробітку, тобто трудового внеску.

Суб'єктами права державної власності на землю є Уряд України і місцеві органи державної виконавчої влади — Рада Міністрів Авто-

номної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські, районні державні адміністрації.

Суб'єктами права комунальної власності на землю є територіальні громади сіл, селищ і міст. Право комунальної власності на землю реалізується територіальними громадами безпосередньо або від їхнього імені органами місцевого самоврядування, а на земельні ділянки, що перебувають у спільній власності територіальних громад та в управлінні районних і обласних рад — відповідними районними й обласними радами.

Суб'єктами права колективної власності на землю є сільськогосподарські підприємства, яким земля передана у колективну власність, та члени таких підприємств як колектив співвласників.

Право на земельну частку (пай) мають члени колективного сільськогосподарського підприємства (КСП), сільськогосподарського кооперативу, сільськогосподарського акціонерного товариства, в тому числі пенсіонери, які раніше працювали в ньому і залишаються членами цього підприємства, кооперативу, товариства згідно із списком, що додається до державного акта на право колективної власності на землю.

Для паювання земель у підприємствах, кооперативах, товариствах створюються комісії з їхніх працівників, які затверджуються загальними зборами (зборами уповноважених) членів підприємства. Розміри земельної частки (паю), визначені комісією, затверджує районна державна адміністрація. Після затвердження результатів паювання земель відповідна районна державна адміністрація видає (з одночасною реєстрацією) кожному члену колективного сільськогосподарського підприємства, сільськогосподарському кооперативу, сільськогосподарському акціонерному товариству сертифікат на право на земельну частку (пай) єдиного в Україні зразка.

Право приватної власності громадян на землю засвідчується державним актом на право приватної власності на землю, який видається і реєструється сільською, селищною, міською чи районною радами.

Об'єктами приватизації сільськогосподарських підприємств є основні виробничі й оборотні засоби, створені за рахунок діяльності підприємства, цінні папери, акції, гроші та відповідна частка від участі в діяльності інших підприємств і організацій. Усе це оцінюється у вартісному вираженні для встановлення пайового фонду підприємства.

Для розрахунку пайового фонду вартість усіх активів підприємства зменшується на суму боргів (короткотермінової, довготермінової і реструктуризованої заборгованості), на вартість майна соціальної сфери, а також майна, що не підлягає паюванню (мережі водо- та

газопостачання, дороги, меліоративні та осушувальні пристрої, об'єкти, створені за рахунок бюджетних коштів тощо). Як зазначено в «Рекомендаціях з паювання майна недержавних сільськогосподарських підприємств», при їх реструктуризації та виділенні майна в натурі їхнім членам в рахунок майнових паїв після відображення результатів інвентаризації, уточнення вартості майна та закриття відповідних рахунків у регістрах бухгалтерського обліку визначається пайовий фонд. Пайовий фонд визначається за формулою

$$\text{Пф} = \text{Оз} + \text{На} + \text{Вк} + \text{Ун} + \text{Дфв} + \text{Зз} + \text{Фа} - \\ - \text{Кр} - \text{Рмв} - \text{Впз} - \text{Рб} - \text{Рм} - \text{Сс} - \text{Нп},$$

де Пф — пайовий фонд майна членів КСП; Оз — залишкова вартість основних виробничих засобів; На — залишкова вартість нематеріальних активів; Вк — відновна вартість незавершених капітальних вкладень; Ун — відновна вартість невстановленого устаткування; Дфв — довготермінові фінансові вкладення; Зз — витрати і запаси, які входять у валюту балансу; Фа — фінансові активи (інші позаоборотні активи, кошти, розрахунки та інші активи); Кр — кредиторська заборгованість (довготермінові пасиви, розрахунки та інші пасиви); Рмв — резерви майбутніх витрат і платежів; Впз — відстрочена податкова заборгованість; Рб — реструктуризований борг; Рм — розрахунки за майно; Сс — залишкова вартість об'єктів соціальної сфери; Нп — залишкова вартість об'єктів, що не підлягають за рішенням загальних зборів паюванню.

У результаті визначення пайового фонду отримують суму пайового фонду в грошовому вираженні. Для реструктуризації підприємства потрібно скласти перелік майна на суму пайового фонду. Всі члени підприємства мають отримати документ (сертифікат, пайову книжку, свідоцтво), в якому засвідчується розмір майнового паю. Вони повинні знати, яке конкретно майно складає пайовий фонд, на які активи господарства вони можуть претендувати у разі виходу зі складу підприємства.

Об'єктом приватизації в агропромисловому комплексі є земля. При паюванні вартість і розміри в умовних кадастрових гектарах земельних часток (паїв) усіх членів підприємства, кооперативу, товариства однакові. Вартість земельної частки (паю) для кожного підприємства, кооперативу, товариства визначається, враховуючи грошову оцінку переданих у колективну власність сільськогосподарських угідь, та кількість осіб, які мають право на земельну частку (пай). Розміри земельної частки (паю) в умовних кадастрових гектарах визначаються, виходячи з вартості земельної частки (паю)

та середньої грошової оцінки одного гектара сільськогосподарських угідь для певного підприємства, кооперативу, товариства.

У разі виходу власника земельної частки (паю) з колективного сільськогосподарського підприємства, сільськогосподарського кооперативу, сільськогосподарського акціонерного товариства за його заявою відводиться земельна ділянка в натурі (на місцевості) в установленому порядку і видається державний акт на право приватної власності на цю земельну ділянку.

Закон України «Про приватизацію майна державних підприємств» прийнято 4 березня 1992 р. Верховна Рада України щороку розглядає звіт Кабінету Міністрів про виконання програми приватизації. Майно, що належить місцевим органам, приватизується і затверджується місцевими радами народних депутатів. Під час приватизації майна підприємств агропромислового комплексу керуються Законом України «Про особливості приватизації майна в агропромисловому комплексі».

Об'єктами приватизації є майно державних підприємств — ферми, цехи, підрозділи, що виділяються в самостійні підприємства і становлять єдиний майновий комплекс.

Суб'єктами приватизації є державні органи приватизації, покупці, продавці, представники і посередники. Державну політику в сфері приватизації проводять Фонд державного майна України та органи приватизації на місцях, які розробляють проекти місцевої приватизації, здійснюють методичне керівництво, організують контроль за приватизацією, затверджують плани приватизації комунального майна, виконують повноваження власника майна, що приватизується.

Порядок приватизації передбачає подання заяви про приватизацію державного майна або його частин, розгляд заяви, публікацію про ухвалення рішення щодо приватизації і створення комісії, затвердження плану приватизації майна підприємства і його реалізацію. Ініціювати приватизацію можуть Фонд державного майна України, його відділення, місцеві органи, члени трудового колективу, а також покупці. Заява подається до Фонду або до його органів за місцем розташування об'єкта. Приватизація здійснюється відповідно до розробленого комісією плану, де передбачені терміни, початкова ціна об'єкта, розмір статутного фонду покупця, форми розрахунків.

Майно приватизується через його продаж на аукціоні за конкурсом, продаж частин (паїв, акцій) майна на аукціоні, фондовій біржі або через викуп майна державного підприємства, зданого в оренду, викуп майна відповідно до альтернативного плану приватизації, викуп майна товариствами покупців. Державне майно можна придба-

ти за рахунок власних та залучених коштів, приватизаційних паперів.

Приватизуючи майно державного підприємства через його викуп, продаж на аукціоні за конкурсом, між продавцем і покупцем складається відповідний договір купівлі-продажу.

Нині більшість сільськогосподарських підприємств реформується у напрямі підприємницьких структур ринкового типу.

Реструктуризація передбачає вибір організаційно-правової форми підприємств і план післяреформеного розвитку агроформувань. Згідно з чинним законодавством підприємство може реструктуризуватися в господарські товариства: акціонерні (відкритого і закритого типу), з обмеженою або повною відповідальністю, командитні, сільськогосподарські кооперативи, селянські (фермерські) господарства, приватно-орендні підприємства, індивідуальне підприємство без створення юридичної особи.

Для розроблення програми реструктуризації підприємства та її практичного здійснення важливо забезпечити:

- узгодження позицій членів підприємства щодо збереження цілісності підприємства чи доцільності його поділу на кілька структур, їх кількості, розмірів, спеціалізації тощо;

- вивчення питань, пов'язаних з організацією використання прав на земельні й майнові паї;

- опрацювання варіантів кооперації новостворених підприємств;

- вибір форм використання об'єктів виробничої інфраструктури, в яких зацікавлені всі новостворені підприємства або частина їх;

- вирішення низки питань соціального значення, працевлаштування у нових формуваннях, соціальна підтримка їхніх членів, передавання об'єктів соціальної сфери на баланс місцевої влади.

Реструктуризація в підприємницькі структури може здійснюватися зі збереженням цілісності підприємств як єдиного господарського (земельно-майнового) комплексу або зі створенням на його основі двох і більше господарських товариств- правонаступників. Створення підприємницької структури без поділу господарства на два і більше нових агроформувань доцільна у разі:

- необхідності збереження цілісності великих майнових (технологічних) комплексів (тваринницьких, птахівничих, овочевих, переробних тощо), руйнування яких призведе до великих економічних втрат;

- неможливості ефективного використання після розподілу об'єктів виробничої інфраструктури, зрошувальних систем тощо;

► відсутності реальних засновників і досвідчених керівників, здатних забезпечити ефективний розвиток створених унаслідок поділу нових підприємств.

Обґрунтування необхідності збереження цілісності підприємства має містити ризики та їхні наслідки, які можуть бути під час поділу підприємства. Якщо реструктуризація здійснюється без поділу підприємства, то створюється одна юридична особа — правонаступник. При цьому засновниками можуть бути одна особа (приватне підприємство, фермерське господарство), кілька осіб (товариство з обмеженою відповідальністю, командитне товариство) або багато осіб (акціонерне товариство, сільськогосподарський кооператив). Активи нової юридичної особи формуються за рахунок внесків засновників до статутного фонду. Особи, які не є засновниками нового агроформування, можуть передати новому підприємству своє майно в оренду або використовувати його в індивідуальному підсобному господарстві. Земельні частки після виділення їх у натурі всі фізичні особи (у тому числі засновники) передають юридичній особі за договором оренди.

Другим варіантом створення підприємницьких структур на основі сільськогосподарських підприємств є розподіл його на кілька нових формувань. Для цього мають бути:

► наявність доказових мотивів, що поділ підприємства — найприйнятніший варіант реструктуризації, який забезпечить ефективніше його функціонування порівняно зі збереженням цілісності підприємства;

► наявність лідерів, здатних за своїми менеджерськими якостями забезпечити ефективне функціонування нового агроформування;

► обґрунтування організаційних підходів до поділу (за сільськими поселеннями, за спеціалізацією, за структурними підрозділами реструктуризованого підприємства, за можливістю підприємницької діяльності, за перспективними інтересами тощо);

► недопущення (обмеження) надмірного подрібнення підприємства. Концентрація має бути умовою ефективного функціонування новоствореної виробничо-підприємницької структури;

► можливість (доцільність) організації у разі потреби кооперативних відносин між створеними в порядку поділу підприємствами.

Унаслідок поділу підприємства можуть створюватися два або більше підприємств- правонаступників.

Державна програма приватизації визначає цілі, пріоритети та умови приватизації. Розробляється вона Фондом державного майна України і затверджується Верховною Радою України один раз на

три роки не пізніше, як за місяць до затвердження Державного бюджету.

Державну програму приватизації на 2000 – 2002 рр. затверджено 18 травня 2000 р. Вона визначає основні цілі, пріоритети, завдання та способи приватизації державного і комунального майна, орієнтовні завдання щодо обсягів приватизації, надходження коштів до Державного бюджету, відповідні заходи щодо виконання цієї Програми. Основною метою приватизації цього періоду є створення умов для сприяння підвищення ефективності діяльності підприємств, установ, організацій та створення конкурентного середовища, а також надходження до бюджету коштів від приватизації.

Пріоритетними завданнями приватизації є:

- приватизація підприємств виключно за кошти з урахуванням їхніх індивідуальних особливостей;
- забезпечення інформаційної відкритості процесу приватизації;
- формування попиту на об'єкти приватизації вітчизняних та іноземних інвесторів;
- максимальне використання інституцій інфраструктури ринку цінних паперів;
- створення сприятливих умов для нових приватних власників;
- створення умов для подальшого розвитку фондового ринку;
- підвищення зацікавленості інвесторів щодо українських підприємств на міжнародних ринках.

Державна програма приватизації на 2000 – 2002 рр. передбачає:

- загальні засади індивідуальної приватизації;
- підготовку підприємств до приватизації;
- реструктуризацію державних підприємств, господарських товариств, створених у процесі корпоратизації та приватизації;
- принципи та порядок закріплення у державній власності пакетів акцій;
- додержання вимог антимонопольного законодавства у процесі приватизації;
- реєстрацію прав власності у процесі приватизації;
- способи та порядок приватизації;
- галузеві та регіональні особливості приватизації.

Майно підприємств агропромислового комплексу приватизується з урахуванням положень Закону України «Про особливості приватизації майна в агропромисловому комплексі» та цієї Програми. Приватизації підприємств агропромислового комплексу може передувати передприватизаційна підготовка відповідно до розділу «Підготовка підприємств до приватизації».

При цьому у відкритих акціонерних товариствах (ВАТ), створених на основі державного майна підприємств агропромислового комплексу, які приватизуються відповідно до ст. 25 Закону України «Про особливості приватизації майна в агропромисловому комплексі», у державній власності тимчасово терміном на три роки залишається 25 або 50 % статутного фонду плюс одна акція відповідного ВАТ.

Радгоспи та інші сільськогосподарські підприємства, підприємства рибного господарства можуть приватизуватися перетворенням їх на колективні сільськогосподарські підприємства.

У разі перетворення радгоспів та інших державних сільськогосподарських підприємств на колективні сільськогосподарські підприємства бізнес-план не розробляється, вартість об'єкта приватизації оцінюється відповідно до Методики оцінювання.

Не потребують погодження з Кабінетом Міністрів України умови приватизації підприємств агропромислового комплексу, вартість майна яких недостатня для формування статутного фонду акціонерного товариства.

Радгоспи та інші сільськогосподарські підприємства, підприємства рибного господарства, вартість майна яких недостатня для формування статутного фонду акціонерного товариства, приватизуються перетворенням їх на колективні сільськогосподарські підприємства.

У разі продажу акцій відповідного підприємства, яке підлягає приватизації у зв'язку з приведеним у відповідність з цією Програмою розмірів пакетів акцій, що тимчасово залишаються у державній власності, на пільги щодо безоплатної передачі майна, нереалізованого в повному обсязі під час розміщення решти акцій цього підприємства, мають право:

➤ працівники радгоспу або іншого сільськогосподарського підприємства та підприємств рибного господарства, що приватизуються, а також колишні працівники цих підприємств, які вийшли на пенсію, звільнені на підставі п. 1 ст. 40 Кодексу законів про працю України і не працюють з моменту звільнення на інших підприємствах;

➤ особи, які мають право відповідно до законодавства повернутися на попереднє місце роботи на цьому підприємстві;

➤ інваліди, звільнені через каліцтво або професійне захворювання, та працівники, звільнені за станом здоров'я;

➤ працівники соціально-культурних і оздоровчо-лікувальних закладів, що приватизуються у складі підприємств, на балансі яких вони перебувають.

Об'єкти, розташовані у зоні гарантованого добровільного відселення з території, що зазнала радіоактивного забруднення внаслідок Чорнобильської катастрофи, приватизуються з урахуванням вимог Закону України «Про правовий режим території, що зазнала радіоактивного забруднення внаслідок Чорнобильської катастрофи».

У 2000 – 2002 рр. передбачаються такі обсяги приватизації:

Органи виконавчої влади	В	Г	Усього за органом виконавчої влади	Д
Усього	217	35	252	4000
У тому числі:				
Міністерство аграрної політики України	93	0	93	681
Українська кооперативно-державна корпорація по агропромислому будівництву «Укрпромбуд»	10	0	10	0
Державний комітет України по земельних ресурсах	0	0	0	30
Комітет водного господарства України	0	0	0	144
Державний комітет лісового господарства України	0	0	0	50

Програма також передбачає:

- фінансові результати виконання програми;
- реалізацію та контроль за виконанням договірних умов;
- післяприватизаційну політику держави;
- заходи щодо виконання програми.

Виконання Державної Програми контролюють Верховна Рада України, заслуховуючи на своїх засіданнях звіти Фонду, і Кабінет Міністрів України, який періодично заслуховує на своїх засіданнях керівників Фонду, органи виконавчої влади, Раду Міністрів Автономної Республіки Крим.

Персональна відповідальність покладається на голову Фонду, керівників органів виконавчої влади, уповноважених управляти державним майном, а також на голів обласних державних адміністрацій — щодо приватизації майна, яке перебуває у державній власності.

Права, обов'язки та відповідальність власників і користувачів земельних угідь. Отримання громадянином України державного акта на право приватної власності на землю засвідчує його перехід у новий статус — статус власника конкретної земельної ділянки. Статус землевласника дає селянинові право повного розпорядження земельною ділянкою на власний розсуд, але згідно з чинним законодавством. Цей статус зменшує залежність селянина від первинності господарства та забезпечує підвищення рівня його доходів.

Власники земельних ділянок можуть добровільно створювати на основі належних їм земельних ділянок спільні сільськогосподарські підприємства, асоціації, спілки, акціонерні товариства, інші кооперативні підприємства і організації, передавати ці ділянки у спадщину, дарувати, обмінювати, віддавати під заставу, здавати в оренду, продавати громадянам України без зміни цільового призначення земельних ділянок.

Власники земельних ділянок мають право обрати одну з трьох запропонованих земельним законодавством можливостей.

По-перше, вони можуть самі господарювати на землі, створюючи або беручи участь у сільськогосподарських підприємствах різних типів чи їхніх об'єднаннях.

По-друге, селяни мають право здійснити відчуження отриманої у власність земельної ділянки шляхом купівлі-продажу, дарування, обміну тощо.

По-третє, вони можуть передавати земельну ділянку в оренду іншому сільськогосподарському підприємству, яке забезпечить ефективне використання земельної ділянки і сплачуватиме її власникові орендну плату.

Власники та користувачі земельних угідь несуть відповідальність за:

- ефективне використання землі відповідно до цільового призначення та проекту внутрішньогосподарського землеустрою;
- використання природоохоронних технологій виробництва;
- погіршення екологічної обстановки внаслідок своєї господарської діяльності.

Власник і користувач земельних угідь має здійснювати комплекс заходів щодо охорони земель; раціональної організації території; збереження і підвищення родючості ґрунтів, а також інших властивостей землі; захисту земель від водної й вітрової ерозій, селів, підтоплення, засолення, забруднення відходами виробництва та від інших процесів руйнування; дотримання прав інших землевласників, землекористувачів, у тому числі орендарів.

Використання землі в Україні платне. Плата за землю стягується у вигляді земельного податку або орендної плати, визначеного залежно від грошової оцінки землі.

Відповідно до Закону України «Про плату за землю» земельний податок на сільськогосподарські угіддя, що використовуються за цільовим призначенням, незалежно від того, до якої категорії земель вони належать, стягується за ставкою 0,1 % від грошової оцінки ріллі, луків і пасовищ, 0,03 % — для багаторічних насаджень. 31 липня 1997 р. — згідно із Законом України «Про Державний бюджет України на 1997 рік» зазначені ставки збільшені у 1,81 раза і встановлені у відсотках від їх грошової оцінки у таких розмірах: для ріллі, луків і пасовищ — 0,181; багаторічних насаджень — 0,0543. Власники землі та землекористувачі сплачують земельний податок з дня виникнення права власності або права користування земельною ділянкою.

Земельний податок сплачується рівними частками власниками землі й землекористувачами-виробниками товарної сільськогосподарської продукції. Ставки земельного податку з 1 га землі населених пунктів, грошову оцінку яких встановлено, збільшені у 1,81 раза і становлять 0,18 % від їх грошової оцінки. Земельний податок за ділянки у межах населених пунктів сплачується у розмірі 3 % від суми земельного податку, обчисленого у розмірі 1 % від грошової оцінки ділянки, якщо вона проведена. Там, де грошову оцінку земельних ділянок не визначено, податок за них стягується за середніми ставками податку, встановленого Законом.

2.3. Особливості господарювання на власних і орендованих землях

Завдання аграрної реформи — реорганізувати колективні підприємства в конкурентоспроможні підприємницькі структури ринкового типу.

Аналіз засвідчує, що нині суспільні господарства виробляють 41,7 % продукції. При цьому їм належить 82,6 % площі сільськогосподарських угідь.

Згідно з нормативно-правовою базою власниками землі є всі члени колективних господарств, тому потрібно враховувати їхні інтереси при організації виробництва. Для спільної діяльності власники можуть об'єднати майно, землю і працю. Вони можуть працювати і використовувати права власників у складі колективних сільськогосподарських підприємств, акціонерних товариств, виробничих кооперативів. При цьому в акціонерних

товариствах майнові і земельні паї обліковують окремо, щоб у разі виходу з нього власник зберіг земельний пай, який йому належить.

Акціонерні товариства організаційно не відрізняються від колективних господарств. За таких умов вони не дають змоги зруйнувати наявні потужні комплекси, особливо тепличні комбінати, свино-комплекси, молочні ферми промислового типу, садівничі та глибоко спеціалізовані господарства, які ведуть виробництво на індустріальних технологіях. При цьому у складі акціонерних товариств можуть працювати первинні колективи з різним рівнем усуспільнення власності або її відокремлення.

Реорганізацію сільськогосподарських підприємств створенням виробничих кооперативів передбачає Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію». Система економічних відносин у таких формуваннях ґрунтується на повному господарському розрахунку, будується на основі оплати за виконану роботу, одержану продукцію, орендних платежах, отриманні дивідендів на вкладений капітал у вигляді майнових і земельних паїв.

На основі колективних підприємств можуть створюватися приватні та приватно-орендні структури. Керівник реформованого сільськогосподарського підприємства або спеціалісти, використовуючи свої паї, можуть організувати приватне підприємство, взявши в оренду майнові та земельні паї інших членів певного підприємства. Нове підприємство може бути організовано і кількома засновниками-інвесторами, які можуть орендувати землю та майно у їхніх власників.

На сучасному етапі найдоцільнішими є формування, побудовані на приватній власності на землю та майно і колективних формах організації виробництва та праці. У таких формуваннях орендні відносини мають виражати утвердження власності та основний метод господарювання і залучення інвесторів.

Успішному функціонуванню реформованих підприємств сприяє реструктуризація виробництва, оскільки спільна діяльність у складі організаційної структури великих сільськогосподарських підприємств потребує розроблення економічного механізму взаємовідносин.

2.4. Реорганізація колективних сільськогосподарських підприємств, організація внутрішньогосподарських відносин

На ефективність сільськогосподарського виробництва впливають підприємства суспільного сектора. Нині в користуванні цього сектора є понад 80 % сільськогосподарських угідь, зайнято 60,8 % працюючих, виробляється 88 % зерна, 93 % цукрового буряку, 92 % сояшнику — головної стратегічної продукції України.

Суспільний сектор представлено колективними підприємствами з різними видами використання приватної власності у вигляді земельних і майнових паїв. Земля, передана в колективну власність і поділена між членами колективних господарств, завжди потребувала, а нині за наявності власників ще більше потребує чіткого механізму взаємовідносин між первинними колективами власників. Проте основи приватної власності при колективній організації виробництва і праці недостатньо. Ось чому при спільному використанні землі та майна за умови добровільності й зацікавленості власників потрібно якомога повніше враховувати потенціал наявних системних зв'язків, пропорцій, балансів. Це означає, що реформовані господарства та їхні підрозділи мають реструктуруватися не в напрямі їх руйнування, а в напрямі організаційного удосконалення. При цьому слід урахувувати, що утвердження власників землі та майна супроводжуватиметься збільшенням кількості економічно самостійних підприємницьких структур з різними можливостями виходу на продовольчий ринок і споживача. У зв'язку з цим усі внутрішньогосподарські структури мають одержати організаційно-правову основу і функціонувати як товариства з різним ступенем відповідальності: малі підприємства, кооперативи, асоціації власників тощо. У реформованих господарствах, заснованих на приватній власності, реструктуризація підрозділів має забезпечити відповідність:

- економічного і юридичного статусів — новим відносинам власності;
- організаційної будови — вимогам економічної самостійності та самоврядування, враховуючи інтереси власників;
- техніко-технологічного вдосконалення — вимогам підприємництва, самоокупності та самофінансування.

Важливим етапом має бути оцінка і вдосконалення організаційно-технологічних складових як підприємства в цілому, так і його підрозділів. Критерій оцінки — окупність капіталу, враховуючи зем-

лю, забезпечення високої матеріальної зацікавленості власників. Оцінка передбачає:

- поєднання галузей, спеціалізацію і концентрацію;
- структуру посівних площ і сівозмін;
- кількість і співвідношення продуктивної худоби;
- склад і структуру виробничого потенціалу.

При реструктуризації виробництва особливу увагу приділяють горизонтальній і вертикальній кооперації та інтеграції. Рішення можуть бути різними. Головне, щоб товаровиробник мав можливість через власний кооператив, власну агропромислову структуру виходити на споживача, на прямі фінансові взаєморозрахунки. Між колективами власників, зайнятих у підрозділах, незалежно від виду їх діяльності, розвиватимуться прямі й зворотні зв'язки, які ґрунтуються на виробничих, економічних і соціальних інтересах. Колективи власників у реформованих господарствах у системі цих зв'язків можуть виступати як організаційні підсистеми за умови поєднання централізованого управління або як самостійні структури, що делегують частину своїх функцій підзвітному апарату управління підприємством. Залежно від цього організаційно-економічні відносини між внутрішньогосподарськими структурами можуть регулюватися за трьома основними напрямками:

- на основі двосторонніх договорів;
- єдиним колективним органом, якому власники делегують повноваження;
- змішано.

У реформованих підприємствах, заснованих на приватній власності, мають утвердитися такі принципи управління:

- управління власністю на рівні підприємства;
- оперативне управління виробництвом на рівні первинних підрозділів;
- оперативне управління виробництвом на рівні первинних підрозділів — колективів власників;
- забезпечення централізації функцій, загальних для всіх колективів власників первинних підрозділів;
- центральний апарат управління має виконувати функції регулювання внутрішньогосподарськими зв'язками, зокрема відносинами з власниками, здійснювати зовнішньоекономічні зв'язки переважно маркетингового напрямку.

Удосконалення організаційно-галузевої, техніко-технологічної, управлінської систем має забезпечити зростання урожайності сільськогосподарських культур, продуктивності тваринництва, підвищення ефективності використання фондів і ресурсів, рентабельності

й конкурентоспроможності. Тобто повинні бути створені умови для інтенсифікації виробництва. Водночас має бути економічний механізм, що регулює взаємовідносини власників, які бажають сумісно використовувати землю і засоби виробництва.

Економічний механізм передбачає організацію комерційного розрахунку, принципово нові підходи до формування цін на продукцію та ресурси (роботи, послуги) внутрішньогосподарського обігу, прибутку і фондів.

Отже, товарно-грошові відносини мають бути перенесені на мікрорівень, безпосередньо в колективи первинних структур, які також орієнтовані на ринок і одержання прибутку. Колективи товаровиробників-власників повинні послідовно сплачувати платежі і податки, мати можливість одержувати позики, кредити і нести відповідальність за їхнє повернення, брати участь у формуванні й розподілі прибутку і фондів.

2.5. Організаційні та правові аспекти відносин орендарів і орендодавців

Оренда заснована на договорі про строкове платне володіння і користування землею та майном, які необхідні орендареві для здійснення підприємницької та іншої діяльності.

Оренда — це одержання на певний період прав володіння і користування майном, землею та іншими засобами виробництва, за допомогою яких здійснюється підприємницька діяльність.

Передані в оренду майно та земля залишаються власністю орендодавця. Орендар володіє і користується орендованими землею та майном, уся вироблена продукція є його власністю, якою він вільно розпоряджається.

Частина продукції може переходити у власність орендодавця як орендна плата. Якщо з дозволу орендодавця орендар виконує за рахунок свого доходу роботи, спрямовані на поліпшення майна, то після припинення договору оренди він має право на відшкодування з боку власника майна, землі понесених витрат за умови, що такі дії передбачені договором. Визначення розмірів платежів за орендовані земельні ділянки та майно передбачається догово-

ром оренди. За техніку, що передається в оренду з різними термінами служби, бажано застосовувати орендну плату з урахуванням зносу. Розмір орендної плати за будівлі, споруди, техніку визначають з таким розрахунком, щоб компенсувати витрати, пов'язані з придбанням основних засобів і одержанням прибутку в межах банківського відсотка. Орендна плата за робочу і продуктивну худобу має забезпечувати відшкодування її вартості й одержання прибутку.

Правове регулювання оренди землі здійснюється відповідно до Закону України «Про оренду землі» від 6 жовтня 1998 р. та Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження порядку державної реєстрації договорів оренди землі». У цих документах визначено конкретний механізм набуття, реалізації й припинення права на оренду земельної ділянки.

Як зазначалося, в Україні створено вагомі передумови для посилення соціального захисту власників земельних паїв. Проте, з іншого боку, будь-який користувач землі, який не оформив права власності на землю, не уклав договору оренди, взагалі не має юридичного права на її використання і отримання доходу. В балансі сільськогосподарських підприємств вперше передбачено відобразити вартість землі, орендну плату включати в собівартість сільськогосподарської продукції.

Взаємовідносин між орендарями і орендодавцями регулюються відповідними договорами. У договорі передбачаються такі істотні умови:

- 1) об'єкт оренди;
- 2) термін договору оренди;
- 3) орендна плата (розмір, форма платежу, термін і порядок внесення та перегляду);
- 4) цільове призначення, умови використання і збереження властивостей землі;
- 5) умови повернення земельної ділянки орендодавцеві;
- 6) існуючі обмеження і обтяження щодо використання земельної ділянки.

Значення оренди. Для розвитку особистих підсобних і фермерських (селянських) господарств оренда є важливим чинником оптимізації виробництва і підвищення його ефективності в умовах ринку. Через оренду можна забезпечити вільне переливання земельних ресурсів від одних користувачів до інших, які результативніше працюють. Якщо купівлі-продажу землі немає, то оренда виступає як важливий засіб ефективного розподілу ресурсів. Оренда вигідна як фермерам-початківцям, які не мають достатнього капі-

талу для придбання землі, так і тим фермерам, які прагнуть розширити виробництво, не беручи землю у власність. Оренда вигідна орендодавцям, особливо пенсіонерам. Земля в оренді оброблятиметься, приноситиме їм додатковий дохід, право власності не буде втрачено. Орендні відносини розвиватимуться і поглиблюватимуться. Вони сприятимуть більш повному використанню земельних ресурсів, а отже, підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва в цілому.

Нині особисті підсобні й селянські (фермерські) господарства надто погано забезпечені матеріальними ресурсами, насамперед технікою. При такому стані проблематичною стає інтенсифікація виробництва, що може призвести до стримування зростання обсягів виробництва продукції, доходів від фермерського та особистого підсобного господарства. Вирішити проблему за рахунок придбання нової техніки через її дорожнечу також не можна. В цих умовах важливо об'єднати зусилля власників особистих підсобних господарств, фермерів і колективних господарств.

Організаційними структурами щодо раціонального використання техніки для індивідуальних господарств можуть бути товариства із спільного використання сільськогосподарської техніки. Можуть організовуватися та успішно функціонувати також фермерські механізовані кооперативи. Потребується підтримка, пов'язана із створенням приватних підприємств з наданням механізованих послуг фермерам. Як засвідчив світовий досвід, позитивно зарекомендували себе прокат і оренда сільськогосподарської техніки при обслуговуванні фермерів.

У кооперації з колективними сільськогосподарськими підприємствами особисті підсобні і фермерські господарства можуть забезпечити себе сервісним і консультаційним обслуговуванням. Такої кооперації досягають через систему договорів, формування об'єднань, асоціацій, часткову участь капіталом. Через кооперацію з великими сільськогосподарськими підприємствами індивідуальні господарства можуть забезпечуватися кормами, насінням, худобою, племінною продукцією, ветеринарним обслуговуванням і виконанням сільськогосподарських робіт. На особливу увагу заслуговує фінансове забезпечення індивідуальних господарств. Банківська система їх практично не кредитує, інвестиції не надходять. Ці господарства орієнтуються переважно на власні кошти. Тому важливим є створення кредитно-фінансових структур на неформальній основі. Кошти дрібних підприємців можуть акумулюватися у вигляді пайових внесків до кредитних кооперативів-товариств.

Визначення кращих варіантів залучення засобів виробництва у діяльності господарюючих суб'єктів. Вирішальне значення в успішному функціонуванні різних форм господарювання належить створенню надійної матеріально-технічної бази. Недостатність техніки при постійному дефіциті фінансових ресурсів потребує вибору найраціональніших шляхів залучення засобів виробництва. Довготермінові вкладення у вигляді інвестицій необхідні для створення нових і модернізації реформованих господарств, освоєння прогресивних технологій і придбання сучасної техніки. Зрештою, оновлення засобів виробництва має забезпечити високоефективне виробництво конкурентоспроможної продукції, сприяти досягненню максимального прибутку і окупності авансованого капіталу.

Особливу увагу при формуванні засобів виробництва слід приділяти індивідуальним господарствам. Як показує аналіз, навіть тепер питома оснащеність технікою селянських (фермерських) господарств порівняно з великими значно вища. Водночас кількість техніки з урахуванням специфіки її використання в селянських господарствах забезпечує потребу лише на третину.

Отже, прагнення до повного забезпечення технікою індивідуальних господарств потребує істотних капітальних витрат, які до того ж буде складно окупили. Тому пріоритетним напрямом придбання та використання сільськогосподарської техніки для всіх форм господарювання має стати кооперація, взаємодопомога.

Порівняльну оцінку доцільності індивідуального та спільного використання техніки для господарюючих суб'єктів можна навести за такою методикою. Витрати, пов'язані з використанням техніки для господаря-власника ($S_{вл}$) при її одноосібному використанні, визначатимуться так:

$$S_{вл} = B \cdot K \cdot A + B_1 \cdot B_{п} + B / m, \quad (1)$$

де $S_{вл}$ — витрати на використання машини в i -й сезон її експлуатації, грн; B — ціна машини на момент придбання, грн; K — коефіцієнт переоцінки основних засобів; A — коефіцієнт амортизаційних відрахувань; B_1 — сума кредиту, що обслуговує в i -й рік і взятий для придбання певної машини, грн; $B_{п}$ — банківський позиковий відсоток; m — кількість років, на яку надано кредит.

При цьому співвартість одиниці роботи становитиме

$$C_1 = S_{вл} / N_{вл}. \quad (2)$$

При використанні техніки інших господарств вартість одиниці механізованих робіт для власника зменшиться і становитиме

$$S_1 = S_{\text{вл}} / (N_{\text{вл}} / N_{\text{ст}}), \quad (3)$$

де $N_{\text{вл}}$ — обсяг робіт власника техніки, од. роб.; $N_{\text{ст}}$ — обсяг робіт, виконаних на сторону (робіт користувача), од. роб.

При цьому економічна вигода господаря машини на одиницю робіт, яка визначається економією прямих фінансових витрат на обслуговування кредиту, забезпечення її робочого стану і, отже, оновлення, становитиме

$$E_{\text{вп}} = C_1 - S_1 = S_{\text{вл}} \cdot N_{\text{ст}} [N_{\text{вл}} (N_{\text{вл}} + N_{\text{ст}})]. \quad (4)$$

Для сільськогосподарського підприємства, у тому числі фермера, який не має техніки, є два виходи:

- придбати техніку за ціною, що є на певний момент часу, та за умовами одержання кредиту;
- скористатися технікою іншого підприємства на договірних засадах та за умови взаємодопомоги.

У першому випадку вартість його механізованих робіт становитиме

$$S_{\text{н}} = B_{\text{н}} \cdot A + B_{\text{н}} \cdot B_{\text{нв}} + B_{\text{н}} / m = B_{\text{н}} (A + B_{\text{нв}} + 1 / m), \quad (5)$$

де $B_{\text{н}}$ — вартість нової техніки, грн; $B_{\text{нв}}$ — річний банківський відсоток, у частках.

Собівартість одиниці роботи при цьому становитиме

$$C_2 = S_{\text{н}} / N_{\text{ст}}. \quad (6)$$

У другому випадку вартість механізованих робіт сільськогосподарського підприємства дорівнюватиме вартості одиниці механізованих робіт власника техніки, тобто $S_2 + S_1$.

Економічна доцільність користувача послуг визначається тим, що витрати на утримання техніки завжди будуть нижчими, оскільки ціна нової аналогічної машини завжди буде вищою за придбану раніше:

$$E_{\text{кор}} = C_2 - S_2 = [S_{\text{н}} \cdot N_{\text{вл}} + (S_{\text{н}} - S_{\text{вл}}) N_{\text{ст}}] : [N_{\text{ст}} (N_{\text{вл}} + N_{\text{ст}})]. \quad (7)$$

Користувач матиме економічну вигоду, коли $E_{\text{кор}} > 0$,

$$S_{\text{н}} \cdot N_{\text{вл}} + (S_{\text{н}} - S_{\text{вл}})N_{\text{ст}} > 0. \quad (8)$$

Якщо $S_{\text{н}} > S_{\text{вл}}$, то ця нерівність правильна (або користувач має вигоду) при всіх значеннях $N_{\text{ст}}$, які відповідають такій умові:

$$N_{\text{ст}} < (S_{\text{н}} \cdot N_{\text{вл}}) / (S_{\text{вл}} - S_{\text{н}}). \quad (9)$$

Користуючись формулами (4) і (7), визначимо також значення $N_{\text{ст}}$, при якому економічна вигода власника техніки та її користувача дорівнюватиме $N_{\text{сто}}$.

З рівності $E_{\text{вл}} = E_{\text{кор}}$ одержимо

$$S_{\text{вл}} = \frac{N_{\text{ст}}}{N_{\text{вл}} (N_{\text{вл}} + N_{\text{ст}})} = \frac{S_{\text{н}} \cdot N_{\text{вл}} + (S_{\text{н}} - S_{\text{вл}})N_{\text{ст}}}{N_{\text{ст}} (N_{\text{вл}} + N_{\text{ст}})}. \quad (10)$$

Рівняння (10) має єдиний правильний розв'язок:

$$N_{\text{сто}} = S_{\text{н}} / S_{\text{вл}} \cdot N_{\text{вл}}. \quad (11)$$

Якщо $N_{\text{ст}} > N_{\text{сто}}$, то економічна вигода власника техніки більша, ніж користувача техніки, в протилежному випадку більшу економічну вигоду матиме користувач.

Як засвідчує аналіз, при спільному (за договором або на принципах взаємодопомоги) використанні техніки її власник має стовідсоткову економічну вигоду, а користувач техніки — лише 87,6%.

Щоб вирішити питання — купувати машину чи брати її напрокат, скористаємося формулою

$$S = C / (\Pi - 3),$$

де S — мінімальна площа (обсяг робіт, коли доцільно придбати машину, а не брати її напрокат), га; C — щорічні постійні витрати на машинно-тракторний агрегат (співвідношення з часом роботи трактора і сільськогосподарської машини на окремих видах робіт); Π — щорічна плата за прокат; 3 — змінні витрати, пов'язані з машинно-тракторним агрегатом.

Найдоцільніший варіант використання основних засобів виробництва за інших однакових умов має забезпечити збільшення виробництва продукції, зниження її собівартості, підвищення рентабельності підприємства. Відносний приріст прибутку має бути вищий, ніж збільшення вартості основних виробничих фондів.

Щодо економічної оцінки вибору варіантів будівель, обчислюються показники будівельної та технологічної частин, які визначають вартість технологічного устаткування, його металомісткість, енергоємність, трудомісткість та інші експлуатаційні витрати.

Економічну ефективність капітальних вкладень щодо варіантів будівель, споруд установлюють за такими показниками:

1. Рентабельність

$$E_p = \frac{Ц - С}{К},$$

де Ц — вартість річної продукції в цінах реалізації; С — собівартість продукції; К — сума капітальних вкладень.

2. Питомі капітальні вкладення

$$y = \frac{К}{П},$$

де К — сума капітальних вкладень; П — вартість продукції підприємства.

3. Термін окупності капітальних вкладень

$$T_1 = \frac{К}{Ц - С},$$

де К — сума капітальних вкладень; Ц — вартість продукції в цінах реалізації; С — собівартість продукції.

4. Термін окупності додаткових капітальних вкладень

$$T_2 = \frac{К_1 - К_2}{E_2 - E_1},$$

де K_1 і K_2 — капітальні вкладення щодо порівняльних варіантів; E_1 і E_2 — експлуатаційні витрати щодо порівняльних варіантів.

5. Коефіцієнт порівняльної ефективності

$$E = \frac{1}{T_2},$$

де T_2 — термін окупності додаткових капітальних вкладень.

Щодо системи цих показників, оцінюються всі можливі варіанти зведення будівель і споруд, собівартість продукції, рентабельність, термін окупності капітальних вкладень і коефіцієнт ефективності.

3.

Організаційно-правові форми господарської діяльності в агробізнесі

➤ *Організаційно-правові форми підприємства*

3.1. Організаційно-правові форми підприємництва

Усі організаційні одиниці виробничого підприємництва, тобто фірми, розрізняються за правовими, фінансово-економічними та організаційно-управлінськими ознаками.

Правові ознаки характеризують юридичні аспекти створення статутного фонду фірми, статусу учасника (або засновника) фірми, регулюють майнові відносини між учасниками та фірмою.

До правових ознак належать такі:

- право власності на капітал та засновники;
- джерела формування та розмір статутного фонду;
- обмеження права стати учасником;
- права учасника на майно у разі його виходу зі складу фірми;
- юридична відокремленість фірми від учасників.

Фінансово-економічні ознаки дають змогу з'ясувати та однозначно визначити належність учасникам відповідної частки прибутку фірми; ризики учасників (майнові, грошові), у тому числі в разі припинення діяльності фірми.

Фінансово-економічні ознаки такі:

- участь у розподілі прибутків;
- відповідальність за зобов'язаннями фірми;
- розподіл майна у разі припинення діяльності фірми.

Організаційно-управлінські ознаки характеризують можливість для учасників займатися безпосередньо управлінською роботою, тобто виконувати функції керівництва фірмою, впливати на її оперативну виробничо-господарську діяльність, у тому числі забезпечення трудовими ресурсами.

Організаційно-управлінськими ознаками є:

- участь в управлінні фірмою;
- використання найманої праці;
- автономність виробничо-господарської діяльності від учасників.

Організаційною одиницею підприємництва є фірма або компанія. Це узагальнена назва будь-якої виробничої одиниці, незалежно від її розмірів, організаційно-правової форми і форми власності. Підприємство може здійснюватися в різних організаційно-правових формах, які встановлюються законодавством країни. В цьому виявляються нормативні аспекти підприємництва на етапі організації (реорганізації) фірми. Найпоширенішими організаційними формами виробничого підприємництва є:

- *одноосібне володіння* (за законодавством України це може бути приватне підприємство — юридична особа, заснована на приватній власності громадянина України; сімейне підприємство — юридична особа, заснована на приватній власності членів однієї сім'ї; фізична особа, зареєстрована як суб'єкт підприємницької діяльності);
- *партнерство* (товариство з додатковою відповідальністю; повне товариство; командитне товариство);
- *корпорація* (юридичний об'єкт, відокремлений від своїх безпосередніх власників).

Крім того, законодавством України передбачені народні, орендні та державні підприємства, які також можуть належати до розряду корпорацій. Особливе місце посідають кооперативи та фірми будь-якої організаційно-правової форми з іноземною кваліфікованою або некваліфікованою інвестицією, діяльність яких регламентується спеціальними законодавчими актами.

Наведемо більш детальну характеристику кожної з трьох основних організаційних форм виробничого підприємництва. Першим є

підприємство, яке існує як *особисте володіння*, або *особиста власність*. Одноосібна власність належить одній особі, одній сім'ї. У США, наприклад, таких одноосібних підприємств приблизно 15 млн. Одноосібна власність охоплює 10 – 14 % фінансового обсягу всього американського бізнесу. Звичайно одноосібний підприємець є універсалом: генеральним менеджером з продажу, збуту, реклами, фінансів, кадрів і постачання. Рейтинг кредитоспроможності одноосібника не дуже високий порівняно з великими фірмами. Ця форма має низку переваг:

- власникові фірми повністю належить прибуток фірми;
- володар фірми має низькі витрати, пов'язані з організацією виробництва;
- невеликі розміри фірми дають власникові змогу підтримувати контакти зі своїми робітниками і покупцями продукції.

Недоліками особистого володіння є:

- обмежені можливості для розширення виробництва;
- несприяття банків у наданні значних кредитів;
- необмежена відповідальність за фінансовий стан підприємства, оскільки все майно володаря за рішенням суду може бути направлено на компенсацію вимог кредиторів і погашення боргів;
- власник фірми повинен бути компетентним у всіх виробничих та фінансових питаннях і мати здібності до підприємництва.

Друга організаційна форма виробничого підприємництва — це *партнерство*, тобто товариство, яке передбачає об'єднання капіталів двох або більше господарюючих суб'єктів. Угода між його членами містить такі пункти: повноваження кожного партнера; тривалість угоди; суму, інвестовану кожним партнером; схему розподілу прибутків і можливих збитків; заяву про фінансові необхідні процедури в товаристві; процедуру прийняття нових партнерів і ліквідації товариства. У середині 80-х років у США нараховувалось 2 млн товариств. У 1997 р. в Україні було зареєстровано понад 16 тис. господарюючих товариств. Партнерство має такі переваги:

- широкі можливості для розширення виробництва;
- збільшення можливості одержання кредиту;
- залучення професійних менеджерів.

Недоліки цієї організаційної форми полягають у тому, що при генеральному партнерстві, у разі банкрутства фірми, всі її співвласники несуть необмежену відповідальність. Компаньйон, якому належить 1 % власності фірми, відповідає так само як і той, кому належить решта 99 %. Складності виникають у разі ліквідації і реорганізації фірми в інші види виробництва. Зокрема, передба-

часться залежність юридичного існування від виходу партнерів із фірми.

Третя організаційна форма виробничого підприємництва — це *корпорація*, тобто об'єднання, спілка, акціонерна форма власності, що передбачає колективну власність капіталу, а також зосередження функцій управління підприємством у руках верхнього ешелону професійних управлінців (менеджерів), що працюють за наймом. Важливою ознакою корпорації є гарантоване законодавством право на довічне існування незалежно від змін складу власників капіталу. Невід'ємна особливість корпорації полягає в тому, що у разі банкрутства вона розпоряджається лише майном корпорації, а не майном власників або акціонерів, тобто є компанією з обмеженою відповідальністю.

Корпорації мають панівне становище в економіці багатьох розвинених країн за обсягом продукції, що виробляється, або наданих послуг.

Поєднання різних форм власності надає необхідної гнучкості економіці, сприяє формуванню більш гармонійних структур, що мають переваги великих і малих господарських форм. Зі збільшенням розмірів підприємств збільшується також кількість підприємств, які контролюються корпораціями. Якщо на початку ХХ ст. під контролем корпорацій у США було 23,7 % всіх підприємств, в 1930 р. — 51,7 %, то в 1995 р. — 68,9 %.

Увесь прибуток корпорації належить її акціонерам (учасникам) і поділяється, як правило, на дві частини: перша — дивіденди (відсотки) для утримувачів акцій; друга — призначена для реінвестування. Основні переваги корпорації такі:

- можливість мобілізації додаткових капіталів випуском цінних паперів;
- використання наукових методів управління і професійних менеджерів;
- можливість використання грошового ринку і ринку капіталів дає змогу гнучко зорієнтувати програму з одного виду діяльності на інший;
- корпорація існує незалежно від того, скільки разів змінювались її власники.

Корпораціям властиві також певні недоліки, зокрема, такі:

- високі подвійні податки на одиницю прибутку: спочатку оподатковується прибуток корпорації, а потім — дивіденди акціонерів при їх виплаті;
- значні організаційно-економічні труднощі при реєстрації фірми;
- більша регламентованість з боку держави.

Порядок корпоратизації підприємств визначений Постановою Кабінету Міністрів України від 5 липня 1993 р. № 508. Корпоратизації також підлягають державні підприємства, закриті акціонерні товариства, понад 75 % статутного фонду яких перебуває у державній власності, а також виробничі та науково-виробничі об'єднання, правовий статус яких раніше не був приведений у відповідність з чинним законодавством.

Розглядаючи такий аспект, як «власність», слід зупинитися також на інших підприємствах.

Приватне підприємство — це юридична особа, заснована на власності громадянина з правом використання найманої праці. Засновник може не виконувати трудових обов'язків на фірмі, але має право повного розпорядження прибутком фірми після сплати податків та інших обов'язкових відрахувань, зборів і платежів. Держава стимулює розвиток саме такої категорії приватних фірм, вбачаючи в них перспективний осередок потужного в майбутньому приватного сектора економіки. Для здійснення управлінських функцій засновник може найняти професійного менеджера. Розміри приватного підприємства законодавчо не обмежуються. Економічна привабливість створення такої форми підприємництва відображується можливістю для засновника одержувати доходи у вигляді заробітної плати, премій, матеріальної допомоги тощо, розміри яких він встановлює самостійно при безпосередньому керівництві фірмою та у вигляді частини прибутку, спрямованої на споживання, розмір якої не має нормативного обмеження та встановлюється засновником одноосібно.

Державне підприємство — це юридична особа, засновником якої виступає держава. Розрізняють державні підприємства, засновані на загальнодержавній власності та власності адміністративно-державних одиниць (комунальна власність). Ця категорія підприємств характеризується такими економічними перевагами: часткова гарантованість в забезпеченні підприємства обсягом робіт за допомогою держзамовлень та держконтрактів; деякі пільги в сфері податкових відносин, ресурсозабезпечення, надання кредитно-грошової допомоги, соціальної захищеності працюючих з одного боку, а з другого — більш жорсткий контроль за використанням коштів, які спрямовуються на споживання, за своєчасністю сплати в держбюджет, визначеної частки дивідендів на вкладений капітал.

Створення державних підприємницьких структур доцільне з метою забезпечення раціональної структури економіки в стратегічно важливих народногосподарських секторах та розвитку необхідних галузей.

Наслідком функціонування приватних і державних підприємницьких структур є утворення відповідно приватного та державного секторів підприємництва, які вступають у взаємодію та суперечності між собою. Взаємовідносини державного і приватного секторів підприємництва відбуваються на основі ділових угод, в яких обумовлюється питання імпорту і експорту продукції; спільного використання найманої праці.

Орендне підприємство — це юридична особа, що створюється на підставі угоди між державним органом (Фондом державного майна) і організацією орендарів, яка формується за рішенням трудового колективу. Орендне підприємство є гнучкою і ефективною організаційною формою на етапі переходу до ринку, що найбільше забезпечує організаційну і психологічну підготовку до підприємницької діяльності з її вільними ринковими відносинами і підприємницьким ризиком.

Усі організаційні особливості регламентуються угодою про оренду, яка укладається відповідно до чинного законодавства про оренду і гарантує тимчасове і платне користування орендованими засобами виробництва.

Орендна плата забезпечується доходами орендаря і гарантією прав держави (орендодавця). Її розмір залежить від виду оренди, характеру взаємовідносин суб'єктів оренди, попиту на орендоване майно та від інших організаційно-економічних чинників, але принципові положення методів розрахунку плати за майно державних підприємств регламентуються державою, оскільки орендна плата є одним з регуляторів підприємництва.

Народне підприємство — це господарюючий суб'єкт ринкових відносин, в якому все майно або його частина належить колективу в цілому і кожному окремо залежно від його трудового внеску. Наприклад, в умовах народного підприємства викуповуються оборотні засоби і беруться в оренду основні засоби виробництва. Обігові кошти викуповуються за рахунок позики, кредитних коштів, а основні фонди народне підприємство бере в оренду з пільговою орендною платою, яка не перевищує амортизаційних відрахувань. Створення його доцільно починати з невеликих і середніх фірм (до 500 працюючих). Орендодавцями виступають холдингові фірми, державні підприємства. Вони є власниками майна. Користувачами амортизаційних відрахувань є народне підприємство.

Економічні переваги народного підприємства такі:

► додаткова продукція може реалізовуватися за ринковими цінами;

- залишки фонду оплати праці передаються безкоштовно народному підприємству;
- капітальний ремонт фондів здійснюється за рахунок орендодавця;
- обсяг реалізованої продукції зменшується за договірними цінами і реалізується за ринковими цінами у міру викупу підприємства;
- формується індивідуальний дохід робітника. Індивідуальний дохід I_d обчислюється за формулою

$$I_d = (D\Phi_{\text{нп}} - ЗП_{\text{1роб}}) / ЗП_{\text{нвп}}, \quad (1)$$

де $D\Phi_{\text{нп}}$ — пайовий фонд народного підприємства, тобто залишкова вартість основних фондів і балансова вартість інших матеріальних цінностей, які створені й придбані за рахунок власних коштів народного підприємства за всі роки; $ЗП_{\text{1роб}}$ — заробітна плата одного робітника за весь час його роботи в народному підприємстві; $ЗП_{\text{нвп}}$ — заробітна плата всього промислово-виробничого персоналу народного підприємства за весь час існування.

Розрахунок проводиться (з урахуванням чинника інфляції).

Виробничий кооператив — це організаційно-правова форма здійснення виробничої діяльності не менш як трьома громадянами, які об'єднали свої трудові, майнові та фінансові ресурси, паї з метою одержання прибутку. Члени кооперативу, крім внесення своїх паїв у загальний статутний фонд, повинні обов'язково виконувати трудові обов'язки, тобто брати безпосередню участь у виробничій діяльності кооперативу.

Виробничі кооперативи мають право використовувати найману працю. Всі питання виробничо-господарської діяльності повинні узгоджуватись також правлінням кооперативу. Дохід членів кооперативу формується із заробітної плати, премій, додаткових виплат згідно з чинним законодавством та з частини прибутку, що розподіляється між членами кооперативу у вигляді відсотків на внесений пай пропорційно його вартості.

Виробничий кооператив у разі банкрутства несе відповідальність за своїми зобов'язаннями всім своїм майном.

Особливе місце серед сучасних організаційних форм підприємництва належить **господарським товариствам** — структурам, створеним на засадах угоди юридичних осіб і громадян об'єднанням їх майна та підприємницької діяльності з метою отримання прибутку.

Акціонерне товариство має статутний фонд, поділений на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості, і несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства. В акціонерних товариствах обов'язковим є створення резервного фонду за рахунок щорічних відрахувань із прибутку до досягнення ними встановленого розміру.

Відкрите акціонерне товариство — товариство, акції якого розповсюджуються шляхом відкритої підписки та купівлі-продажу на біржах.

Закрите акціонерне товариство — товариство, акції якого розповсюджуються між засновниками і не можуть розповсюджуватися шляхом підписки, конвертуватися, а також продаватися на біржі.

Акціонерним товариством може стати будь-яке об'єднання відповідно до засновницького договору між підприємствами і організаціями, що входять у систему цього об'єднання як самостійні юридичні особи. Це дасть можливість зміцнити економічну самостійність і відповідальність за результати роботи кожного члена акціонерного товариства.

Акціонерне товариство може бути створене у такій послідовності:

1. Розрахунок вигідності структури витрат, пов'язаних з організацією акціонерного товариства, розрахунок результатів функціонування.
 2. Складання установчих документів (статуту) та установчої угоди, в яких зазначені гарантії виконання фінансових і юридичних зобов'язань.
 3. Подання бланків на випуск цінних паперів (акцій) на певну суму.
 4. Отримання дозволу фінансового управління на продаж акцій.
- Є різні види акцій, але спочатку дамо їй визначення.

Акція — це цінний папір, який дає акціонерові право брати участь в управлінні товариством, у розподілі прибутку і розпродажу залишків майна у разі ліквідації товариства.

Основні види акцій:

- **іменні**, власник яких має бути зареєстрований акціонерним товариством;
- **на пред'явника**, які можуть бути продані простою передачею;
- **привілейовані** — підприємство гарантує виплату дивідендів незалежно від розмірів прибутку. У разі недостатнього прибутку дивіденди за привілейованими акціями виплачуються за рахунок

резервного фонду, але сума випущених привілейованих акцій не повинна перевищувати 10 % статутного фонду;

- *вінкульовані*, що можуть передаватися лише з дозволу фірми;
- *без номінальної вартості* — у разі ліквідації товариства гарантується лише певна частина їх вартості;

- *прості основні* (акції першого випуску), що дають право голосу, але не дають право на певні дивіденди.

Переваги акціонерного товариства такі:

- забезпечується горизонтальне переміщення матеріальних і фінансових ресурсів;

- об'єднуються виробничі структури за принципом об'єднання капіталу;

- створення акціонерної власності дає підстави для формування середнього класу власників, що є основою ринкової системи;

- відбувається суміщення інтересів підприємств і працюючих завдяки формуванню акціонерного прибутку.

Джерелом виплати дивідендів за цінними паперами має бути частина прибутку, пропорційна частці акціонерного фонду в сумі виробничих фондів. Це є госпрозрахунковий дохід, одержаний у результаті використання акціонерного капіталу.

Розрахунок дивідендів при випуску акцій для додаткової мобілізації коштів містить кілька послідовних кроків:

1) визначення вартості основних фондів і обігових коштів, що є носієм власності майна ($B_{\text{оф}}$);

2) рішення, на яку суму випустити акції (A_k);

3) обсяг продажу продукції ($O_{\text{пр}}$);

4) визначення фондівіддачі (Φ) як результат порівняння обсягу продаж з сумою акцій і виробничих фондів. Це сума продукції, що припадає на одиницю капіталу (K):

$$\Phi = O_{\text{пр}}/K = O_{\text{пр}}/(B_{\text{оф}} + A_k); \quad (2)$$

5) визначення обсягу продукції, який припадає на суму акцій:

$$O_a = \Phi \cdot A_k; \quad (3)$$

6) визначення прибутку від реалізації продукції як різниці між виручкою від реалізації та витратами (Π_p);

7) визначення прибутку від акцій акціонерів:

$$\Pi_a = O_a \cdot \Pi_p/O_{\text{пр}}; \quad (4)$$

8) визначення чистого прибутку від акцій акціонерів ($\Pi_{\text{ач}}$) (візьмемо до відома частку платежів в бюджет та інших виплат з прибутку акціонерів — π'):

$$\Pi_{\text{ач}} = \Pi_{\text{а}} - \pi'; \quad (5)$$

$$\pi' = \text{Ак}/(\text{Ак} + \text{Р}_{\text{оф}}) \pi, \quad (6)$$

де π — загальна сума платежів у бюджет та інших виплат з прибутку акціонерного товариства;

9) розрахунок суми дивідендів, що одержують акціонери:

$$\text{Д} = \text{Д}_{\text{а}} \cdot \text{Ак}, \quad (7)$$

де $\text{Д}_{\text{а}}$ — встановлений розмір дивідендів на акції, %;

10) визначення суми прибутку, що залишається вільною від будь-якого розподілу (нерозподілений прибуток акціонерного товариства):

$$\Pi_{\text{н}} = \Pi_{\text{ач}} - \text{Д}. \quad (8)$$

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Учасники несуть відповідальність тільки в межах вкладів. Учасники ТОВ, які не повністю внесли свої частки, несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства недовнесеною часткою внеску. ТОВ зберігає всі ознаки акціонерного товариства, вартістю придбаних акцій є вартість внеску учасника у статутний фонд.

Інші види підприємницьких структур у вигляді підприємств підпадають під категорію «партнерства». Організаційно створювати такі фірми значно легше порівняно з іншими видами товариств, але вони мають підвищений рівень майнового ризику для учасників у разі припинення діяльності. Цей факт не стимулює широке впровадження таких організаційних форм у виробничу фірму.

Товариство з додатковою відповідальністю має статутний фонд, учасники несуть відповідальність у межах внесків, а при недостатності цих сум — додатково майном, що належить їм, в однаковому для всіх учасників розмірі, кратному внеску кожного учасника.

У **повному товаристві** учасники займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном. Засновницький договір

про повне товариство має визначати розмір кожного учасника, розмір, склад і порядок внесення внесків, форму участі їх у справах товариства. Справи повного товариства ведуться за загальною згодою всіх учасників або всіма ними, або одним чи кількома з них, які виступають від імені товариства. В останньому випадку обсяг повноважень учасників визначають дорученням, яке має бути підписано рештою учасників товариства.

Командитне товариство — це товариство, коли поряд з одним або більшістю учасників, які несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, існує також один або більше учасників, відповідальність яких обмежується внеском у майні товариства (вкладників). Якщо у командитному товаристві беруть участь два або більше учасників з повною відповідальністю, то вони несуть солідарну відповідальність за боргами товариства.

Спільне підприємство (СП) є найпоширенішою організаційною формою підприємств з іноземними інвестиціями, що створюється на засадах змішаних форм власності об'єднанням майна українських та іноземних учасників. Іноземному інвестору належить лише частка статутного фонду. Як і всі інші форми господарювання СП мають позитивні та негативні сторони. Позитивні сторони такі:

- можливість використання передових світових технологій, прогресивних видів устаткування, матеріалів;
- акумулювання фінансових ресурсів;
- запозичення досвіду роботи іноземного партнера в галузі маркетингу, фінансів, менеджменту персоналу, організації виробництва тощо;
- здійснення інноваційної діяльності;
- використання господарських зв'язків українського партнера та його досвіду господарювання на українському ринку.

Негативними сторонами СП є:

- загальновизнане ставлення до СП як до ризикових підприємств з високим ступенем конфліктності між партнерами;
- прийняті в Україні вимоги до СП з іноземною інвестицією у вільноконвертованій валюті (ВКВ) у сфері розрахунків за використання державної власності, землі, а також за приватизацію цих об'єктів (як правило, у ВКВ);
- великі труднощі з оформленням реєстраційних документів, якщо потенційним партнером СП з української сторони є фірма державної форми власності.

Існують також підприємства зі стовідсотковою іноземною участю, які передбачають формування статутного фонду фірми тільки на правах власності іноземного інвестора.

Розглянемо «розмірний» аспект сучасних форм підприємництва. Як засвідчує світова практика, малим формам підприємницької діяльності належить важлива роль в економічному зростанні, соціальній переорієнтації виробництва, насиченні ринку товарами і послугами, вирішенні проблем зайнятості трудових ресурсів, прискоренні науково-технічного прогресу, оздоровленні економіки країни тощо.

Малі підприємства здатні позитивно вплинути на розвиток сіл, невеликих міст, відродження художніх і підсобних промислів, вирішення екологічних проблем. Для забезпечення умов розвитку і функціонування малих підприємств має бути створене відповідне економічне середовище.

Міністерства і відомства, місцеві органи влади мають сприяти створенню малих підприємств, їхньому матеріально-технічному забезпеченню, передаванню, продажу та здаванню в оренду вільних виробничих потужностей, що не використовуються, машин і устаткування, законсервованих, недобудованих об'єктів. Малі підприємства ефективні насамперед щодо виробництва товарів широкого вжитку і надання побутових послуг населенню, нарощування виробництва будівельних матеріалів, здійснення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт за новими перспективними напрямками, забезпечення прискореного впровадження їх.

Малі підприємства можуть створюватися в усіх галузях на основі будь-яких форм власності, у тому числі змішаних, та здійснювати всі види господарської діяльності, які не забороняє чинне законодавство і які відповідають цілям, передбаченим їхніми статутами. Для здійснення видів діяльності, що підлягають ліцензуванню, мале підприємство зобов'язане одержати необхідну ліцензію у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

До малих підприємств належать новостворювані та діючі підприємства, які мають таку чисельність працюючих:

- у промисловості та будівництві — до 200 чол.;
- в інших галузях виробничої сфери — до 50 чол.;
- у науці та науковому обслуговуванні — до 100 чол.;
- у галузях невиробничої сфери — до 25 чол.;
- у роздрібній торгівлі — до 15 чол.

Підприємства, що здійснюють кілька видів господарської діяльності, належать до малих за критеріями того виду, який становить найбільшу частку в обсязі продукції (робіт, послуг).

Малі підприємства створюються:

► громадянами, членами сім'ї та іншими особами, які спільно ведуть господарство;

► державними, орендними, колективними, спільними підприємствами, громадськими організаціями та їхніми підприємствами, кооперативами, акціонерними, господарськими асоціаціями, іншими підприємствами та організаціями, що є юридичними особами;

► державними органами, уповноваженими управляти державним майном.

При організації малих підприємств на основі змішаних форм власності вид підприємництва визначають з переважної частки майна власників, які створили підприємство.

Постановою Кабінету Міністрів України від 29 червня 1992 р. № 358 затверджено положення про Державний комітет України по сприянню малим підприємствам і підприємництву (Держпідприємництво України). У своїй діяльності він керується Конституцією України і законодавчими актами України. У межах своєї компетенції цей комітет організовує виконання актів законодавства України і здійснює систематичний контроль за виконанням їх.

До сфери державної підтримки належать усі суб'єкти підприємництва незалежно від обраних ними організаційних форм підприємницької діяльності та форм власності, на яких вони засновані. Державна підтримка і координація розвитку підприємництва, в тому числі малого бізнесу, полягає у реалізації стратегії державної політики розвитку суспільного виробництва, сприянні структурній перебудові економіки, формуванні системи заходів щодо забезпечення економічної самостійності України.

Держпідприємництво України сприяє розміщенню державних замовлень на малих підприємствах, у тому числі на конкурсній основі, забезпеченню їх матеріально-технічними ресурсами. Разом з органами державної виконавчої влади, регіональними та галузевими формуваннями підприємців цей комітет розробляє пропозиції щодо створення фінансових, інноваційних, страхових фондів.

Концерн є сучасною економічною формою промислового багатогалузевого об'єднання. Спираючись на диверсифікацію виробництва, концерн об'єднує в своєму складі десятки, сотні підприємств, науково-дослідних установ, навчальних центрів випробувальних полігонів та інших ланок, які забезпечують діяльність економічного комплексу. Окремі структури концерну нерідко розташовуються у різних країнах.

Внутрішньофірмовий жорсткий контроль, поєднаний з господарською самостійністю підприємств, відділів, філіалів концерну, дає можливість концерну досягти ефективної діяльності всередині країни і на світовому ринку. Майже всі великі компанії світу є сьогодні концернами, які спираються на мережу численних невеликих і середніх виробників.

Пошук нових форм господарювання привів до створення в економіці України концернів як форми промислового багатогалузевого об'єднання. У його складі велика кількість виробничих, наукових, технологічних, проектних, навчальних, торговельних, фінансових та інших ланок. Це дає змогу істотно підвищити ефективність виробництва. Для цього концерни мають будувати свою діяльність за законами ринку, використовуючи прогресивний світовий досвід.

Керує концерном правління, яке складається з власників великих пакетів акцій. Воно вирішує принципові питання діяльності концерну, здійснює контроль і загальне керівництво його справами. Оперативне керівництво справами концерну виконує рада директорів (менеджерів).

Концерн доцільно створювати тоді, коли є такі чинники:

- кілька галузей взаємопов'язані технологічним процесом, потребують забезпечення газом, нафтою, енергоносіями, системами комунікацій;
- діє режим єдиного технологічного регулювання;
- створення концерну сприяє багатоканальному використанню сировини і матеріалів;
- забезпечується повнота циклу: наука — техніка — розробка — інвестування — виробництво — збут — споживання;
- головний принцип — лідерство великих структур на ринку продукції.

Результатом створення концернів є поліпшення цілої низки напрямів господарсько-виробничої діяльності підприємств, які ввійшли до їх складу. Основні з них такі: оптимальні внутрішні структури; оперативність горизонтальних зв'язків; досягнення принципу саморозвитку; концентрація ресурсів дає змогу маневрувати і забезпечувати інформаційне, інженерне, маркетингове обслуговування.

Консорціум — одна з форм монополій, тимчасова угода між кількома промисловими підприємствами заради спільного розміщення позик, науково-технічних розробок, комерційних операцій великого масштабу, здійснення великого проекту. Форма консорціуму характерна для об'єднання європейських країн з метою реалізації проек-

тів, що мають високу вартість, які протистоять сильній конкуренції американських і японських монополій.

Останнім часом у нашій країні з'являються консорціуми в сільському господарстві, у галузі переробки сільськогосподарської продукції, сфері послуг, туризмі, готельному господарстві, виробництві будівельних матеріалів.

У сільському господарстві перший консорціум створено в 1988 р., який об'єднав на добровільних взаємовигідних засадах низку агрокомбінатів, агрофірм і об'єднань для спільного використання виробничих потужностей та інфраструктур, створення спільної торговельної мережі, розвитку взаємного комерційного кредиту тощо.

Форма консорціуму дає змогу оперативно сконцентрувати фінансові ресурси для розширення виробництва, розвитку ключових напрямів економіки. Консорціуми створюються з метою об'єднання фінансових і матеріальних коштів, необхідних для реалізації цінних проектів (створення нового або модернізація існуючого виробництва, інфраструктури, наукового центру тощо).

Консорціум є формою об'єднання трудових, наукових та інших ресурсів на основі добровільної економічної інтеграції незалежних, позавідомчих товаровиробників різних форм власності. Форма консорціуму характерна для об'єднання європейських країн в аерокосмічній та електронній промисловості.

Взаємозалежність економіки різних країн приводить до використання форм консорціуму для міжнародних угод за участю держави, що виступає як гарант. Наприклад, в Україні в результаті здійснення економічної реформи з'являються такі об'єднання в нафтодобувній, авіаційній та інших галузях.

Консорціум діє на підставі договору або статуту, який затверджується засновниками або власником. Учасники консорціуму зберігають право юридичної особи. Організаційно правовими формами консорціуму є товариства з обмеженою відповідальністю, акціонерні товариства.

Головує в консорціумі монополія, яка вибирає учасників угоди (консортів).

Асоціація — це добровільне договірне об'єднання підприємств, які з'єднали частини своїх матеріальних і фінансових ресурсів з метою вирішення спільних виробничих завдань. Асоціація створюється для постійної господарської діяльності учасників без втручання в їхні ділові справи.

Учасники асоціації зберігають ознаки юридичної особи, мають право входити в інші господарські об'єднання. Керує асоціацією

правління, склад якого обирається на загальних зборах учасників.

Доцільним є формування статутних об'єднань у вигляді асоціацій у тих галузях виробництва, які потребують широких зв'язків з кооперації, фінансової підтримки для розвитку окремих ланок єдиного виробничого процесу, інвестування в науково-технічні проекти з метою впровадження інновацій.

Контрактне підприємство — це новий великий крок до ринку, який за значущістю можна порівняти хіба що з орендою майна. Різниця полягає в тому, що право оренди поширюється тільки на майно, а підприємництво — це по суті оренда права власності і розпоряджання господарством у цілому на певний термін. Тому контрактне підприємство належить до найбільш розвинених форм виробничих відносин, які задовольняють вимоги та інтереси ринку.

Контрактне підприємництво здатне істотно підвищити ефективність використання наявної матеріально-технічної бази, а також фінансових матеріальних і трудових ресурсів підприємства. Цьому сприяють такі чинники.

По-перше, різке посилення і встановлення необмеженого стимулювання керівників за результати господарської діяльності й підприємництва. Загальновідома залежність результатів господарської діяльності колгоспу чи радгоспу від організаційних та інших здібностей керівника. Відомо багато прикладів, коли з приходом талановитого керівника господарство швидко розвивалося. Проте особиста зацікавленість і матеріальна винагорода керівника при цьому ніколи не відповідали економічним успіхам господарства і обов'язково обмежувались інструктивними вказівками. Тому підприємницька ініціатива керівника у кращому разі трималась на його ентузіазмі.

Контрактне підприємництво передбачає встановлення рівня особистого доходу підприємця. Варіанти механізму узгодження цих рівнів можуть бути різними: прямопропорційна, випереджальна чи зменшена частка доходу; частка доходу від прибутку; госпрозрахункового, валового доходу, вартість валової продукції і послуг, кількості основних видів натуральної продукції і послуг, змішана частка. Кожен з варіантів слід узгодити з особливостями і умовами підприємництва, його цілями і завданнями. Так, щодо економічно відсталого господарства з слабкою матеріально-технічною базою може бути використаний варіант встановлення доходу підприємця за випереджальною часткою. В контракті на передачу в підприємство економічно міцного господарства може передбачатися значна частка особистого доходу підприємця. В умовах спаду виробництва

окремих видів продукції або необхідності стимулювання зростання виробництва в контракті на підприємство частка доходу найчастіше встановлюється від обсягу продукції або послуг.

По-друге, встановлення персональної, повної і незворотної відповідальності підприємця за результати діяльності підопічних підприємств. Здійснюючи діяльність на контрактній основі, підприємець відповідає за зобов'язаннями керованого ним підприємства всім своїм майном, за винятком того, на яке за законодавчими актами не може бути накладене стягнення. Таку саму відповідальність він несе за невиконання чи неналежне виконання зобов'язань, передбачених контрактом.

Відповідальність підприємця перед власником підприємства може бути реалізована:

- зниженням і навіть вилученням доходу підприємця за низькі результати діяльності;
- застосування майнових санкцій щодо підприємця за збиток, завданий підприємству;
- відшкодування підприємцем збитку, завданого майну підприємства і тим самим його власникові. Така відповідальність обов'язково має бути передбачена в контракті.

По-третє, різке підвищення ефективності й продуктивності праці на основі вторинного контрактного підприємництва може, в свою чергу, здавати в контрактне підприємництво керівникам і спеціалістам окремі підрозділи або брати на роботу керівників, спеціалістів та інших працівників на умовах найму. Тому в контракті доцільно передбачити такі самі способи встановлення залежності особистих доходів контрактантів від доходів учасників, їх підприємницької діяльності, як і в контракті першого керівника.

Оплата за наймом може регулюватися колективним договором, індивідуальним усним договором, внутрішньогосподарським положенням або договором з профспілковим органом, але має бути не нижчою від діючих державних ставок, розцінок і тарифів. Вторинне контрактне підприємництво сприяє різкому підвищенню ефективності праці, тісному узгодженню його оплати з кінцевими результатами господарювання.

Створення селянських (фермерських) господарств зумовлене такими основними чинниками:

1. Із створенням селянських господарств з'являється багато аграрних товаровиробників, що сприяє формуванню антимонопольної і конкурентоспроможної аграрної економіки. Чим більше селянських господарств, заснованих на приватній власності, тим менше

можливостей для їх монополізації і тим більше — для взаємного конкурування.

2. Селянські господарства здатні швидше й надійніше поповнити торгівлю продовольством, без чого нормальний ринок неможливий. Переконливим доказом цього є те, що в сільському господарстві всіх країн з високою продуктивністю аграрної праці і продовольчим достатком переважають фермерські господарства.

4.

Функціонування структур малого і середнього бізнесу на селі

- *Природа та критерії малого і середнього бізнесу*
- *Малий бізнес у сільському господарстві*

4.1. Природа та критерії малого і середнього бізнесу

За поширеним визначенням, *малим* називається бізнес, який має принаймні такі характеристики: незалежне управління; приватний капітал; локальну сферу діяльності; порівняно невеликий розмір у своїй діяльності.

Малий бізнес має важливе значення в країнах з ринковою економікою. Цей термін використовують, маючи на увазі невеликі магазини, ресторани, кафе, страхові агентства та інші дрібні підприємства. В США, наприклад, для того щоб розмежувати малий бізнес з великим, існує закон про малий бізнес (1953 р.). У 1958 р. до нього внесено поправку, яка чітко розмежувала параметри малого бізнесу, що було необхідно для одержання малими фірмами кредитів на умовах, що відрізняються від умов для великого бізнесу. В законі зазначено, що мала фірма — це таке підприємство, яке існує і функціонує незалежно, його власник незалежний від інших, воно не домінує в своїй галузі бізнесу. Залежно від кількості найнятих працівників і відповідно до критеріїв, розроблених Адміністрацією по малому бізнесу США, всі малі та середні підприємства США поділяються на п'ять категорій: найменші (1 – 24 чол.), малі (25 – 99), проміжні (100 – 499), великі (500 – 999), дуже великі (1000 і більше службовців).

Що ж до сільського господарства, то американські економісти поділяють ферми на категорії залежно від кількості землі або суми реалізованої продукції. Так, в одній з публікацій, ферми поділяються на п'ять категорій за сумою реалізованої ними продукції (дол.):

- 1 — до 10 тис. — місце проживання фермера в сільській місцевості;
- 2 — від 10 до 40 тис. — дрібні селянські ферми;
- 3 — від 40 до 250 тис. — сімейна ферма;
- 4 — від 250 до 500 тис. — велика сімейна ферма;
- 5 — понад 500 тис. — суперферма.

Зважаючи на наведену класифікацію, можна констатувати, що українські ферми належать до перших трьох категорій і складають основу малого агробізнесу.

Малий бізнес крім розмірів має ще й інші відмінні риси. Менеджер у малих фірмах незалежний і звітує тільки перед самим собою. Більшість малих фірм належить одній особі або сім'ї. Вони також можуть бути організовані за принципом партнерства (товариства). Як правило, фермер є одночасно менеджером, фінансистом, технологом і власником.

Ця форма підприємництва дуже важлива для пенсіонерів, інвалідів, вдів та інших, які не можуть знайти роботу, яка б їх задовольняла, і працюють удома.

У нас часто сперечаються, що важливіше для економіки країни: малий і середній чи великий бізнес? Відповідь на це запитання досить проста: необхідний і той, і інший.

Для великого бізнесу важливі місткість ринку, стандартизована продукція, яка придатна для масового виробництва, наявність тривалого і стійкого попиту, значні фінансові засоби, численна робоча сила. Водночас нерідко виникають умови, сприятливі для малого бізнесу і з різних причин несприятливі для великих фірм, зокрема: регіональна диференціація ринку; потреба у будь-якому спеціалізованому ремеслі, важливість персонального обслуговування, нерегулярність попиту, обмежений попит на деякі товари, вміння пристосовуватися до запитів ринку, залежність збуту продукції або послуг від змін моди і смаків, оперативність і гнучкість управлінських структур.

Ось чому в економічно розвинених країнах малий, середній і великий бізнес тісно пов'язані між собою, співіснують, доповнюючи один одного.

Про могутність малого бізнесу США засвідчують такі цифри. На 1000 жителів цієї країни припадає понад 30 суб'єктів малого бізнесу, тоді як в цілому по Україні — 5, а в сільському господарстві 1,2 суб'єкта малого бізнесу. Якщо в 1982 р. в усіх малих фірмах було зайнято 47,8 % американської робочої сили, то в 2000 р. — 63,1 %. Їх фінансовий обіг становив понад 50 % загального обсягу продажу, а

частка у валовому національному продукті (ВНП) країни досягла 48 %. Американські економісти-дослідники справедливо зазначають, що кістяком американської економіки є великі корпорації, а її мускулами — малий бізнес, який приводить у рух великий бізнес. Останнім часом тут почали говорити про те, що малий бізнес — це не тільки мускули американської економіки, а й значна частина її мозку.

У табл. 4.1 наведено умови діяльності малого та великого бізнесу.

Таблиця 4.1. Умови, необхідні для успішного здійснення підприємництва

Малий бізнес	Великий бізнес
Регіональна диференціація ринку	Великий (місткий) ринок
Важливість персонального обслуговування	Стандартизована продукція
Зручність обслуговування	Стабільний і тривалий попит на товари і послуги
Нерегулярність попиту	Наявність висококваліфікованого управлінського апарату
Обмежений попит на деякі види товарів	Можливість експорту продукції
Вміння пристосовуватись до спеціалізованого попиту	
Залежність збуту продукції чи послуг від змін моди, уподобань, смаків	

Які можливості надає малий бізнес?

У багатьох випадках люди, які займаються власною справою, мають більше стимулів працювати з ініціативою, одержують більше економічних і психологічних винагород та заохочень, ніж ті, хто працює за наймом.

Переваги та недоліки малого бізнесу. Малий бізнес не може конкурувати на всіх ринках. Перша умова успіху в малому бізнесі — знаходження ринку, на якому бути малим — це перевага, а не недолік. Забезпечують перевагу малому бізнесу також розмір ринку, інновації та зміни, особистий контакт із споживачами, співробітниками по бізнесу тощо.

Основними причинами невдач і розвалу малого бізнесу є некомпетентність, менеджерська недосвідченість, незбалансований досвід (наприклад, досвідчений інженер, але недосвідчений комерсант), недостатній досвід у комерції, фінансах, поставках, виробництві, управлінні в одноосібних фірмах володіння і товариствах, невміння налагоджувати і підтримувати ділові зв'язки та контакти. Іншими причинами краху малих фірм є: запущеність бізнесу, погане здоров'я, катастрофи, пожежі, крадіжки, шахрайство тощо.

Практика діяльності зарубіжних фірм і вітчизняних малих фірм засвідчує, що наявності тільки підприємницького досвіду і хватки недостатньо. У сучасному малому бізнесі потрібні спеціальні знання. Особливо це стосується сільського господарства. Здебільшого новий бізнес починає або комерсант, який майже нічого не знає про особливості виробництва сільськогосподарської продукції, або агроном (інженер, зооінженер), який майже не знається на комерції. Часто власник малого і навіть середнього бізнесу має досить мало досвіду в управлінні специфічними структурами бізнесу.

Шанси малого бізнесу на успіх підвищуються у міру його зростання. На життєздатність малих фірм впливають також розміри фінансування, особливо на перших етапах.

Власник малого підприємства має чітко знати основні переваги і недоліки малого бізнесу, щоб урахувати їх, організовуючи власну фірму.

Враховуючи досвід економічно розвинених країн і (хоч і невеликий) вітчизняний досвід, зведемо в таблицю переваги і недоліки, які найбільш часто трапляються на практиці, що певною мірою дасть цілісну картину про перспективу малого бізнесу в аграрному секторі економіки України (табл. 4.2).

Таблиця 4.2. Переваги і недоліки малого бізнесу

Переваги	Недоліки
Незалежність дій та прийняття рішень	Певна залежність від інших осіб, фірм і держави
Гнучкість і оперативність у діях і рішеннях	Оперативні й управлінські недоліки порівняно з великими фірмами
Адаптація до особливостей місцевих умов	Недоліки експортного потенціалу
Сильна симпатія до малого бізнесу	Одноосібна відповідальність підприємця за свою справу
Невисокі експлуатаційні витрати	Фінансові труднощі
Шанси на швидкий матеріальний успіх, можливість швидко реалізувати свої ідеї (винаходи, відкриття, оригінальні проекти)	Особисті проблеми
Можливість швидкого особистого успіху (матеріально-психологічні чинники)	Невисокий рівень спеціалізації менеджерів
Довготермінові вигоди	Некомпетентність менеджерів
Переваги при специфічному або персональному ринку	Невисокий ступінь виживання фірми на початковій стадії
Збереження підприємницького духу і романтизму	Підвищена чутливість до економічних змін
Більш висока обіговість капіталу	Труднощі залучення додаткових службовців, особливо високої кваліфікації
	Велика міра ризику при освоєнні проекту
	Обмежені можливості утримання великих складських запасів
	Невпевненість партнерів при укладанні контрактів
	Необхідність постійно контролювати виконання зобов'язань

Щоб розібратися в складностях малого бізнесу, слід передусім правильно оцінити можливості для цієї форми підприємництва, враховуючи реальні умови і конкурентні обставини. Методика запуску малого бізнесу досить проста: визначення ринку — фінансування — функціонування бізнесу. Ця проста на перший погляд методика має практичне значення і в умовах реформування відносин власності на селі.

Вибираючи сферу малого бізнесу, майбутні бізнесмени повинні відповісти на такі запитання:

1. Чи підходить для мене цей вид бізнесу?
2. Чи підходжу я для цього виду бізнесу?
3. Який конкретно вид бізнесу вибрати?
4. Що привабливіше — придбати нову фірму чи вже діючу?
5. Яку вибрати найбільш прийнятну організаційну форму (односібне володіння, товариство, мале підприємство, кооператив тощо)?

У зарубіжній практиці відмінним засобом розвитку і стимулювання малого бізнесу є франчайзна система як вид кооперації великого та малого бізнесу.

Франчайзна система — це варіація вертикальної інтеграції промислових і торговельних фірм через оригінальну систему контрактів-франчайз.

Відповідно до франчайзної системи *франчайзер* — здебільшого велика батьківська компанія, що зобов'язується постачати дрібній фірмі або бізнесмену, які діють у межах обумовленої території, свої товари, рекламні послуги, відпрацьовані технології бізнесу. За це фірма (франчайзі) зобов'язується надавати компанії послуги в галузі менеджменту і маркетингу з урахуванням місцевих умов, а також інвестувати у цю компанію частину свого капіталу. Отже, малий бізнес через цю систему може використовувати імідж, торговельний знак, досвід великого бізнесу.

4.2. Малий бізнес у сільському господарстві

4.2.1. Особисті господарства громадян

Особливого значення набуває нині розвиток особистих підсобних господарств громадян України і перетворення найбільших із них у товарні господарства селян — мініфермерські господарства. За роки незалежності та переходу до ринкової системи приватний сектор забезпечив відчутне зростання обсягів виробництва. Його частка у виробництві сільськогосподарської продукції збільшилась з 29,0 до 57,2 % (табл. 4.3).

Таблиця 4.3. Основні зміни у виробництві сільськогосподарської продукції по всіх категоріях господарств

Показники	Роки			Показники 2000 р. до 1990 р., %
	1990	1995	2000	
Усі категорії господарств				
Площа сільськогосподарських угідь на 01.01.2000 р., тис. га	41331,0	40804,0	40654,0	98,3
Виробництво валової продукції (у цінах 1996 р.), млн грн	48629,4	31634,0	27989,0	57,6
У тому числі:				
рослинництва	2434505	17949,2	15385,0	63,2
тваринництва	24283,9	13684,8	12604,0	51,9
Громадський сектор				
Площа сільськогосподарських угідь на 01.01.2000 р., тис. га	38662,0	34390,0	33584,7	86,9
Виробництво валової продукції (у цінах 1996 р.), млн грн				
У тому числі:				
рослинництва	34542,0	16448,9	11689,9	33,8
тваринництва	19314,9	10867,4	7770,5	40,2
	15227,1	5631,5	3919,4	25,7
Особисті підсобні господарства населення				
Площа сільськогосподарських угідь на 01.01.2000 р., тис. га	2669,0	5589,0	5907,0	221,3
Виробництво валової продукції (у цінах 1996 р.), млн грн				
У тому числі:				
рослинництва	14087,4	15001,4	16009,7	113,6
тваринництва	5030,6	6982,7	7428,4	147,7
	9056,8	8018,7	8581,3	94,7
Фермерські господарства				
Площа сільськогосподарських угідь на 01.01.2000 р., тис. га	—	835,0	1162,3	×
Виробництво валової продукції (у цінах 1996 р.), млн грн				
У тому числі:				
рослинництва	—	133,6	289,4	×
тваринництва	—	99,1	186,1	×
	—	34,5	103,3	×

Якщо у 1990 р. ці господарства на 6,5 % сільськогосподарських угідь виробили 20,7 % загального обсягу рослинницької і 37,2 % тваринницької продукції, то у 2000 р. частка їх у сільськогосподарських угіддях досягла 14,5 %, а виробництво продукції рослинництва і тваринництва відповідно 48,3 і 68,1 %. Поверховий аналіз даних табл. 4.3 може призвести до поспішних і необґрунтованих висновків. Дійсно, збільшення використання населенням площі сільськогоспо-

дарських угідь на початку 2000 р. у 2,21 раза привело до зростання валової продукції лише на 13,6 %.

Основна причина полягає у тому, що в особистих підсобних господарствах населення землі окультурені і майже щорічно удобрюються на відміну від земель (здебільшого не кращих), які виділені їм з громадських господарств.

Якщо на додатково переданих з громадських господарств сільськогосподарських угіддях (8 %) у 2000 р. в розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь населення зберегло б досягнутий у 1990 р. громадськими господарствами рівень виробництва продукції, то на площі, яка була у них в 1990 р. (6,5 %) виробництво валової продукції зменшено на 3,5%, а в цілому на 4,7 %. Такий спад значно менший, ніж допустили господарства громадського сектора, скоротивши виробництво відповідно на 65,3 %; 50,5 і 62,8 % (табл. 4.4).

Таблиця 4.4. Зменшення (-), збільшення (+) виробництва валової продукції сільського господарства у розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь у 2000 р. до 1990 р., %

Показники	Валової продукції, всього	У тому числі	
		рослинництва	тваринництва
Усі категорії господарств	- 41,4	- 35,7	- 47,2
У тому числі:			
у суспільному секторі	- 65,3	- 50,5	- 62,8
у підсобних господарствах населення	- 4,7	+ 6,9	- 15,1
на площі 1990 р.	- 3,5	+ 15,7	- 19,2

Дані табл. 4.4 засвідчують, якби землі не були передачі особистим підсобним господарствам населення, то спад виробництва був би ще більшим.

Отже, підсобне господарство населення сьогодні є стабілізуючою формою господарювання: уповільнює спад виробництва сільськогосподарської продукції в державі й за умов безробіття стримує від різкого спаду рівень життя сільського населення, забезпечує додатковий заробіток до мізерного пенсійного забезпечення.

Щоб надати більшого простору для подальшого розвитку цього сектора, потрібно збільшувати площі їх землекористування за рахунок резервного фонду, земель запасу, земельних паїв та оренди земель; забезпечувати земельними ділянками громадян, які працюють у соціальній сфері села і на яких не поширюється паювання

земель у сільськогосподарському виробництві; створювати у сільській місцевості згідно з Указом Президента України від 6 червня 2000 р. мережу пунктів заготівлі сільськогосподарської продукції, обслуговуючих кооперативів, кредитних спілок з метою забезпечення товаровиробників матеріально-технічними ресурсами, збільшення переробки та реалізації виробленої продукції; організувати виробництво надійних і недорогих міні-техніки та технологічного обладнання для механізації трудомістких робіт у рослинництві та тваринництві; збільшувати поголів'я худоби і птиці; організувати громадські сінокоси та пасовища; забезпечувати ветеринарне обслуговування, підвищення рівня племінної справи тощо.

За таких умов господарства громадян можуть обробляти до 25 % сільськогосподарських угідь і без значних капітальних вкладень забезпечувати себе продуктами харчування, реалізовувати лишки продукції на ринках. Із завершенням реструктуризації КСП, реформи в аграрному секторі, по-суті, лише розпочинаються. На землю прийшов приватний власник, йому насамперед слід переконливо довести, що господарювати він може більш ефективно.

4.2.2. Виробничі кооперативи

Особливої уваги заслуговує нині й така форма господарювання та малого бізнесу на селі, як виробничі кооперативи. Це єдиний тип підприємства, членом якого може бути лише той, хто в ньому працює. Сюди немає ходу власникам тіньового капіталу, тоді як в інші форми господарювання доступ їм відкритий. Переваги кооперативів наочно виявляються при їх зівставленні з іншими формами господарювання на селі, насамперед при працевлаштуванні селян. Так, створені на основі КСП приватно-орендні підприємства, різного роду господарські товариства охоче беруть в оренду земельні паї селян, відмовляючи водночас багатьом із них у працевлаштуванні. Саме це стало однією з причин зростання безробіття на селі.

Отже, «надлишок» селян зумовлений не стільки професійною непридатністю їх, скільки структурними змінами у нових формуваннях, які масово відмовляються від низькорентабельних і збиткових галузей, переорієнтовуючись на виробництво високодохідної продукції, передусім сояшнику, зерна. Тому сільськогосподарські підприємства лише у 2000 р. позбулися понад 700 тис. голів великої рогатої худоби (у тому числі 624 тис. корів) і 1,7 млн свиней (40 %). За таких обставин «непотрібними» стали також працівники, які обслуговували це поголів'я (табл. 4.5). Водночас у господарствах населення поголів'я великої рогатої худоби збільшилося на 11,7 % (у тому числі корів на 5,3 %, овець і кіз — на 9,2 %).

Таблиця 4.5. Скорочення кількості зайнятих у виробництві робітників у результаті реструктуризації КСП, тис. чол.

Регіон	Загальна кількість звільнених працівників		Звільнені працівники, які здають землю в оренду	
	Сільськогосподарських працівників	Кількість звільнених працівників до кількості працівників колишнього КСП, %	Сільськогосподарських працівників	Кількість звільнених працівників, які здають землю в оренду, до загальної кількості звільнених, %
Захід	2555	7,4	2458	96,2
Центр	1374	7,6	785	57,1
Південь	1075	5,1	843	78,3
Схід	1994	8,1	1887	94,6
Загалом	6998	7,1	5972	85,3

Див.: Проект паювання сільськогосподарських земель.

Сільське безробіття — явище набагато небезпечніше за міське. Міському жителю простіше переїхати до іншого міста (краю) на заробітки, а селянин тримає домашнє господарство, яке потребує постійного догляду, і землю, навіть якщо на ній господарює хтось інший. Свою роль відіграє й сільська ментальність. На тих, хто започаткував свою справу і почав вибиватися зі злиднів, часто дивляться з-під лоба.

З юридичної точки зору, не є протиправним, коли засновники приватно-орендних підприємств, господарських товариств відмовляються укладати трудові угоди з колишніми членами КСП. Вони діють відповідно до законів ринку, які передбачають одержання максимально можливого прибутку. Цьому підпорядковується також структура виробництва і, отже, потреба в робочих руках.

Інша ситуація у виробничих кооперативах. Тут селяни самі думають про себе і про свою зайнятість. Непрацевдатні власники земельних і майнових паїв отримують від кооперативів соціальний захист. Власність усіх кооператорів (як працюючих, так і асоційованих членів) може використовуватись як застава для отримання кредитів.

Переваги кооперативів поки що повністю не реалізовані. Сьогодні їм потрібно вистояти, не піддаватись спробам нової реорганізації. Для них першочерговим завданням є глибока, внутрішньогосподарська реструктуризація, реальна приватизація невеликими трудовими колективами конкретних засобів виробництва (тваринницьких ферм, машинно-тракторного парку, транспортних засобів, ремонтних майстерень тощо) і конкретних земельних масивів, що оброблятимуть ці трудові колективи.

Важливим нині є не перетворення одних господарських структур на інші, не нав'язування якоїсь однієї форми, не уніфікація сіль-

ськогогосподарських підприємств. Нехай вони будуть різні, змагаються між собою і доводять свого конкурентоспроможність. Постійна оцінка організаційно-правових форм господарювання має забезпечити належне реагування на зміни в соціально-економічних відносинах через удосконалення законодавчої бази.

У бюджеті завжди передбачається фінансування через цільові програми приватних господарств, щоб цим заохотити, підтримати приватника і в цілому розвиток малого бізнесу на селі. У 2000 р. це, наприклад, забезпечило можливість у 3 – 4 рази збільшити виробництво тваринницької продукції.

4.2.3. Фермерство як вид малого бізнесу і форма ведення господарства на селі

Окремі економісти-аграрники і практики фермерського руху в Україні вбачають аграрну реформу в створенні єдиної форми господарювання — сімейної ферми. Зазначимо, що для економічно розвинених країн світу, де сільське господарство виражене в основному фермерством, цей уклад формувався впродовж сторіч. ***Фермерство тут виступає одночасно і укладом життя, і формою господарювання.*** В українських селах укладом життя і нині залишається самобутнє село, сільський устрій, а фермерство тільки зароджується як форма господарювання. Ось у чому полягає основна проблема, тому в перехідний період реформування аграрного сектора економіки в українському селі, хочемо ми цього чи ні, будуть різні форми господарювання, а уклад життя ще досить тривалий час залишатиметься сільським. Головне тут — почуття відповідальності за власну справу, реальна (а не формальна) нормативна правова база, яка б захищала селянина від будь-якого посягання на його приватну власність, захист і підтримка держави. В цьому і є сутність становлення цього виду малого бізнесу на селі.

Сімейна ферма в Україні — це власне фермер, а також селянин, який вийшов із КСП та отримав державний акт на землю і майновий пай з метою започаткування такого господарства. Що потрібно для становлення такої форми господарювання? Єдиний сільськогосподарський податок, довготермінові кредити (до 10 % річних), державний лізинг техніки на 5 років (під 3 % на весь термін). Українським селянам повинна підпорядковуватись українська нафта за ціною виробника. Тоді їх не оббиратимуть всюдисущі трейдери.

Специфіка аграрних перетворень у нашій країні полягає також у тому, що в перехідний період на основі приватної власності на земельні та майнові паї можна формувати й нові господарські структури, створювати нові виробничі відносини на основі колективних

форм організації виробництва. Законодавча база для цього є. Законом України «Про підприємства в Україні» передбачено створення індивідуальних, сімейних, приватних, колективних, державних, спільних і орендних підприємств. У цьому законі не визначено такої форми, як приватно-орендні підприємства, але така форма організації не що інше, як приватне підприємство, що застосовує орендні відносини. Отже, маємо законодавче поле для створення таких підприємств. У них формується власник, який може дістати землю в оренду. Ним може бути і фермер, і керівник сьогоднішнього підприємства, і новий господар у сільськогосподарському виробництві, яким селяни можуть доручити господарювати на їхній землі.

Нові агроструктури, які сформовані внаслідок реструктуризації КСП і функціонують на умовах оренди, використовують нині 21,4 млн га землі, а це 5,3 млн паїв. Близько 500 цих підприємств зобов'язалися сплачувати за оренду (за підсумками 2001 р.) понад 2 % від встановленої вартості землі, 1317 орендарів — від 1 до 2 %, 10 562 агроструктур — 1 % і 687 підприємств — трохи менше ніж 1 %.

4.2.4. Інші форми малого бізнесу в аграрному секторі

На селі можуть формуватися також інші форми господарювання: малі підприємства з перероблення сільськогосподарської продукції, надання послуг населенню щодо технічного, ветеринарного, соціально-побутового обслуговування, з організації пунктів по заготівлі молока і худоби тощо.

Досвід функціонування малого бізнесу на селі дає змогу сформулювати такі основні проблеми, які стоять перед сільськими бізнесменами:

- необхідність у державній підтримці малого бізнесу як складової аграрної реформи;
- необхідність у консультаціях щодо чинного законодавства та мікроекономіки, ухвалення Закону України «Про малий бізнес на селі»;
- відсутність детально розроблених механізмів взаємодії малого бізнесу з місцевою владою;
- повна невизначеність у питаннях соціального захисту як самих підприємців (власників і керівників), так і їхніх найманих працівників;
- необхідність в інформаційних послугах (як з питань законодавства, економіки, так і з питань попиту-пропозиції, пошуку партнерів);

► необхідність інвестування.

З метою вирішення зазначених проблем, державної політики та державного регулювання малого підприємництва в Україні розроблено певну правову базу. Зокрема, прийнято: Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19 жовтня 2000 р. № 2063-III; Укази Президента України «Про запровадження єдиної державної регуляторної політики у сфері підприємництва» від 22 січня 2000 р. № 89; «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 3 липня 1998 р. № 727; Наказ Міністерства України від 30 вересня 1996 р. № 196 «Про затвердження Положення про спрощену форму бухгалтерського обліку суб'єктів малого підприємництва» та ін. Так, у Законі України «Про державну підтримку малого підприємництва» зазначається, що суб'єктами малого підприємництва є: фізичні особи, зареєстровані у встановленому законодавством порядку як суб'єкти підприємницької діяльності; юридичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова кількість працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищує 500 тис. євро. (Щоправда, за обсягом річного валового доходу, 500 тис. євро, можна всі або майже всі сільськогосподарські підприємства віднести до цього виду бізнесу.)

Аналізуючи розвиток малого бізнесу на селі, треба розглядати його в контексті з існуючими історичними традиціями та чинним законодавством. При цьому слід розрізняти підприємства малого бізнесу (юридичні особи) і приватних підприємців (фізичні особи). Перші можуть об'єднуватися, створюючи незалежні профспілки, а другі — через асоціації, спілки та об'єднання.

Отже, основна ідея підтримки та розвитку малого бізнесу на селі може бути реалізована в організації та цілеспрямованій взаємодії трьох сторін: місцева влада — центр сприяння розвитку приватного підприємництва — профспілка.

При цьому забезпечується взаємодія у таких напрямках: організаційному; консультативно-освітньому; соціальному; фінансово-інвестиційному; аналітичному.

Організаційний напрям передбачає розроблення загальних питань аграрної політики підтримки та розвитку малого бізнесу: роз-

роблення концепцій та програми розвитку малого бізнесу на селі з визначенням пріоритетних напрямів; організація взаємодії та зворотного зв'язку між сільською (місцевою) владою та підприємцями на засадах взаєморозуміння та спільного обговорення питань щодо кількості та розмірів місцевих податків, спільного вирішення соціальних питань відносно розвитку села, взаємного обговорення та лобювання законодавства у питаннях малого бізнесу.

Консультативно-освітній напрям спрямовано на створення та поліпшення загального рівня економічної освіти підприємницьких кіл та показ їхнього внеску у розвиток економіки села, сільських соціальних програм тепер і на перспективу.

Соціальний напрям передбачає створення та підтримку профспілок приватних підприємств та найманих працівників малого та середнього бізнесу, які є виразниками і захисниками соціальних потреб та вимог представників малого приватного підприємництва.

Фінансово-інвестиційний напрям спрямовано на створення сприятливих умов і розроблення відповідних структур та механізмів на селі для інвестування тих галузей чи секторів малого бізнесу, які є пріоритетними для виконання як програми розвитку села, так й інших програм сільської влади.

Аналітичний напрям передбачає створення інформаційно-економічної аналітичної моделі розвитку секторів економіки села в цілому, отримання на цій основі науково обґрунтованих пропозицій щодо розроблення та реалізації програм підтримки різних секторів економіки заради соціального і економічного розвитку села, в тому числі визначення пріоритетних галузей для першочергового інвестування.

При реалізації та посиленні взаємодії місцевої влади і малого та середнього бізнесу виникає потреба в об'єктивній та оперативній поінформованості відповідних установ регіональної влади про стан розвитку малих форм господарювання на селі. Для об'єднання у єдиному інформаційному просторі інтересів місцевої влади та приватного підприємництва слід створити єдину комп'ютерну систему, що дасть змогу наданням відповідного інструменту досягти мети їхнього взаємовигідного соціального партнерства. Це перспектива розвитку малого бізнесу на селі.

Нині в аграрному секторі складається суперечлива ситуація з формуванням виробничої інфраструктури. З одного боку, світовий досвід і здоровий глузд підказують необхідність побудови його інфраструктури на кооперативних засадах. З другого боку, кооперативна ідея з різних причин не сприймається ні селянами, ні місцевими органами влади.

Ухвалення Закону України «Про сільськогосподарську кооперацію» не стало поштовхом для створення обслуговуючих кооперативів, навпаки, на селі все більш глибокі корені пускають посередницько-комерційні структури, що призведе до неминучого зменшення прибутковості сільськогосподарських товаровиробників, послаблення конкурентоспроможності вітчизняного сільського господаря. Тому потенційному господарю землі в стратегічних планах бізнесових формувань, у кращому разі, відводиться скромна роль найманого працівника.

Підписання Президентом України 19 грудня 2000 р. Указу «Про заходи щодо кооперативного руху та посилення його ролі в реформуванні економіки України на ринкових засадах» політично важливе тим, що вперше в історії незалежної України кооперативний рух визнано одним із важливих напрямів реформування економіки України на ринкових засадах. Цим указом зобов'язано виконавчі органи влади приступити до розроблення і затвердження заходів щодо підтримки кооперативного руху, формування обслуговуючих сільськогосподарських кооперативів, розвитку кредитних спілок та інших кооперативних формувань. Для майбутнього села важливо, щоб зазначений Указ став початком наміченого відродження вітчизняної кооперації, рішучого подолання псевдокооперативного сприйняття цього дійсно економічного феномену, без якого не обходиться аграрний сектор будь-якої розвиненої країни світу.

Управління обслуговуючим кооперативом потребує спеціалістів з особливою підготовкою. Менеджери кооперативів володіють мистецтвом бізнесу, бо кооператив зосереджений у ринковій економіці. Водночас вони мають бути здатними до прозорого, демократичного управління підприємством на засадах неприбутковості, тобто в інтересах членів цього кооперативу. На жаль, на цій важливій ділянці у боргу перед селянами виявились аграрні навчальні заклади.

Досвід формування обслуговуючих сільськогосподарських кооперативів вказує на потребу розроблення методології оподаткування кооперативів як неприбуткового підприємства. Тут потрібна істотна зміна в оцінюванні кооперативів як особливого типу підприємництва місцевими органами ДПА України.

Зареєструвати обслуговуючий кооператив як прибуткове підприємство означає порушити кооперативні принципи в самому зародку кооперативної ідеї, дискредитувати істину. Відродження істинної кооперації неможливе без добре відлагодженого кооперативного всеобучу. Одним із завдань кооперативної просвіти є викорінення

спрощеного підходу до кооперативної моделі господарювання, а також недопущення поширення псевдокооперативів, які дискредитують сутність кооперації.

Не менш важливим є вміння переконати сільськогосподарських товаровиробників у перевагах кооперації, показати економічну вигоду від створення обслуговуючого кооперативу як способу продовження господарської діяльності, спільного виконання тих робіт, які економічно недоцільно виконувати кожному поодиноці.

Агропромислове виробництво — це одна з найважливіших складових економіки держави. Тут формується основна частина продовольчих ресурсів і майже три чверті роздрібного товарообігу. Це має визначальний вплив на гарантування продовольчої безпеки держави, розвиток внутрішнього і зовнішнього ринків, поліпшення життєвого рівня населення. У сільському господарстві зайнята п'ята частина працівників усіх сфер економічної діяльності, зосереджено близько чверті виробничих фондів і створюється майже 13 % валової доданої вартості. Ось чому питання розвитку форм господарювання на селі, виховання почуття господаря на землі нині набуває надзвичайної ваги і матеріалізується у лейтмотиві «без добробуту села немає добробуту держави».

Конституцією України, законами України та указами Президента України, прийнятими впродовж останніх років, закріплені права громадян на власність і господарське самовизначення селян.

Чекати ж безкорисної (крайньою мірою взаємовигідної) допомоги з боку розвинених країн, означає лукавити. В усіх економічно розвинених країнах світу (Європа і Азія) 1996 – 2001 рр. — це період перевиробництва сільськогосподарської продукції. Світові ціни на сільськогосподарську продукцію різко падають. Це пов'язано як із коливаннями попиту, так і з фінансовою кризою в Азії та Росії. Так, росіяни, які раніше купували третину всього експортного м'яса з Європи, тепер неплатоспроможні. Азійці на 30 % зменшили свій імпорт пшениці. Тому не дивно, що китайські виробники зернових культур, які свого часу добре заробляли на поставках сусідам, нині скаржаться, що через низькі ціни вони змушені продавати навіть соломі, щоб компенсувати свої витрати.

З цієї причини, а також через погані погодні умови і «сильний» фунт стерлінгів, сільське господарство Великої Британії переживає нині найбільший спад з 30-х років минулого століття. Британські вівчарі змушені збувати свій товар за безцінь, а цукровики — за цінами, на третину нижчими, ніж у 1997 р. Про яловичину нічого вже й говорити — заможні покупці по всьому світу відвертаються від неї, боячись «коров'ячого сказу». Доходи датських фермерів теж зменшилися вдвоє, свинарство тут взагалі стало неприбутковим.

Навіть у США, де фермерство почувається надто впевнено, у вересні минулого року ціна на пшеницю впала наполовину, а свині в живій вазі продавалися менш як за третину позаторішньої ціни.

На фоні такого спаду уряди не лише європейських, а й інших країн світу, які дбають про майбутнє, намагаються підтримати свого селянина. Одні — фінансово допомагають сільгоспвиробнику, інші — за рахунок певних державних заходів. Наприклад, у 1999 р. Європейський Союз направив на підтримку сільського виробника рекордну суму — 40 млрд євро. Уряд США в 2000 р. кинув своїм фермерам «рятівний круг» у вигляді 6 млрд доларів. Крім того, фермери добилися ще 5,5 млрд доларів так званих «транзитних платежів». Таїланд виділив на підтримку виробництва цукрової тростини 88 млн доларів. У Китаї пішли іншим шляхом. Тут вирішили зміцнити державну систему заготівель, посилити контроль над зерновим господарством. «Китайці не зможуть процвітати, якщо не процвітатиме село», — пише газета, цитуючи одного з високих чинів цієї країни.

Висновки. Під терміном «підприємництво» розуміють економічну діяльність, що має на меті отримання прибутку. Термін «підприємець» увів у економічну літературу і науковий обіг Р. Кантільйон ще на початку XVIII ст. Підприємцем він вважав людину, яка бере на себе ризик, пов'язаний з організацією нового підприємства, розробленням нової ідеї, продукції, послуг. Нерідко підприємництво називають бізнесом. Ці поняття близькі, хоч і не тотожні. Бізнес — це будь-яка господарська діяльність, що має на меті отримання прибутку або дає іншу вигоду.

***Підприємництво** — це такий вид бізнесу, який пов'язаний із виробництвом товарів, наданням послуг, створенням підприємств, вкладанням у них власних коштів і взяттям на себе особистого ризику.*

Підприємництво — це такий вид господарської поведінки, для якої характерне організаційно-господарське новаторство, знаходження нових, ефективніших способів використання ресурсів, гнучкість, постійна оновлюваність, готовність йти на ризик.

Підприємницька діяльність в аграрному секторі не може відбуватися без участі в ній певних суб'єктів і об'єктів підприємництва, які зазнають певних динамічних змін у своєму розвитку.

Об'єктами підприємницької діяльності можуть бути виробництво певних матеріальних благ, надання послуг виробничого і невиробничого характеру, реалізація виробленої продукції, фінансово-кредитні, біржові, страхові операції та операції з нерухомим майном, інші, незаборонені законом види діяльності. В аграрному секторі основний об'єкт бізнесу — земля. Вона є всезагальною умовою матеріального виробництва, предметом праці, загальним для всіх галузей засобом виробництва.

Основними суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути держава, об'єднання виробників, окремі особи.

Для розгортання підприємницької діяльності на селі потрібні певні умови. Серед них: стабільність державної економічної і соціальної політики, економічно обґрунтований податковий режим, що забезпечує ефективне функціонування діючих підприємств і відкриття нових; наявність розвинутої інфраструктури підприємництва (інноваційних і консультативних центрів з підготовки підприємців) тощо.

Названі умови підприємницької діяльності та принципи підприємництва передбачені Законом України «Про підприємництво». Держава підтримує підприємництво, уникаючи методів адміністративно-командного впливу на нього. Щодо розвитку підприємництва на селі, то, як уже зазначалося, тут є свої труднощі й проблеми. Наприклад, за даними статистики, з 7,4 млн га земель, відведених під організацію фермерських господарств України із земель запасу, використовується нині лише близько 2,4 млн га.

Для того щоб фермерство в Україні відіграло таку саму роль, як на Заході, має пройти не одне десятиріччя, а може й більше. Нинішній селянин не готовий жити без власного підсобного господарства, надіючись лише на те, що фермер забезпечить його всім необхідним. Тут і традиційна звичка селян постійно працювати і головне (якщо фермерство дійсно завоює Україну), де взяти робочі місця для мільйонів селян, які сьогодні працюють на сільськогосподарських підприємствах усіх форм власності? Ось чому у нашій країні повинні співіснувати всі форми сільськогосподарських підприємств. Головне, щоб держава створила для них нормальні умови роботи.

Незважаючи на прийняту Національну програму розвитку агропромислового виробництва і відродження села на 1996 – 2005 рр., стан сільськогосподарського виробництва нині катастрофічний: занепад і по суті банкрутство колективних господарств, істотне погір-

шення життя селян тощо. На шляху підвищення ефективного ведення галузі існують значні перепони: параліч вітчизняного сільськогосподарського машинобудування, на чверть сили працює промисловість з виробництва мінеральних добрив, гербіцидів; за останні 5 – 7 років допущено катастрофічне виснаження землі.

Проте основною проблемою перебудови села залишається реформування відносин власності. В основному на селі сьогодні існує дві форми господарювання: колективні сільськогосподарські підприємства ринкового типу та фермерські господарства, інші суб'єкти малого бізнесу. Причому фермерство в засобах масової інформації, на зібраннях найвищого рівня рекламується як найбільш прогресивна, орієнтована на сучасні західні зразки, форма підприємництва на селі.

5.

Особисті якості підприємця та культура бізнесу

- *Особисті й суспільні інтереси в підприємницькій діяльності*
- *Вибір і планування кар'єри в бізнесі*
- *Якості, потрібні підприємцю*
- *Оцінка здатності йти на ризик*
- *Чи можна навчитися підприємництву і бізнесу?*
- *Що можна і чого не можна в підприємстві? Етика підприємництва*
- *Культура підприємництва*

5.1. Особисті й суспільні інтереси в підприємницькій діяльності

У будь-якому суспільстві всі процеси і сфери діяльності взаємопов'язані. Відомо, що економіка визначає основні умови і рівень життя. Підприємницька діяльність практично створила економіку розвинених країн. Саме бізнес, вміло і ефективно організуючи працю людей, ресурси, забезпечує нинішній рівень життя цих країн.

За що найбільше критикують підприємців? Відповідь на це запитання може мати практичний інтерес вже і для наших ділових людей. Критика зводиться в основному до того, що для ділових людей суспільні інтереси і, зокрема, піднесення добробуту людей, знаходяться на другому плані.

Останнім часом у високорозвинених країнах широко практикується придбання значної частини акцій робітниками і службовцями компанії, що сприяє поширенню асоційованої (колективної) форми власності з тим, щоб особисті й суспільні інтереси підприємницької діяльності збігалися. На підприємствах, що повністю або частково є власністю робітників і службовців, соціальні конфлікти виникають рідше.

Як резюме наведемо вислів А. Хамера, що може стати добрим орієнтиром для наших підприємців при виборі життєвого кредо: «В дитинстві я придумав особисте кредо, яке здебільшого повторював на ніч. Хоч я виріс не в релігійній сім'ї, воно нагадує молитву, звернення до таємного духу життя, здатного втілювати і наповнювати енергією. Я просив дати мені сили, щоб я міг допомагати достойним людям.

Я ніколи не молив про владу, славу або багатство, хоч мав все це в достатку. Сподіваюсь, я ніколи не проявив жадоби. Якби моїм головним прагненням було збагачення, то я міг би стати одним з найбагатших людей світу. Проте я не належу до їх числа. Все своє життя я роздавав частину свого багатства, більш ніж міг підрахувати. На щастя я завжди мав здатність робити гроші, і в мене залишалось достатньо для других. Кредо мого дитинства все життя керувало моїми діями».

5.2. Вибір і планування кар'єри в бізнесі

Нашим діловим людям, як початківцям, так і досвідченим, буде корисним ознайомитися з методами і особливостями планування, вибору кар'єри в галузі бізнесу США.

У США досить серйозно ставляться до питань підготовки кадрів для бізнесу. В компаніях розробляються довготермінові програми підготовки спеціалістів. У середніх і малих фірмах розробляються орієнтовні плани залучення на роботу різних категорій працівників.

Якщо говорити про майбутніх кандидатів у бізнесмени або про спеціалістів з питань, пов'язаних з бізнесом, то вони задумуються про свою кар'єру ще в школі. Дуже змістовно молоді люди, або точніше підлітки, вивчають власні особисті якості й здібності, щоб визначити свою придатність до кар'єри менеджерів або інших фахівців у сфері бізнесу. Визначення цих якостей важливе не лише для того, щоб знати, стане молода людина, припустімо, менеджером великої компанії чи ні. Такі характеристики потрібні й для тих, хто збирається займатися бізнесом або працювати за наймом в середніх і малих фірмах.

Для багатьох американців правильне визначення своєї кар'єри має важливе значення. Головна мета в цьому процесі — одержати якомога більше інформації для самого підлітка і для його рідних, наскільки відповідають його індивідуальні якості тій спеціальності, яку він хотів би мати. За словами одного американського спеціаліста, є три основні переваги правильного вибору кар'єри: велике особисте задоволення, значна матеріальна винагорода і великий суспільний внесок. Мабуть, усе це в багатьох випадках відповідає й іншим критеріям.

Американці люблять системний підхід у всьому, в тому числі й у виборі кар'єри. В цьому процесі виділяють п'ять основних фаз: визначення своїх якостей і здібностей, визначення тенденцій і ситуацій в різних галузях відносно попиту на роботу силу; зіставлення обраної спеціальності з особистими якостями і здібностями; освіта і професійна підготовка, одержання бажаної посади.

Визначення своїх якостей і здібностей. Основна увага приділяється визначенню своїх сильних і слабких професійних здібностей, інтересів, розумового розвитку, нахилу до виконання ручної або інтелектуальної роботи, з'ясування характеру.

Ця фаза досить складна і пов'язана з одержанням чесних, об'єктивних відповідей на поставлене запитання, наприклад:

➤ я надаю перевагу (чому більше) працювати з речами і предметами, ідеями чи людьми?

➤ чи хочу я бачити фізичний результат своєї праці?

➤ чи можу я справитися з роботою, для виконання якої необхідна фізична сила?

➤ чи можу я ким-небудь керувати?

Слід зазначити, що особливе значення для вибору кар'єри в бізнесі має чесний аналіз здібностей до керівної роботи. Крім самооцінок, за допомогою тестів потрібно отримати якомога більше думок людей, які знають кандидата.

Зів'язування обраної спеціальності з особистими якостями і здібностями. У розвинених країнах розповсюджено велику кількість тестів, які досить точно можуть допомогти розібратися в цьому питанні. Проте і без тестів є деякі загальні критерії. Так, цілком закономірно, що якщо людина любить мати справу з числами, то швидше стане кваліфікованим бухгалтером або інженером, ніж письменником чи драматургом.

Майбутні спеціалісти не можуть розраховувати на успіх у бізнесі, якщо вони не мають насамперед таких якостей: чесність, розум, інтелект, цілісність натури, самоконтроль, самовідданість, старанність, оперативність і здоров'я.

Кілька слів про проблему воркоголізму — надмірне захоплення роботою (за аналогією алкоголізму). Це явище досить поширене в США. Коли підприємці надмірно зайняті роботою, це призводить до небажаних наслідків як для самих підприємців, з точки зору їх власного здоров'я, так і для бізнесу, з точки зору їхніх реальних здібностей кваліфіковано виконувати роботу. Ця проблема вивчається вченими: у багатьох фірмах прагнуть зробити все, щоб привести воркоголиків (трудоголиків) у нормальний стан. Для цього за рахунок фірм організують спортивні заняття, виробничу гімнастику тощо. Їх можуть звільнити від роботи для відпочинку. В США не люблять людей, які беруть на себе зобов'язання, що не виконуються.

Вам буде цікаво ознайомитись із системою запитань, які здебільшого задають у відділі кадрів корпорацій при ознайомленні з тими, хто влаштовується на роботу.

1. Як Ви звичайно проводили свій вільний час або канікули, коли вчилися у школі?

2. Ваші інтереси до цієї роботи викликані бажанням займатися нею в перспективі або ж Вас більше цікавить швидкий, що має грошовий вираз, результат?

3. Яку кар'єру Ви прагнете зробити в житті?

4. Ким Ви хочете бути через 10 років?

5. Як Ви вважаєте, Ваше навчання і професійна підготовка сприятимуть Вашому професійному розвитку та зростанню. Чи сприйматимете Ви рутинні доручення, як частину Вашого процесу навчання?

Освіта і професійна підготовка. Американська система навчання відрізняється від нашої. Після школи можна зразу ж вступити до університету або коледжу (середне між технікумом і вищим навчальним закладом). У США є кілька категорій таких навчальних закладів. До найвищих належать такі престижні університети, як Гарвардський, Колумбійський, Йельський, Стендфордський, Каліфорнійський тощо.

Наступна категорія вищих навчальних закладів — це університети, утворені різними громадськими організаціями, на зразок католицького університету Сан-Франциско. Потім ідуть університети, що фінансуються з бюджетів штатів і міст, наприклад, університет Сан-Хосе. Є також категорія приватних платних університетів на зразок «Голден гейт Юнівер-сіті» в Сан-Франциско, в які набирають слухачів незалежно від тестування й успішності. У цих навчальних закладах навчаються переважно нащадки багатих людей, яким потрібен лише диплом.

Система коледжів досить складна і розгалужена. Більшість спеціальностей у сфері бізнесу набувають у коледжах. Випускники коледжів здебільшого займають середнє становище і пости в управлінській ієрархії корпорацій. Після закінчення коледжу багато американців починають свою справу.

Одержання бажаної посади. Представники фірм відвідують університети та інші навчальні заклади насамперед з метою ознайомлення з перспективними студентами.

Досить цікаво відбувається співбесіда представника фірми зі студентами. Вважається доброю манерою перед співбесідою надати копію своєї власної анкети, хоча представники фірми можуть запропонувати заповнити спеціальний бланк анкети. Після встановлення часу, дати, місця співбесіди кандидату краще самому дізнатися якомога більше про цю фірму з доступних джерел (преси, друзів і знайомих), а також запам'ятати правильну вимову імені, прізвища людини, з якою відбудеться співбесіда. Вважається за доцільне сформулювати попередньо всі запитання, які кандидат передбачає задати (вид роботи, особливості професійної підготовки, можливості зростання заробітної плати тощо).

В американських фірмах під час бесіди кандидатам задають такі запитання:

Чому ця фірма зацікавила Вас?

Чому Ви обрали саме цю спеціальність або саме цю посаду?

Які коротко- і довготермінові прогнози щодо вибору кар'єри?

Який може бути реальний внесок кандидата в роботу, якою він хоче займатися, з точки зору його кваліфікації, активності або інших можливостей?

Що Ви чекаєте від цієї роботи?

Рекомендується заздалегідь написати чіткі письмові відповіді на ці запитання, щоб було краще вести співбесіду. Потрібно мати з собою блокнот і ручку для записів найважливіших моментів розмови, які записують відразу після її закінчення. Велику увагу слід приділяти своєму зовнішньому вигляду, одягу. На співбесіду не можна запізнюватися, краще прийти на 8 – 10 хв раніше.

Наведемо приклад особистої анкети для подання у відділ кадрів фірми або для співрозмови з керівниками фірми.

Особиста інформація: домашня адреса, телефон, дата народження, сімейний стан, військовий статус, інтереси (спорт, театр, хобі).

Коротко- і довготермінові цілі: моєю короткотерміновою метою є використання моїх знань і досвіду в _____ галузі; довготерміновою метою є використання досвіду, нагромадженого в цій фірмі, для обіймання посади в цій або іншій фірмі.

Особиста кваліфікація: перелічити попередні посади, які дали можливість набути досвід управлінської роботи і розширити уявлення про цю галузь.

Освіта: назвати всі навчальні заклади, які закінчили, і основні оцінки з предметів, що необхідні для майбутньої роботи.

Досвід роботи: головну увагу приділити досвіду роботи в інших фірмах, який може стати у нагоді у цій фірмі.

Рекомендації: перелічити осіб (три-чотири), які можуть рекомендувати Вас. Це можуть бути викладачі, керівники з попередніх місць роботи.

Під час співрозмови, а особливо до її підготовки, можуть знадобитися поради американського вченого Д. Корнегі, як звернути на себе увагу людей.

Найкращим регулятором співрозмови є здоровий глузд. Потрібно бути дружелюбним, чесним і правдивим, що допоможе скласти добре враження. У ході розмови слід уважно стежити за реакцією співрозмовника на відповіді, що дасть змогу визначити його справжню реакцію. Вважається поганим тоном відповідати «так» чи «ні», проте недопустима також надмірна балакучість. Якщо кандидат відчув, що говорить досить багато, то найкраще повернутися до основної теми бесіди запитанням: «Може у Вас будуть ще запитання?» Слід

виглядати зацікавленим, а не показувати, ніби робите послугу представникові фірми. Упродовж розмови бажано дивитися співрозмовнику в очі. Пам'ятайте, що Ваша розмова пов'язана зі здобуттям інформації про фірму і про можливу роботу, тому не потрібно соромитися задавати доцільні запитання. Головне — це прагнути себе добре продати, тому всі запитання слід задавати щиро і зацікавлено. Наприкінці співрозмови потрібно подякувати представникові фірми за наданий Вам час і увагу. Можна запропонувати фірмі будь-яку додаткову інформацію про себе, якщо така знадобиться.

Після розмови слід занотувати основні елементи її змісту, а згодом уважно ставитися до всіх контактів з представниками фірми і виконувати запропоновані ними рекомендації. Якщо перша співрозмова пройшла успішно і Вас запевнили, що відповідь буде дано до певного терміну, потрібно почекати тиждень або до зазначеного терміну, після чого можна нагадати про себе. Під час нагадування про себе, пославшись на розмову, можна ще раз подякувати за цю співрозмову і кількома словами сказати, що зацікавленість до роботи зберігається. Американці, на відміну від нас, ведуть нотатки в ході співрозмови, і це не вважається чимось безсоромним.

5.3. Якості, потрібні підприємцю

Для того щоб займатися підприємництвом, потрібно мати певні якості, без яких шанси на успіх підприємства досить обмежені. Уявіть собі відомі вам випадки успішної діяльності колгоспу, радгоспу, заводу, бригади чи фірми. Напевно, переважно всі ці успіхи були пов'язані з особистістю окремих людей, підприємницькі якості яких дали змогу досягти успіхів в умовах абсурдної адміністративно-командної системи управління.

Які якості повинен мати підприємець? На це запитання відповідь так: жителі України — комерційна кмітливість, хитрість, вміння викручуватися, комбінувати; жителі США — сильний характер, чесність, почуття відповідальності, обов'язковості.

На думку К. Рендола, підприємцю, як і провідному бізнесмену фірми, потрібно мати сильний характер, чесність, сміливість у прийнятті рішень, відповідальність, які не можна замінити нічим. К. Рендол зазначав, що мати характер, отже, відчувати і розуміти моральні проблеми, мати сміливість правильно діяти за будь-яких обставин, що складаються в житті. Людина, наділена сильним характером, але нечесна в душі, може коли-небудь накликати на компанію катастрофу. Підприємець, що не має таких рис, як чесність, порядність і обов'язковість, нічого не вартий.

Американські дослідження засвідчують, що найважливішими аспектами для людини, яка готується стати підприємцем, є оцінка здатності йти на ризик.

5.4. Оцінка здатності йти на ризик

Бізнес нагадує азартну гру, тому будь-який підприємець під час прийняття різних управлінських рішень (вибір сфери бізнесу, конкретного проекту, розподіл матеріальних, сировинних, фінансових та інших ресурсів, визначення місця розташування підприємства, цільового ринку, купівлі цінних паперів тощо) ризикує. За американськими стандартами, всі люди поділяються на дві категорії: ризикових і більш обережних, які приймають рішення з мінімальними шансами на ризик. Важливо знати, до якої категорії ви належите (див. табл. 5.1).

Ризик — це невизначеність в одержанні доходу взагалі або в одержанні того розміру доходу від інвестицій, на який розраховує підприємець.

Ось чому при обчисленні очікуваного доходу підприємницької структури й оцінюванні її активів враховується (страхується) ризик.

Ще в 50-ті роки в США Маркевич, Шарп та інші вчені вивчали ризик у бізнесі, особливо при обігу цінних паперів (ЦП).

Теорія раціонального портфеля Маркевича (розвив Шарп) наголошує, що на фінансовому ринку обертається єдиний вид ЦП, який без ризику приносить інвестору дохід, рівень якого відомий. Такими ЦП є державні облігації, дохід яких фіксований і гарантується доходами державного бюджету.

Щодо обігу ЦП, то ризик є систематичний і несистематичний. Систематичний ризик становить частину загального ризику, що залежить від загального стану економіки (рівня інфляції, стабільності грошової одиниці, зовнішньої торгівлі тощо), а несистематичний — це ризик для певного інвестора в ЦП.

Велике значення в підприємстві має облік ризику при організації нового бізнесу. В умовах повної самостійності та економічної незалежності підприємець бере на себе весь ризик, будь-яка помилка у визначенні виду прибутку і обсягів його виробництва, ціни на нього або неправильне управлінське рішення можуть закінчитися крахом. У підприємстві можуть бути різні види ризику, про які обов'язково слід дізнатися, перш ніж відкривати якусь справу. Знаючи про ризик, підприємці на відміну від наших комерсантів досить зважено і відповідально приймають рішення.

Кожний підприємець має знати, до якої категорії людей він належить: до людей з підвищеним рівнем бажання йти на ризиковані проекти або ж займатися бізнесом з невеликим рівнем ризику.

Про творчість та ініціативу. Комерційний менталітет, вміння розпоряджатися фінансами та відкривати свою справу — це ініціатива, щирість і чесність, позитивне і дружнє ставлення до інших людей, здатність керувати людьми, почуття відповідальності, добрі організаторські здібності, рішучість, наполегливість в досягненні мети, сила волі, творче начало, вміння швидко і стисло аналізувати інформацію, комунікабельність, готовність йти на виправданий ризик, працездатність і міцне здоров'я. Комерційний і фінансовий склад розуму розуміються як самі собою риси для підприємця.

Чи можете Ви стати підприємцем? Для того щоб визначити, чи є ви тим типом людини, яка може бути керівником кооперативу, госпрозрахункової фірми, фермером чи мати приватну справу, слід об'єктивно оцінити всі свої сильні і слабкі особливості. При цьому варто бути чесним, оскільки помилки, необ'єктивність або завищення при оцінюванні якостей можуть мати несприятливі наслідки для всієї майбутньої справи. У розвинених країнах користуються багатьма тестами, які допомагають визначити, чи підходить людина для самостійного ведення бізнесу. Система оцінок за підсумками обраного тесту має дати загальне уявлення про потенціал майбутнього підприємця.

Як користуватися тестом? Спочатку уявіть ваші власні оцінки у відповідних клітинках, потім, рухаючись зліва направо, відмітьте значення в балах кожної колонки (4, 3, 2, 1). Після підрахування вашого потенціалу володіння і управління власною справою може бути така оцінка: відмінна (25 – 28), дуже добра (21 – 24), добра (17 – 20), середня (13 – 16), погана (12 і нижче). Якщо у людини виявляються деякі слабкості, але зберігається велике бажання мати свою справу і стати підприємцем, то за американськими канонами підприємництва це бажання цілком здійсненне. Для цього потрібно підібрати таку команду зі своїх партнерів, які б компенсували його вади. Наприклад, у кандидата в бізнесмени не дуже високі оцінки в колонках «організаторські здібності» і «стосунки з іншими людьми», тобто він не дружелюбний щодо інших. Отже, в його команді має бути працівник з відповідними сильними рисами, що важливо для впливу на самого підприємця, а також на ефективні дії всієї команди (табл. 5.1).

Таблиця 5.1. Тест на визначення рис підприємця

Позитивна риса	Бал			
	4	3	2	1
Ініціатива	Шукає додаткову роботу	Винахідливий, тямущий при виконанні завдань	Виконує необхідний обсяг роботи без вказівок керівництва	Безініціативний й чекає вказівок
Стосунки з іншими людьми	Позитивне, приязне ставлення до людей	Привітний у поведінці, ввічливий	Іноді з ним важко працювати	Сварливий і некомунікабельний
Лідерство	Сильний, викликає довіру і впевненість	Уміло віддає ефективні накази	Провідний	Ведений
Відповідальність	Відповідає повністю за поставлене доручення	Погоджується без суперечок з дорученням	Неохоче погоджується з виконанням доручення, протестує	Ухиляється від будь-яких доручень
Організаторські здібності	Дуже здібний в переконанні людей, логічно мислить	Здібний організатор	Середні організаторські здібності	Поганий організатор
Рішучість	Швидкий і точний	Обгрунтований і обережний, обачливий	Швидкий, але часто помиляється	Сумнівний і боязливий
Завзятість, наполегливість	Цілеспрямований, його не легко збентежити труднощами	Постійно докладає зусилля	Середній рівень наполегливості й рішучості	Майже ніякої рішучості

Розглянемо такі важливі якості, як концептуальне розуміння інформації, творчий підхід до бізнесу, ініціатива і натхнення.

Важливого значення в сучасному підприємництві набуває вдосконалення управління. В умовах інформаційних потоків людині важко керувати інформацією, відрізнити основні інформаційні блоки від побічних. Тому підприємець має оволодіти інформаційною культурою, що в наших умовах ще досить непросто. В підприємництві важливо не тільки знати і розуміти цифри, факти і події, для чого все більше використовуються комп'ютери або різного роду досьє, а вміти коротко і зрозуміло, концептуально правильно викласти складні й великі проблеми. К. Рендолл зазначав, що підприємець має чітко викладати свої думки. Він наголошував, що багато талановитих людей потерпіло поразку в бізнесі тому, що не змогли донести свої ідеї до свідомості людей з меншими інтелектуальними даними. Важливо також вміти стисло і точно писати і говорити.

Ось приклади деяких понять концептуального викладу інформації. Міжнародна торгівля — це вулиця з двостороннім рухом. Мається на увазі, що в торгівлі, яку здійснюють між собою держави, вони повинні користуватися однаковими можливостями для проникнення на ринки партнерів за рівних взаємовигідних умов.

Кредит шкодить взаємовідносинам. Це означає, що, незважаючи на поширення в підприємстві кредитної форми фінансування, почуття кредитора (що хтось йому постійно винен) і позичальника (що він комусь винен, але поки не може віддати) позначається на людських відносинах. Уявіть себе в ролі кредитора відносно своїх друзів або родичів і ви зрозумієте зміст короткої фрази «кредит псує взаємовідносини».

Бізнесмени відрізняються один від одного національними особливостями, рисами характеру тощо. Проте головне в них спільне — це те, що їм усім властива ініціатива і натхнення. Особиста ініціатива має вирішальне значення в підприємстві, оскільки підприємець робить усе, що хоче, без підказок і будь-яких наказів, тобто він починає робити все сам. Успіх приходить лише тоді, коли ініціатива конструктивна, іншими словами, підприємцю потрібно дослідити проблеми, спланувати свої дії, експериментувати і працювати за своїм бізнес-планом. Що ж до натхнення, то (на відміну від мистецтва) в підприємстві воно приносить результат, якщо засноване на знаннях.

Історія знає немало прикладів, коли освічені люди в ході випадкового спостереження окремих явищ природи приходили до відкриття, які стали основою їх бізнесу, що мало величезне значення для розвитку сучасних галузей промисловості. Наприклад, Р. Дизель, спостерігаючи використання тубільцями Самоа бамбукових трубок для випускання вогню, прийшов до ідеї дизельного двигуна. Ч. Гудіар звернув увагу на те, що відбувається з гумою, насиченою сіркою, якщо її залишити біля вогню, і відкрив явище вулканізації, що й привело до утворення відомої сьогодні в світі фірми з виробництва гуми «Гудіар».

Для того щоб увійти з будь-якою ідеєю в середовище підприємства, потрібні також знання в галузі фінансів і обліку, розуміння законів і звичаїв бізнесу.

5.5. Чи можна навчитися підприємству і бізнесу?

Спостерігаючи за розвитком підприємства в Україні, можна побачити деяку зовнішню схожість наших ділових людей з їхніми колегами з економічно розвинених країн — енергійність, наполегливість, ініціатива, сміливість. Проте зовнішня схожість після більш глибокого ознайомлення виявляється досить поверховою. Го-

ловне, що відрізняє наших ділових людей від американців та інших зарубіжних бізнесменів, — це передовсім повна відсутність елементарних знань у галузі бізнесу.

Ситуація нагадує становище, коли люди, не знаючи елементарних арифметичних і геометричних правил, намагаються розв'язати складне математичне рівняння. Крім того, нашим бізнесменам очевидно не вистачає навичок, практики і вміння ведення бізнесу, без чого володіння навіть широкими знаннями в різних сферах бізнесу не має великого сенсу.

Може і правильно, що підприємцем треба народитися, маючи на увазі наявність певних природних задатків. Проте велика історія зарубіжного підприємництва, і насамперед американського, засвідчує, що навіть найталановитіші бізнесмени терпіли невдачі через те, що нехтували правилами постійного навчання і вдосконалення. Наприклад, нехтування Форда-старшого основними принципами менеджменту, недооцінка робіт у галузі маркетингу, опора лише на власну інтуїцію і талант призвели до того, що з компанії пішли до конкурентів найбільш здібні спеціалісти і до втрат фірмою своїх позицій до кінця 20-х років.

Сьогодні підприємець — це не просто власник будь-якої справи. Сьогодні підприємець має знати досить багато. Час неграмотних, але досить здібних підприємців пройшов. К. Рендолл вважає, що бізнес відчайдушно потребує мудрості й натхнення вчених людей. Бізнесу потрібні все нові й нові кадри навчених молодих юнаків і дівчат. Потрібні неоціненні досягнення досліджень у галузі точних і суспільних наук, які можуть проводити лише університети. Вченим потрібна міцна фінансова підтримка стану вільного підприємництва, щоб вони не були змушені попроситися зі своєю свободою внаслідок прямого контролю держави.

Чи можна взагалі навчитися підприємництву? Методи, принципи, правила, прийоми теорії і практики бізнесу підприємницької діяльності можуть вивчатися так само, як вивчаються інші академічні дисципліни (фізика, економіка, медицина, право тощо). Як і в інших спеціальностях, людина, яка отримала необхідний обсяг знань у галузі бізнесу, не стане вмілим підприємцем без досвіду.

Щодо нашої країни, то для виконання завдань у галузі менеджменту, фінансів тощо в сучасних умовах їй потрібні десятки, а може й сотні тисяч працівників світового рівня. Нині їх немає, і навряд чи найближчими роками їх з'явиться багато. Програми вищих навчальних закладів переробляються досить повільно, викладачі в них в основному дотримуються старих поглядів на практичні питання бізнесу. Навчальних посібників недостатньо. Потрібна широкомасштабна урядова програма підготовки наших ділових людей.

Академік Л. І. Абалкін справедливо зазначав, що у нас в багатомільйонній країні навряд чи набереться хоча б з десятків людей, які дійсно розбираються в банківській справі. Це саме стосується і багатьох інших спеціалістів (маркетинг, менеджмент, фінансовий менеджмент, посередництво тощо).

Які основні предмети, знання потрібні будь-яким підприємцям? Основами, без яких ні американський, ні наш підприємець не може розраховувати на успіх, є господарське і комерційне право, організаційні форми бізнесу, фінансова і кредитна справа, екаунтінг, менеджмент, маркетинг і елементи інформаційної культури. Слід зазначити, що підприємництву (історії, методам, традиціям, досвіду тощо) за кордоном приділяється багато уваги в спеціальних виданнях і журнальних статтях. Існують навіть такі журнали, як «Американське підприємництво», «Закон і бізнес», «Бізнесмен».

Що дає вивчення дисциплін з бізнесу? Передусім воно дає змогу зрозуміти складності ділового життя, без чого сьогодні в діловому світі не можна ступити і кроку. Освіта допомагає розібратися в тому, як функціонують окремо різні підрозділи в межах одного підприємства, як один вид бізнесу пов'язаний з іншими. Вивчення бізнесу розвиває допитливість, творчий підхід, які дуже знадобляться для роботи, наприклад у галузі маркетингу. Хорошим менеджером слід мати навички стратегічного мислення, систематичного аналізу. Взагалі, це досить творчі спеціалісти.

Щодо конкретної користі вивчення бізнесу як академічного предмета, то вивчення досвіду закордонних підприємств допоможе:

- краще уявити можливості найоптимальнішого (з точки зору матеріальної винагороди) використання своєї праці;
- зробити кваліфікований вибір ділової кар'єри;
- використати американський досвід при вивченні організаційної форми своєї підприємницької діяльності в Україні;
- розпочати свою власну справу з урахуванням рекомендацій і досвіду американського бізнесу;
- більш системно, упорядковано, змістовно вести свої особисті справи;
- глибше розібратись у проблемах економічних реформ в Україні;
- зрозуміти, варто чи не варто займатися підприємництвом.

У зарубіжних країнах вважають першим завданням слухача школи бізнесу навчитись управляти своїм часом і особистими справами так, як це робиться у справжньому бізнесі, що, по суті, є прерамбулою до практичного менеджменту. Людина, яка не вміє управляти своїми особистими справами, навряд чи зможе досягти великих успіхів на ниві підприємництва.

5.6. Що можна і чого не можна в підприємстві? Етика підприємства

Етичні критерії в бізнесі. Етика — це філософське вчення про норми і моралі. Це також система моральних і етичних норм для певних груп, професій і громад. Право — це сукупність обов'язкових правил поведінки (норм), встановлених або санкціонованих державою.

Будь-яка людська діяльність, у тому числі і підприємництво, має етичні та правові критерії й межі. Закони, що розробляє держава, дають можливість суспільству проводити в життя свою волю, яка стосується зокрема морально-етичних параметрів бізнесу.

У цьому підрозділі приділяється увага етичним і правовим питанням, пов'язаним з підприємницькою діяльністю. По-перше, бурхливий розвиток кооперативних, приватних та інших господарських підприємницьких утворень у нашій країні оголив край низькі етичні основи для бізнесу і надмірно низьку правову культуру за відсутності правових норм, без яких нормальна підприємницька діяльність не може проходити без ускладнень. По-друге, широкі контакти наших ділових людей з іноземними бізнесменами ще більше загострили ці дефіцити на фоні високих етичних стандартів цивілізованих підприємців і правової підготовки їх.

Найчастіше проблеми етичного і правового характеру виникають у підприємницькій діяльності у відносинах зі споживачами, конкурентами, партнерами, суспільством і державою.

Для чого підприємцям етика? Підприємництво, як вид діяльності, відоме давно. З давніх часів ставлення до нього було двояким. З одного боку, повага і розуміння користі для суспільства діяльності підприємливих людей у різних галузях. Проте з іншого — заздрість до їхнього успіху і добробуту, звинувачення у хитрощах, спритності, жадобі й навіть шахрайстві, властивості помічати лише те, що приносить їм прибуток. Питання про етичні й моральні межі підприємництва хвилюють суспільство ще з часів зародження цієї діяльності. У Стародавній Греції, Фінікії, Стародавньому Римі та в інших державах того часу підприємництво вважалось одним з найпрезирливіших занять. Не завжди з повагою ставилися до комерсантів і бізнесменів також на Русі. В грецькій міфології Гермес (його аналог у стародавніх римлян — Меркурій) визнавався богом-заступником комерції, атлетизму і ... злодійства. Наприкінці XVIII ст. Наполеон називав англійців лавочниками, в свою чергу, французів нерідко називали лихварями. В XIX ст. в очах багатьох європейців американці виступали як спритні, аморальні янкі-комерсанти. І тільки пізніше підприємництво дістало за кордоном визнання і повагу.

У нашій країні слова «підприємець», «ділова людина», «бізнесмен», «комерсант» все ще не мають того суспільного статусу, якого вони заслужили. До цього часу в суспільстві переважає негативне ставлення до працівників державної і особливо кооперативної торгівлі, кооператорів, взагалі до підприємливих керівників у сферах промисловості, сільського господарства, транспорту тощо. Важко позбутися свідомо сформованих за багато десятиріч пріоритетів і стереотипів, основою яких є пересічна свідомість.

У більшості західних країн ділова етика внесена до програми шкіл бізнесу, коледжів, інститутів і університетів, навчальних посібників тощо. Як у державних, так і в комерційних навчальних закладах України, включаючи школи бізнесу, приватні інститути, слід ввести спеціальні курси (рис. 5.1).



Рис. 5.1. Етичні та правові критерії підприємництва

Існує немало етичних критеріїв цивілізованого підприємництва, але особливе місце належить чесності й добропорядності у ділових відносинах. Ще О. Уайльд говорив, що спокуса найбільш розкладає мораль і культуру людини. Завдяки підприємницькій діяльності виробляється основна частина багатства багатьох країн світу, а ті підприємці, які перебувають біля джерел цього багатства, найбільше піддаються впливу спокуси. Проте, незважаючи на ці принади, чесність і порядність є невід'ємною рисою сучасного бізнесу. Без цих критеріїв у відносинах між фірмами, банками і окремими людьми цивілізоване сучасне підприємництво, основою якого є кредит, було

б неможливим. Мільйони тонн нафти і нафтопродуктів, акції та інші цінні папери на мільйони доларів, марок, ієн тощо щорічно продаються на основі усних угод без свідків. Товари на мільярди доларів продаються щорічно на основі неформальних контрактів. Більшість оптових і роздрібних фірм довіряють своїм постачальникам заповнювати супровідні документи на замовлені ними обсяги постачальних товарів за загально визнаними цінами. Принцип «гарантуємо повернення грошей у разі незадоволення клієнта» досить поширений у багатьох солідних магазинах, торговельних фірмах і виробничих корпораціях Заходу. На Русі також відомий звичай «бити по руках», що свідчило про формальне укладення угоди. Подібна практика сучасного підприємництва є наслідком тривалого процесу розвитку бізнесу, в ході якого відпрацювались найоптимальніші етичні й моральні принципи.

Підприємницька діяльність була свого роду дзеркалом суспільства. За словами одного американця, діяльність корпорації відображає мораль суспільства, в якому вона функціонує. Вона нагадує людину, тобто може бути чесною і виконувати закони, водночас може бути націленою на наживу, сумнівну з точки зору надійності й порядності, шахрайську. В нашій ще досить молодій підприємницькій діяльності вже немало випадків, коли ділові люди за багатьма етичними критеріями не є цивілізованими бізнесменами. Це шкідливо не лише для самих підприємців, а й наносить величезну шкоду ставленню суспільства до народжуваного підприємництва.

На Заході в пресі або в спеціальних ділових виданнях регулярно наводяться приклади неетичного підприємництва конкретних фірм і корпорацій, діяльність яких, не будучи порушенням закону, тим самим кваліфікується як неетична, оскільки вступає у суперечності з критеріями чесності та порядності.

Про рівень етичних критеріїв свідчать деякі запитання, які задають слухачам у школі бізнесу, зокрема, такі:

➤ чи етично, якщо лікар виписує рецепт на дорогі ліки, які можна придбати лише в аптеці, співвласником (власником) якої він є?

➤ чи етично використовувати видавцем яскраву гостросюжетну картинку на обкладинці, що привертає увагу покупців, проте не відповідає змісту?

➤ чи етично для кінозірок або спортсменів рекламувати продукцію, яку вони не носять (якщо це одяг)?

➤ чи етично обирати собі професорів, коли ви наперед знаєте, що вони некомпетентні, але водночас досить ліберальні під час прийому іспитів? (У США це питання має практичне значення, оскільки більшість студентів досить відповідально ставиться до навчання);

➤ чи етично для сенатора їздити за рахунок платників податків у Європу ніби для розслідування питань державної ваги, тоді як

реальною причиною поїздки є проведення кількох днів на курортах французької Рив'єри?

► чи етично для конгресмена голосувати за законодавство, яке сприятливе для корпорації, акціями якої він володіє?

Американські фірми і групи професійних бізнесменів розробляють власні етичні кодекси для своїх службовців.

Щодо наших перспектив, то насамперед слід переймати американський досвід для підвищення цивілізованості наших підприємців. Проте ті якості, що були властиві нашим народам (ділова кмітливність, порядність і особливо сумлінність), розвіяні вітрами перетворень після НЕПу. Академік Л. І. Абалкін зазначав, що ми досить довго боролися з інтелігентністю в усіх соціальних сферах — від землеробів до професорів, із вищесередніми здібностями і вмінням, з «нездоровими інстинктами», на яких трималося все наше життя.

Слід звернути увагу на те, що, переймаючи американський досвід підприємництва, потрібно брати до уваги не лише організаційні, фінансові, маркетингові аспекти або високу техніку менеджменту у США, а й передусім культурно-моральні й етичні стандарти. Без цього наше підприємництво матиме вигляд помурої пародії на американське.

Відносини зі споживачами. Підприємці не можуть існувати без споживачів, які витрачають величезні суми грошей на товари і послуги. У США, як і в нас, ці витрати становлять 65 % валового національного продукту. Водночас споживачі також не можуть обійтися без підприємців. В американській практиці існують два поняття, без розуміння яких нашим слухачам важко уявити, як налагоджені відносини між бізнесом і споживачами.

Це насамперед *суверенітет* споживача, який полягає у тому, що він своїм ставленням до різних товарів і послуг практично ними управляє, істотно впливає на підприємницьку систему. В умовах нашого дефіциту важко зрозуміти багато питань, пов'язаних з суверенітетом споживача.

Друге поняття — це *консьюмеризм* (від англ. — споживацтво). Термін «товариство споживачів» з'явився наприкінці 60-х років, коли президент Дж. Кеннеді звернувся з посланням до Конгресу з приводу захисту основних прав американських споживачів (права на захист від шкідливих і небезпечних товарів, права на адекватну і об'єктивну інформацію щодо продуктів і послуг — рекламу, інструкції-цінники тощо, права вибору продуктів і послуг на основі конкурентних цін, права донесення всіх скарг і побажань громадськості до державних органів).

Відносини зі службовцями. У країнах з розвинутою економікою є досить багато проблем, що виникають між підприємцями і службовцями фірми. Насамперед це незадоволення умовами праці та її оплати. Велика увага приділяється проблемам однакових можливостей на отримання роботи, просування службовими сходами тощо.

Проблема незадоволення службовців і робітників у цих країнах досить поширена. Причини найрізноманітніші: монотонність, бездумність, рутинність операцій, відчуженість робітника, проблеми мотивації тощо.

Отже, на підприємця сьогодні впливають правові та етичні норми і потреби споживачів.

Що таке Єдиний комерційний кодекс, який регулює всю підприємницьку діяльність у США?

Прийнятий у 1962 р. Єдиний комерційний кодекс становить основи господарського права в США, водночас він не є законом в загальноприйнятому розумінні, оскільки не повністю схвалений законодавчими органами всіх штатів. Кодекс складається з таких розділів: продаж, торговельні папери, банківські депозити та інкасові операції, акредитиви, комплексне відчуження майна, складські посвідчення-коносаменти, інші товаросупровідні документи, цінні папери, забезпечення угод, продаж належних платежів, договірних прав, паперів на нерухомість. Він не охоплює всіх галузей комерційного права.

Дійсно, американські закони дають простір підприємцям і бізнесменам для укладання найсміливіших і найнесподіваніших угод. Водночас є багато законів, які надають необмежені права споживачам і тримають в жорстких межах підприємців. Наприклад, будь-яка людина або фірма може звернутися до суду з позовом на підприємця, який продав неякісну продукцію або зашкодив навколишньому середовищу. Це положення, як дамоклів меч, висить над бізнесом.

5.7. Культура підприємництва

Осмислення того факту, що внутрішньофірмове середовище є синтезом різних груп — професійних, кастових, етнічних, які вносять власні своєрідні норми, цінності і зразки поведінки у становлення внутрішньокорпоративної управлінської культури, привело теоретиків західного менеджменту до усвідомлення важливості пізнання умов асиміляції різних культур, можливого культурного пристосування різних субкультур.

Довгий час економічна культура залишалася на периферії бізнесу, що не в останню чергу було зумовлено конфліктом інтересів робітників і адміністративно-управлінського апарату корпорації, нерівністю їх соціального стану і відмінністю у статусі.

Економічна культура сприймається як важливий елемент ділового життя сучасної корпорації, невід'ємна частина системи ефективного внутрішньофірмового управління. У сучасній концепції менеджменту економічна культура корпорації розглядається як вирішальний чинник формування внутрішньокорпоративного механізму прийняття рішень, середовищеутворювальна основа діяльності фірми, яка забезпечує єдність дій співробітників, контроль і стимулювання поведінки робітників фірми.

Стрімкий розвиток орендних, кооперативних, акціонерних, пайових підприємств ставить великі вимоги до етичних стандартів прошарку підприємців, що народжується. В зв'язку з цим особливо важливо критично осмислити і використати в практичній діяльності краще з того, що нагромаджено західноєвропейською, американською, японською традиціями корпоративної культури, створити на вітчизняних підприємствах такі організаційні умови, які б сприяли прийняттю цієї культури, перетворенню вільного підприємництва у сферу цивілізованого бізнесу.

Виділяють такі організаційні культури: бюрократичні і підтримувальні інноваційні; функціональні і дисфункціональні; сильні і слабкі; формалізовані і неформалізовані; регульовані і нерегульовані; загальні і субкультури частин фірми; виявлені і приховані. Залежно від особливостей організації, утвореного в ній стилю управління, той чи інший тип корпоративної культури формує певну поведінку робітників, їх ціннісну орієнтацію та переконання, стимулює залучення персоналу до спільної діяльності.

Організаційна культура японських, американських і західноєвропейських компаній, незважаючи на активні інтеграційні процеси останнього часу, має низку особливостей, пов'язаних з національними традиціями, політичним устроєм, вірою тощо. Вони утворюють своєрідний комплекс думок, переконань, еталонів поведінки, настрою, символів, способів ведення бізнесу і створюють неповторний образ компанії.

Якщо організацію (фірму) розглядати як сукупність двох чисельностей — ролей, виконання яких необхідне для функціонування організації, і людей — членів організації, то для японських корпорацій характерна пріоритетність чисельності людей. Іншими словами, при здійсненні кадрової політики японські керівники спочатку формують штат організації, а потім визначають коло функцій, які можуть забезпечити ці люди.

В американських організаціях персонал — групи різних рівнів — формується на контрактній основі. Члени групи підбираються відповідно до професійної компетентності, а не на основі персональних зв'язків, і єдність груп забезпечується через систему взаємовідносин типу «контракт», при яких кожний, хто входить до її складу, укладає строковий договір, що чітко визначає його права і обов'язки у межах певного колективу.

Розглядаючи японське підприємство як соціальну групу, можна виділити таку його специфічну рису. Значне місце належить формуванню у співробітників установки на підприємство як на сім'ю. Ця установка культивується через посилення інтеграції приватного життя співробітників з підприємством. Підприємство не тільки використовує працю персоналу, а й підпорядковує корпоративним цілям його особисте життя, враховуючи вільний час членів сімей.

Конкурентні переваги японських фірм ґрунтуються не тільки на соціокультурній традиції, а й на активному формуванні у робітників високої трудової моралі і вдосконаленні їхньої кваліфікації. Участь в інноваційному процесі потребує від працівника нових технічних знань, здібностей, детального аналізу проблем, що виникають у виробництві.

Що ж до трудових відносин, то на японських фірмах культивується система «найму на все життя». Шведська модель цих відносин хоч і належить до європейської культурної тенденції, проте також виходить із принципу підтримки стабільної зайнятості, що наближає її до японської установки на високу зайнятість персоналу, незважаючи на істотні відмінності в методах її підтримки.

На межі 80-х років феномен організаційної культури опинився в центрі уваги американських спеціалістів і підприємців. На їхню думку, найбільший успіх у 90-х роках мав сприяти корпораціям, які можна назвати «навчальними організаціями». Йшлося про підприємства, що постійно пристосовуються до змінної реальності, співробітники яких можуть самостійно мислити, визначати проблеми і шукати шляхи їх вирішення. Керівники таких підприємств повинні організувати роботу так, щоб кожний співробітник мав змогу приймати оперативні рішення з поточних проблем. Водночас, чим більше делегується повноважень, тим істотніша необхідність сильної культури підприємництва.

Для підтримки і розвитку культури підприємницької діяльності корпорації направляються багатомільярдні інвестиції. Так, у 1993 р. американські корпорації витратили майже 8 млрд доларів на програми впливу на мислення персоналу, використовуються при цьому нетрадиційні форми такого впливу (гіпноз, медитація, психологічне розвантаження тощо). У цій галузі діють сотні консультативних фірм. В усіх ділових журналах містяться рубрики, присвячені пи-

танням культури підприємництва, курси організаційної культури введено практично в усіх школах бізнесу.

Велика роль у формуванні культури підприємництва належить лідерам. Більшість керівників компаній стоять у витоків корпоративної культури, втілюють морально-етичні цінності корпорації. Успіх своєї діяльності Дж. Уелч — голова ради директорів компанії «Дженерал електрик», пов'язує з щоденним дотриманням шести правил. Серед них: реальність така, якою вона є, а не якою була і якою вам хочеться її бачити; будь чесним і відвертим з усіма; будь лідером, а не менеджером; змінюйся так, як цього вимагатимуть обставини; якщо немає ринкових чинників успіху, не вступай у боротьбу за ринок; керуй своєю долею — або це за тебе зробить хтось інший.

У кожній країні спостерігаються відмінності у вимогах до вищих керівників корпорацій. В англійських фірмах головне — здатність менеджера працювати з великою кількістю людей; в американських — до менеджера ставляться вимоги високої самодисципліни, підвищеної працездатності, готовності взяти на себе персональну відповідальність; в Японії — важливо вміти бути координатором, а не розпорядником у процесі прийняття рішень.

Зразкові компанії в США, приділяючи увагу підготовці й ефективному використанню вищих керівників, одночасно розглядають саме рядовий персонал як головне джерело досягнення успіхів у галузі якості і продуктивності. Кожний працівник ціниться як потенційний носій ідей, а не просто як діюча пара робочих рук.

6.

Ринкове середовище в агропромисловій сфері, його вивчення і прогнозування

- *Сутність маркетингових досліджень, їх типи і методи проведення*
- *Сегментація ринку і позиціонування товарів*
- *Розроблення плану маркетингу в системі підприємства*

6.1. Сутність маркетингових досліджень, їх типи і методи проведення

Вивчення досвіду розвинених країн засвідчує, що важливим інструментом розвитку підприємництва є ефективна організація маркетингової діяльності на всіх рівнях управління.

З посиленням конкурентного середовища інтерес до маркетингу, як філософії та інструментарію підприємництва, постійно зростає і в нашій країні. В промислових і деяких сільськогосподарських підприємствах створено та успішно функціонують служби маркетингу. Аналізуючи процес становлення та розвитку маркетингу в аграрному секторі, слід зазначити, що на його шляху постають певні труднощі. Вони пов'язані насамперед з відсутністю достатньої кількості спеціалістів, які б полегшили вирішення цих проблем.

Особливе місце в сучасній концепції маркетингу належить маркетинговим дослідженням, завдання яких полягає у збиранні, аналізі та інтерпретації інформації для прийняття маркетингових рішень (щодо вибору ринку, виду діяльності, товарного асортименту і послуг), з метою ефективного задоволення потреб споживачів та отримання прибутку. Іншими словами, маркетингові дослідження пов'язують споживача і громадськість з виробником та продавцем через інформацію, що використовується для виявлення і визначення сприятливих можливостей і проблем; зниження ризику в підприємницькій діяльності й зростанні якості вирі-

шуваних завдань; планування, вдосконалення і оцінювання заходів маркетингу; здійснення моніторингу маркетингової діяльності; розуміння шляхів підвищення ефективності специфічних заходів маркетингу; реалізації маркетингу як єдиного процесу.

За умов розвитку структур малого та середнього бізнесу в агропромисловій сфері, для проведення маркетингових досліджень найсприятливішою є змішана форма, коли підприємство використовує власні сили і залучає до співпраці зовнішніх виконавців. Це надає дослідженням такі переваги: зниження витрат на дослідження; скорочення термінів проведення; забезпечення якості роботи; одержання лише необхідної інформації тощо.

Нині існують такі типи зовнішніх виконавців: спеціалізовані організації з проведення маркетингових досліджень (повний набір або обмежений набір послуг); рекламні агентства; незалежні консультанти; інформаційні брокери. Використовуючи роботу незалежних структур, особливу увагу слід звертати на спеціалізацію виконавця, досвід роботи у певній сфері, кваліфікацію клієнтів, технічну оснащеність, кадрове забезпечення, терміни виконання, вартість послуг.

Постачання даних, необхідних для проведення маркетингових досліджень, забезпечує маркетингова інформаційна система, яка об'єднує персонал, обладнання і методи збирання, опрацювання, аналізу, оцінювання й розповсюдження інформації (актуальної, своєчасної і точної) для використання її в сфері маркетингу, з метою планування, втілення в життя і контролю ефективності здійснюваних маркетингових заходів. Інформаційна маркетингова система трансформує дані, отримані з внутрішніх і зовнішніх джерел, в інформацію, необхідну для служби маркетингу та інших функціональних підрозділів підприємства. Вона спрямована на виявлення додаткових можливостей і проблем, що виникають при їх здійсненні, аналізі заходів маркетингової діяльності й оцінюванні виконання планів реалізації стратегії маркетингового управління.

Проектування маркетингової інформаційної системи включає вивчення умов організації маркетингу на підприємстві, розподілу завдань, прав і відповідальності серед персоналу управління, розроблення плану дослідження та його проведення, відповідне формування отриманих результатів.

Для проведення відповідного маркетингового дослідження потрібна насамперед певна методика. Існує загальна методика проведення маркетингових досліджень, а конкретної для кожного типу ринку, товару, конкурентів, споживачів чи процесу збуту продукції не існує. І взагалі, маркетинг має справу з поведінкою людей, а не з технічними явищами, у сфері маркетингу ніколи нічого не повторюється. Загальні правила є вимогою ефективного маркетингу. Саме тому маркетингові дослідження слід розглядати насамперед як діагностування, а не розроблення відповідної теорії.

Загальна методика проведення маркетингових досліджень передбачає наявність двох взаємопов'язаних частин: по-перше, дослідження зовнішнього середовища, що не підлягає регулюванню керівником підприємства, тому для успішного функціонування потрібно пристосовуватися до нього; по-друге, аналіз внутрішніх складових підприємства, що перебувають під контролем управлінського персоналу і відображують здатність підприємства своєчасно реагувати на зміни у навколишньому середовищі.

Маркетингове дослідження внутрішнього середовища ґрунтується на системі обліку руху матеріальних і фінансових засобів та вивчає внутрішній стан підприємства і підприємця, зокрема: загальні положення, маркетинг, виробництво, фінансовий стан, кадрове забезпечення, управлінський персонал, збут, наявний потенціал.

У процесі маркетингових досліджень аналізують два типи зовнішнього середовища та їхні чинники:

- макромаркетингового середовища — політичні, правові, економічні, соціальні та демографічні, технологічні, міжнародні;
- мікромаркетингового середовища — ринки, конкуренти, споживачі, постачальники, діяльність урядових установ.

Процес проведення маркетингових досліджень поділяється на кілька етапів.

1. Формування задуму дослідження.
 - 1.1. Визначення проблеми.
 - 1.2. Постановка мети.
2. Планування маркетингового дослідження.
 - 2.1. Визначення робочого інструментарію.
 - 2.2. Розроблення процесу збирання даних.
3. Аналіз і прогнозування даних.
4. Оформлення звіту про дослідження.

Кожний етап процесу маркетингових досліджень потребує постановки питань та отримання на них повноцінної, правдивої та своєчасної відповіді.

Визначення проблеми. На цьому етапі першочерговим є усвідомлення проблеми, яка потребує певного вирішення, ідентифікація її та висунення припущень. У практичній діяльності керівництво підприємства чи підприємець досить часто ототожнює проблему з її наслідками. Зниження, наприклад, прибутку чи об'єму реалізації продукції — це проблема, що є наслідком дії сукупності певних чинників. Саме тому маркетингові дослідження проводять насамперед для отримання інформації, якої не вистачає, або додаткової інформації відносно маркетингових зусиль щодо вирішення проблем господарської діяльності, враховуючи зовнішні та внутрішні чинники. Труднощі можуть виникати через велику кількість припущень, що пояснюють наявну проблему.

Постановка мети. Слід чітко усвідомити, що саме є метою підприємства і маркетингових досліджень. Цілі маркетингових досліджень потрібно формувати, насамперед, виходячи з поставленої проблеми. Вони мають бути конкретними і давати змогу збирати тільки необхідну інформацію для вирішення наявної проблеми. Чітко визначена мета дослідження, пов'язана з проблемами підприємства, збільшує ймовірність прийняття конкретних заходів щодо вирішення проблеми. Нечітко сформульовані цілі призводять до зайвих грошових витрат і втрати часу.

Потрібно також визначитися, з яких джерел буде взято інформацію, необхідні ресурси для проведення цього дослідження, зміст плану маркетингового дослідження.

Визначення робочого інструментарію. Цей етап передбачає визначення системи показників та інформації, необхідних для маркетингового дослідження, методів і способів збирання первинних і вторинних даних, методів обробки та аналізу отриманих даних.

Розроблення процесу збирання даних. Прийняття рішення щодо проведення маркетингового дослідження ґрунтується на порівнянні цінності отриманої в процесі маркетингового дослідження інформації і витрат на її отримання. Залежно від потреби та етапів проведення дослідження виділяють три типи маркетингових досліджень:

1. Описово-аналітичний — дає змогу проаналізувати вплив чинників мікро- і макромаркетингового середовища та інші проблеми.

2. Дослідницький підхід використовується за умови недостатньої кількості попередніх даних, відсутності гіпотези та існування потреби усвідомити сутність проблеми, визначити можливі напрямки її вирішення.

3. Причинно-наслідковий підхід допомагає вивчити кількісний вплив однієї змінної на іншу.

Крім того, залежно від процесу отримання інформації маркетингові дослідження поділяють на кабінетні і польові.

Кабінетні дослідження виконуються на основі вторинних даних, отриманих з офіційних друкованих джерел інформації, за допомогою методів економічного аналізу в поєднанні з елементами економірії і математичної статистики. При проведенні цього виду дослідження передбачається отримати загальне уявлення про кон'юнктуру ринку, тенденції, місткість, доступність, дії конкурентів тощо.

Багато досліджень починається саме з кабінетних досліджень, що дає змогу заощадити фінанси та час, крім того, їх легко проводити. Інформацію щодо стану ринку, галузей виробництва, обсягів та тенденцій розвитку можна легко отримати з різних довідників, галузевих і статистичних видань.

Польові дослідження ґрунтуються на збиранні первинної інформації, насамперед щодо структури ринку, поведінки споживачів та стану попиту на продукцію підприємства, у певний проміжок часу

та певному місці. Такі дослідження проводять опитуванням, спостереженнями, експериментально. Вони дають змогу ознайомитися з конкретними потребами ринку, торговельними звичаями, методами збуту, поведінкою споживачів, цінами. Польові дослідження є найскладнішими і найдорожчими, хоча й забезпечують збирання необхідної достовірної інформації.

Опитування є найдавнішим методом збирання первинної інформації, який можна класифікувати на особисті опитування, телефонні опитування та письмове анкетування.

Під час проведення *особистого опитування* опитувач зустрічається з респондентом віч-на-віч, що забезпечує отримання значного обсягу інформації і, як правило, проводиться на робочому місці, вдома у респондента, на вулиці чи в магазині. Респонденти, відповідаючи на поставлені запитання, описують власну поведінку чи поведінку організації. Розрізняють такі особисті опитування: а) індивідуальні глибокі інтерв'ю, триваліші за часом, запитання менш структуровані, береться невелика кількість респондентів; б) групові дискусії, або панельні дослідження (фокус-група), проводяться в певному оточенні, спрямовані на формування довіри клієнтів, виявлення проблеми та шляхи її усунення; в) експертні оцінки, що використовуються для швидкого отримання даних щодо певних подій та процесів їх розвитку, виявлення сильних і слабких сторін підприємства тощо.

В епоху швидкого розвитку науки і техніки широко застосовується *телефонне опитування* респондентів, яке забезпечує економію коштів, часу та практичність. Недоліком його є, зокрема, обмеження кількості поставлених запитань, відсутність візуального зв'язку.

Для опитування великої кількості респондентів використовують *письмове анкетування*, що є порівняно недорогим способом отримання інформації. Анкети розсилаються респондентам поштою з проханням відповісти на поставлені запитання та відіслати анкети за зазначеною адресою. Недоліками такого опитування є незначна кількість повернутих анкет та певні витрати часу на їхнє опрацювання.

Щоб підвищити віддачу від опитування, часто комбінують усне опитування з телефонним чи поштовим. Наприклад, опитувач телефонує респондентові й домовляється про зустріч або повідомляє про відіслану анкету.

Проводячи опитування респондентів, дослідник використовує анкету, яка має вигляд певного формуляра і виконує такі функції: полегшує проведення опитування, дисциплінує опитувача; є підказкою для дослідника, полегшує фіксацію отриманих даних, зацікавлює респондента опитуванням. Відповіді на запитання можуть бути довільної форми або кодованими. Залежно від форми запитання-відповіді розрізняють: *відкриті запитання*, на які респондент має право вільно формулювати відповіді і які опитувач фіксує дослівно; *закриті запитання*, що передбачають наявність кількох варіантів

відповідей на кожне запитання. Анкета містить вступну частину (звернення до респондента), основну частину, в якій формулюються запитання в певній послідовності, та заключну частину, де зазначаються відомості про респондента.

Спостереження як один з методів збирання первинної інформації є відносно простим і ґрунтується на реальній фіксації спостерігачем ситуації або певних процесів, не вступаючи в контакт з об'єктом спостереження і не впливаючи на нього.

Експеримент — це формування ситуації для реалізації певного процесу з фіксуванням отриманих результатів про взаємозв'язки між змінними.

Отже, є досить багато методів збирання первинної інформації. Якому з них віддати перевагу залежить від різних чинників, у тому числі від ринку, галузі, поставленої мети, наявності коштів та запасу часу. Крім того, для забезпечення повноти та достовірності отримуваної інформації бажано було б поєднати кілька з них у межах одного дослідження.

Аналіз і прогнозування даних. Маркетингові дослідження мають спиратися на кількісні та якісні методи аналізу, які дають змогу найбільш повно визначити найважливіші параметри ринкової діяльності (попит, обсяги реалізації, ринкову частку тощо). Аналіз зібраних даних полягає в їх узагальненні визначенням тенденцій і варіацією, а також у виявленні і вимірюванні взаємозв'язків між певними показниками.

Найпоширеніші економіко-статистичні методи аналізу, що ґрунтуються на використанні комп'ютерних програм і систем статистичного аналізу: *кореляційний аналіз* дає змогу виявити і оцінити напрямок зв'язку між параметрами, що вивчаються; *регресійний аналіз* полягає в знаходженні найбільш адекватного рівняння, що описує залежність якоїсь величини від набору незалежних змінних; *дискримінантний аналіз* використовується для визначення ознак відмінності двох і більше категорій об'єктів; *факторний аналіз* дає можливість виділити систему незалежних змінних, що лежить в основі великого набору взаємопов'язаних величин; *кластерний аналіз* допомагає поділити групу об'єктів на кілька груп, за сукупністю якісних і кількісних характеристик; *аналіз багатовимірних сукупностей* призначений для наочного подання відносного положення конкуруючих товарів або марок.

У маркетинговому дослідженні найчастіше використовують два методи прогнозування: суб'єктивні методи (інтуїтивні, експертні, якісні); об'єктивні методи (кількісні).

Суб'єктивні методи.

1. Думки експертів (менеджерів, консультантів з питань маркетингу, науковців, лідерів, дистриб'юторів, працівників торговельно-

промислових асоціацій), що ґрунтуються на баченні ситуації, інтуїції, уявленнях і досвіді того, хто його формує.

2. Думки торговельних працівників щодо конкретних товарів і територій, які вони обслуговують.

3. Вивчення намірів споживачів — пряме опитування покупців про їхній настрій і плани на купівлю товару конкретної категорії упродовж певного періоду.

Об'єктивні методи.

1. Аналіз тимчасових рядів полягає у продовженні минулих тенденцій на майбутнє за припущенням, що тенденції, сила і напрям впливу причинних чинників на прогнозований показник залишатимуться такими самими, як і в минулому.

2. Метод випереджувальних індикаторів ґрунтується на аналізі часових рядів, які спрямовані в одному й тому самому напрямі, що й рівень збуту компанії, але при цьому випереджають його. Наприклад, зміни рівня доходів можуть розглядатися як індикатор змін у продажах товарів тривалого користування.

3. Методи статистичного аналізу засновані на виявленні чинників, що впливають на динаміку показника, який потрібно спрогнозувати, і визначенні функції залежності цього показника від динаміки цих чинників.

Одним з методів прогнозування є пробний маркетинг, що забезпечує прогнозування обсягів збуту нових товарів, виходу на нові ринки або використання нових каналів збуту, тобто метод випробування нових елементів комплексу маркетингу фірми.

Оформлення звіту про дослідження. Завершальним етапом маркетингового дослідження є формування висновків і пропозицій, які мають ґрунтуватися на проаналізованих даних. Звіт про проведене маркетингове дослідження містить: титульний аркуш; зміст; резюме (відбиває головну сутність звіту, забезпечує читача мінімальною інформацією для оцінювання результатів, висновків, рекомендацій); вступ (розкриває необхідність і важливість дослідження, сутність проблеми, історію проекту, цілі дослідження і гіпотези); основну частину (методологія, результати, обмеження); висновки і рекомендації; додатки.

6.2. Сегментація ринку і позиціонування товарів

В епоху становлення та розвитку підприємництва перед підприємцями малого та середнього бізнесу постають глобальні питання, зокрема: яким бізнесом займатися? який ринок освоїти? який сегмент ринку є найбільш привабливим і перспективним? який товар чи послугу запропонувати?

Відповідаючи на поставлені запитання, бізнесмени мають виходити з основного принципу маркетингу — пріоритету ринкових по-

треб, а не власних можливостей. Успіху досягне той, хто чітко усвідомить, що, по-перше, споживача не цікавить товар сам по собі, його цікавить користь, яку він принесе; по-друге, споживачу ваш товар не потрібен, йому треба вирішити свої проблеми, задовольнити власне бажання. Проте різні споживачі відрізняються один від одного своїми бажаннями, потребами, попитом, мотивацією для здійснення покупки, поведінкою тощо.

У такій ситуації успіху досягне той підприємець, який найповніше передбачить можливий розвиток подій, таким чином знизить свій ризик і забезпечить отримання прибутку. Концепція маркетингу, як нова філософія ведення бізнесу, з метою зниження ризику від неоднозначної поведінки споживачів, рекомендує здійснювати сегментацію ринку, тобто його розподіл на частини за певними ознаками. Кожний сегмент розглядається як однорідна група споживачів, що однаково реагує на певний товар і комплекс маркетингу.

Сегментація ринку проводиться за такими ознаками: характеристика споживачів і товарів, мотиви придбання, географія ринку, форми продажу, канали розподілу і т. д. Найчастіше сегментація здійснюється за кількома ознаками одночасно.

Отже, сегментація — це не надумані дії, а необхідність, спричинена умовами конкурентного середовища. Крім того, сегментація виступає «лакмусовим папірцем», що відображує економічне зростання або спад у суспільстві. За умов економічного зростання поліпшується добробут споживачів і їхні потреби зростають та ускладнюються. І навпаки, коли економічна ситуація погіршується і потреби споживачів спрощуються, сегментація згортається.

Сегментація ринку — це класифікація потенційних споживачів продукції відповідно до особливостей якісної структури їх попиту, тобто поділ на певні однорідні частини (сегменти) і розроблення для кожної з них певної програми маркетингу. Виходячи з цього, можна здійснити сегментацію ринку, використовуючи характерні особливості:

- географічні ознаки, тобто географічні особливості попиту на продукти в різних країнах, регіонах з огляду на історичні, кліматичні особливості, відносно типу населеного пункту, густоти та кількості населення тощо;
- демографічні ознаки — вік, стать, життєвий цикл та склад родин, особливі смаки залежно від національності та раси;
- соціально-економічні ознаки — рід занять, житлові умови, доходи, структуру витрат тощо;
- культурні чинники — освіта, традиції, релігія, спосіб проведення вільного часу;

➤ психографічні ознаки — соціальні групи, стиль життя, особистісні якості;

➤ параметри поведінки — ступінь потреби у продукті, привід до купівлі, ступінь випадковості купівлі, пошук переваг, статус користувача, статус лояльності, лояльність марці, ступінь готовності для здійснення покупки, емоційне ставлення до продукту, ступінь обізнаності.

Процес сегментації слід проводити за кілька етапів.

Перший етап — це початкова сегментація, коли використовуються результати маркетингових досліджень для розподілу ринків товару на сегменти, тобто однорідні групи споживачів з однаковими вимогами до товару і отримуваними вигодами, що відрізняються від інших сегментів.

Другий етап полягає у відбиранні цільових сегментів. Відбрати можна один або кілька цільових сегментів залежно від привабливості ринку, можливостей і завдань підприємця. Для ефективної сегментації слід дотримуватися таких умов:

➤ диференційована реакція — критерії сегментації мають чітко визначати відмінності між сегментами і згладжувати відмінності між споживачами всередині кожного сегмента;

➤ достатній розмір — виділений сегмент має бути достатнього розміру й існувати упродовж терміну, якого досить для покриття витрат;

➤ конкурентоспроможність — оцінюється порівняльна сила бізнесу на кожному сегменті ринку;

➤ вимірюваність — для обґрунтування умов вибору сегмента слід визначити його розмір і купівельну спроможність;

➤ доступність — можливість доступу комунікацій до відібраних сегментів.

У практичній діяльності використовують такі методи:

➤ *сегментації за перевагами*, тобто побудова моделі, що відображає поведінку споживачів;

➤ *побудови сітки сегментації* — розглядає змінні, що характеризують функції, споживачів і технології, й на основі аналізу значущості виділяють основні сегменти;

➤ *багатовимірної класифікації*, який полягає в одночасній багатовимірній класифікації ознак поведінки споживачів;

➤ *групування*, який послідовно розбиває сукупність об'єктів на певні групи за найвагомішими ознаками;

➤ *функціональних карт*, що передбачає проведення подвійної сегментації — за товаром і за споживачами.

Третім етапом, який проводиться обов'язково після сегментації ринку, є позиціонування. Для кожного сегмента слід визначити певну позицію щодо потенційних споживачів та конкурентів.

Позиціонування — це певні дії, спрямовані на формування у споживачів сприйняття певного товару відносно товарів-конкурентів.

тів за тими перевагами і вигодами, які вони можуть отримати. Процес позиціонування пов'язаний з роботою над свідомістю споживачів, визначенням їх реального ставлення до продукту і з товаром, що слід здійснити, щоб він зайняв певне місце серед товарів, яким споживачі віддають перевагу. Мета позиціонування полягає в дослідженні думки, що склалась або формується, аналізі оцінки покупців щодо товару для їх оптимізації згідно з побажаннями та вимогами споживачів і відповідно створення за допомогою конкретних маркетингових заходів такої позиції товару, яка забезпечить продукту конкурентні переваги на певному сегменті.

Позиціонування товару досить важливий момент у комерційній діяльності підприємства і його здійснюють за кілька етапів:

- вибір критеріїв позиціонування для визначення споживчих властивостей товару, співвідношення «якість — ціна», розширення кількості потенційних споживачів, підвищення престижу товару, визначення слабких сторін конкурентів;

- визначення показників, що розкривають обрані критерії, які можна визначити через опитування або тестування, роботу з фокус-групою, методом експертних оцінок тощо;

- побудова карти сприйняття на основі групи показників, що визначають його вигоди і переваги та якими керуються споживачі при виборі товару;

- перепозиціонування, що проводиться в разі нереалізованих попередніх завдань, з метою зміни позиції товару щодо товарів-конкурентів.

Під час реалізації процесу позиціонування найбільш прийнятною для застосування є стратегія диференціації товару, тобто надання йому відмінних ознак від товарів-конкурентів і пропонування їх тим споживачам, які хочуть отримати саме ці ознаки. Належним чином організоване позиціонування ринку є важливою передумовою розроблення ефективної програми комплексу та плану маркетингу в системі підприємництва.

6.3. Розроблення плану маркетингу в системі підприємництва

У будь-якій сфері й на будь-якому рівні організації та здійснення підприємницької діяльності існує потреба в підготовці та упорядкуванні певних рішень щодо цілей, засобів і заходів, які мають забезпечити виробництво потрібного асортименту, просування на ринок, цінову та комунікаційну політику для задоволення існуючих і потенційних потреб споживачів. Процес формування і реалізації таких рішень є складовою системи планування.

Система планування має важливе значення для бізнесу насамперед тому, що розглядається як процес розроблення плану постійного

і планомірного пошуку та використання нових шляхів і методів удосконалення підприємницької діяльності в ринкових умовах. Мета планування полягає у зменшенні бізнес-ризиків і концентрації зусиль та ресурсів на обраних пріоритетних напрямках діяльності.

Для організації підприємницької діяльності особливе значення мають бізнес-план і план маркетингу. Бізнес-план відображає один із важливих напрямів діяльності підприємства.

Планування маркетингу — це процес розроблення плану та вибору стратегії, який включає в себе план з кожного напрямку бізнесу, націленого на зростання обсягу продажу і максимізацію прибутку. План маркетингу є важливою складовою загального плану підприємства.

Система маркетингового планування реалізується за умови, якщо: підприємець розуміє сутність системи; відшукує засоби для інтеграції системи з іншими підрозділами підприємства; стратегічне і тактичне планування є частинами однієї системи.

Отже, планування маркетингу — це впорядкована сукупність етапів і дій, пов'язаних з ситуаційним аналізом навколишнього середовища, постановкою цілей маркетингу, здійсненням планування та реалізації плану маркетингових заходів та контролем за виконанням плану маркетингу. Він ґрунтується на поточних і перспективних цілях бізнесу, на аналізі ситуаційної поведінки.

Для виявлення перспективних напрямів розвитку підприємства на ринку здійснюється аналіз маркетингових можливостей за допомогою ситуаційного аналізу, STEP-, SWOT- та GAP-аналізу.

Сутність ситуаційного аналізу полягає в послідовному вивченні елементів внутрішньої та зовнішньої сфер маркетингу, і оцінці їх впливу на маркетингові можливості підприємства (табл. 6.1).

Таблиця 6.1. Сфери мікрмаркетингового середовища

Зовнішня сфера	Внутрішня сфера	
	Система	Комплекс
Ринки	Організація	Продукт
Споживачі	Інформація	Ціна
Конкуренти	Аналіз	Просування
Посередники	Планування	Розподіл
Постачальники	Контроль	

STEP-аналіз є методикою аналізу правових, економічних, політичних, соціально-демографічних, екологічних і технологічних чинників макрмаркетингового середовища. Аналіз цих чинників

потребує постійного відслідковування важливих для підприємства і бізнесу змін і нововведень у зовнішньому середовищі.

SWOT-аналіз передбачає глибокий та детальний аналіз сильних і слабких сторін внутрішнього та можливостей і небезпек зовнішнього маркетингового середовища. Аналіз сильних і слабких сторін дає можливість оцінити сучасний стан підприємства і його можливості щодо ринку, показує, які сфери діяльності і функції підприємства є сильними, а які потребують удосконалення. Аналіз можливостей і небезпек дає змогу відслідковувати і передбачати сприятливі й несприятливі умови зовнішнього середовища з метою пристосування до них можливостей підприємства. За методикою І. Ансоффа, сприйняття підприємством сильних і слабких сигналів зовнішнього середовища є класичним прикладом SWOT-аналізу.

GAP-аналіз передбачає дослідження стратегічного розриву, що існує між реальним і бажаним в діяльності підприємства. Реальність — це те, чого підприємство досягло за певних умов, а бажане — те, чого воно хоче досягти в своєму розвитку.

Для розроблення стратегії маркетингу використовують портфельний аналіз (метод Бостонської консалтингової групи, метод Маккінзі), матрицю Ансоффа, модель Портера. Стратегічне планування спрямоване на формування стратегічного мислення, усвідомлення проблеми та її вирішення в майбутньому, для забезпечення розвитку підприємства.

Проаналізувавши існуючу ситуацію, підприємець, ґрунтуючись на реальних даних, має можливість сформулювати маркетингові цілі подальшого розвитку бізнесу. Слід пам'ятати, що вони мають відповідати загальним корпоративним цілям і бути доступними, гнучкими, вимірюваними, конкретними, сумісними, динамічними.

Для досягнення маркетингових цілей розробляється план маркетингових заходів, які слід провести на цільовому ринку. План охоплює комплекс маркетингу. Маркетингова програма дій розглядається як план впливу на цільових споживачів та передбачає назви заходів, терміни їх проведення, відповідальність за виконання, сукупні витрати, бажані результати тощо.

Контроль за виконанням плану маркетингу є одним із важливих моментів, який здійснюється на різних етапах за допомогою контрольно-аналітичної системи. Його завдання спрямоване на виконання дій, пов'язаних з реалізацією поставлених маркетингових та загальних корпоративних цілей. Функції контролю здійснюються на різних рівнях управління підприємством і призначені для досягнення скоординованих дій виконавців і оцінювання виконання заходів, передбачених планом маркетингу.

7.

Відкриття власної справи на селі

- **Мотиваційна модель підприємництва**
- **Етапи і складові підприємницької діяльності**
- **Організаційно-підготовчі заходи і підготовка до реєстрації**
- **Державна реєстрація суб'єктів підприємництва**
- **Післяреєстраційне оформлення суб'єкта підприємницької діяльності**
- **Порядок формування статутного фонду**
- **Ліцензування підприємницької діяльності**
- **Ліквідація та санація підприємницьких структур**

Створення власної справи є результатом роздумів і готовності до цього потенційного засновника, його рішення та певних практичних дій.

Роздуми засновника полягають у його самооцінці власних можливостей та можливостей, що створює ринкове середовище, і осмисленні можливого способу перетворення цих можливостей на конкретну справу.

Готовність засновника є дуже складним і комплексним поняттям, і чи не найважливішу роль у ній відіграє наявність своєрідного «підприємницького духу». Хоча важливе значення мають також фахова підготовка і обізнаність з базовими економічними знаннями претендента—підприємця, його життєва позиція і, зрештою, здоров'я та підтримка членів сім'ї.

Попри все при започаткуванні підприємницької діяльності не уникнути багатьох складних, інколи досить заплутаних, бюрократичних процедур, спричинених потребою належного організаційного оформлення. Підприємець має привчити себе завжди уважно і виважено працювати з документами, виконувати всі, навіть на перший погляд безглузді, вимоги законодавства.

7.1. Мотиваційна модель підприємництва

Підприємницька діяльність має складну, інколи суперечливу мотиваційну природу. Суб'єктами підприємництва можуть бути юридичні та фізичні особи, проте конкретними генераторами, виконавцями та реалізаторами підприємницької діяльності є лю-

ди. Тому поряд із дією економічних законів у підприємницькій діяльності відчувається значний вплив людського чинника.

Чимало дослідників розробили свої концепції та системи людських характеристик, необхідних для досягнення успіху в підприємстві. Однак будь-які з цих умов не можна вважати «достатніми або необхідними». Підприємець має шанси досягти успіху, якщо в ньому поєднуються позитивні фахові, організаційні, психологічно-вольові характеристики та наявність своєрідного «підприємницького духу» (за В. Зомбартом і М. Вебером).

Основні вимоги до фахової підготовки підприємця.

► високий рівень освіти, добрі показники успішності з основних дисциплін;

► глибокі знання з основної спеціальності та обізнаність у різних галузях, значний рівень інтелекту;

► високий рівень орієнтації в економіці, менеджменті та маркетингу, обліку і податковій системі;

► систематична самоосвіта;

► поєднання освіти з практичним досвідом роботи.

Основні організаційні характеристики підприємців:

► комунікабельність;

► самоорганізація;

► чіткість і прогнозованість поведінки;

► ранжування потреб і запитів за пріоритетами.

Основні психологічно-вольові характеристики підприємців:

► сила волі та авторитаризм, лідерство;

► ініціативність і рішучість;

► розвинене почуття «передбачення» і передчуття;

► особливий погляд та критичний склад розуму;

► здатність впливати на людей і не піддаватись впливам інших.

Рушійною силою підприємницької діяльності особи є мотивація. Мотивація до підприємництва має складний і комплексний характер. Основою мотиваційної поведінки найчастіше є гроші у вигляді прибутків. Однак природа мотивації завжди набагато ширша та багатовимірніша.

Основні чинники мотивації до підприємництва (за матеріалами спеціального опитування підприємців Львівщини):

► гроші та прибутки;

► прагнення до незалежності;

► матеріальний достаток;

► небажання працювати за наймом;

► прагнення до самооцінки;

► незадоволення із суспільної позиції;

- нездатність до рутинної роботи;
- сімейні та родинні традиції;
- непередбачені обставини;
- приклад друзів;
- заздрощі;
- безробіття;
- оригінальні ідеї та винаходи;
- наявність вільних фінансів;
- бажання згуртувати «команду» однодумців;
- прагнення до самовиявлення;
- сімейні конфлікти;
- егоїзм;
- «пошук себе»;
- політичні інтереси;
- моральне задоволення;
- прагнення бути серед «своїх» (ангіляція);
- безвихідь;
- суспільний тиск.

Підприємницька мотивація є дуже сильною та комплексною, тому більшість економічно орієнтованих підприємств стимулює входження менеджерів у склад засновників цих підприємств. Подібну норму запроваджено у вітчизняній практиці — керівництво реформованих підприємств має пріоритетне та фіксоване право на частину акцій або інших цінних паперів новостворюваних господарських товариств.

В основі підприємницької мотивації є прагнення отримати прибутки. Проте в умовах ринкової економіки та правової держави це прагнення може реалізуватись лише через задоволення потреб споживачів.

Підприємницька діяльність ґрунтується крім підприємницької мотивації ще й на споживацькій мотивації. Споживацька мотивація заснована на потребах людей. Ці потреби перебувають у певній ієрархії (рис. 7.1).

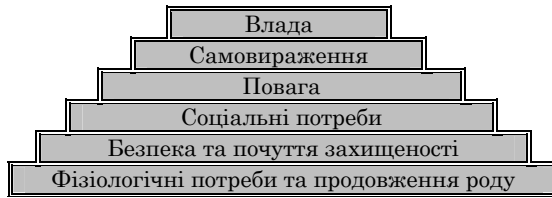


Рис. 7.1. Класифікація потреб (за П. Маслоу)

Орієнтовно процес реалізації мотивації в реальну підприємницьку діяльність можна показати у вигляді крокової схеми (рис. 7.2).

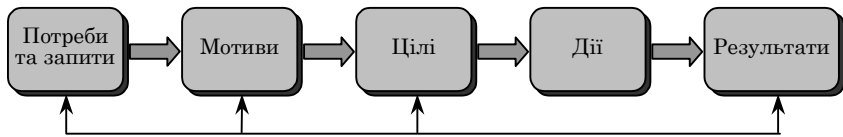


Рис. 7.2 Крокова схема трансформації потреб і запитів підприємців у мотивацію та реальну діяльність

7.2. Етапи і складові підприємницької діяльності

Як і продукт підприємництва, будь-яка підприємницька діяльність та підприємницькі структури проходять у своєму розвитку певні етапи, які формують історичний розвиток суб'єкта підприємництва. Сукупність етапів розвитку суб'єкта підприємництва називають «життєвим циклом» підприємництва (рис. 7.3).

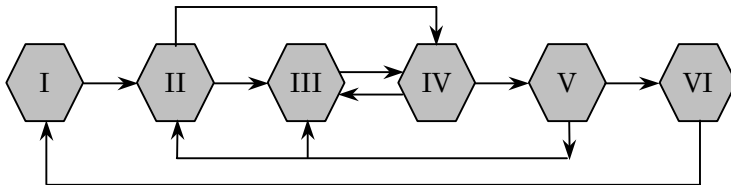


Рис. 7.3. «Життєвий цикл» підприємництва

Основні етапи підприємницької діяльності такі:

- організаційно-підготовчий (I);
- зародження та становлення (II);
- розвиток та поглиблення діяльності (III);

- стагнація (відсутність зростання) (IV);
- занепад підприємства (V);
- ліквідація і припинення існування (VI).

Для конкретного суб'єкта підприємництва не всі етапи «життєвого циклу» є обов'язковими. Деяких вдається уникнути (наприклад, стагнації або занепаду), деякі етапи можуть періодично повторюватися (наприклад, стагнація та період розвитку). За характером і періодичністю проходження етапів визначають *схему еволюції підприємства*.

Виділяють такі схеми еволюції підприємництва:

- повний цикл (I – VI);
- неповний замкнений (I – II – III – V);
- періодичний (I – II – III – IV – III ...);
- інші (різні варіанти).

Кожний етап розвитку підприємництва потребує своєї тактики, господарської та маркетингової поведінки, залучення виробничих і фінансових ресурсів тощо.

Суб'єкт підприємництва може обрати одну з трьох базових стратегій розвитку:

- стратегію виживання;
- стратегію стійкого розвитку;
- стратегію зростання.

Усі етапи «життєвого циклу» підприємництва однаково важливі й потребують специфічних підходів. Нехтування будь-яким етапом або його особливостями може спричинити значні матеріальні втрати і дестабілізацію підприємницької діяльності.

7.3. Організаційно-підготовчі заходи і підготовка до реєстрації

Створенню підприємства та започаткуванню підприємницької діяльності завжди передують *організаційно-підготовчі заходи*. Головне завдання цього етапу — підготувати нормативну базу для реєстрації суб'єкта підприємництва та опрацювати загальну модель його діяльності.

Основні організаційно-підготовчі заходи такі:

- вироблення підприємницької ідеї (наміру);
- опрацювання та експертне оцінювання підприємницької ідеї;
- підбір (уявний) складових підприємництва (люди, продукт, ринок, фінанси, партнери тощо);

- розроблення установчих документів та державна реєстрація;
- розроблення бізнес-плану або іншого плану діяльності та способів (варіантів) реалізації їх.

Вироблення підприємницької ідеї (наміру) передбачає уявні дії та способи реалізації підприємництва. Підприємець формує ідею, намір, уявлення про майбутню підприємницьку діяльність.

Для опрацювання підприємницької ідеї найбільше підходить метод «*мозкової атаки*», при якому всі думки, навіть на перший погляд безглузді та абсурдні, мають бути вислухані, записані та розглянуті, а критика недопустима. З іншого боку, навіть дуже вдала ідея має пройти своєрідну експертизу і самооцінку. Адже якщо підприємницька ідея не підтвердиться на практиці, то підприємець зазнає великих збитків.

Опрацювання та експертне оцінювання підприємницької ідеї можуть бути здійснені:

- на офіційному рівні, із залученням спеціалізованих фірм та експертів;
- на рівні внутрішніх дискусій і контактів;
- внаслідок самоосмислення та критичного самоаналізу.

Під час експертизи на цьому етапі мають всіляко заохочуватися критика та конструктивізм. Коли підприємницька ідея пройшла експертизу та набула певних конкретних обрисів, потрібно визначитись, якими ресурсами вона реалізовуватиметься на практиці. Йдеться про так званий підбір складових підприємництва.

Деякі дослідники вважають, що підбір складових доцільно розглядати в розрізі таких основних рубрик:

- персонал;
- продукт підприємництва;
- середовище;
- фінанси.

Підбір складових підприємництва (особливо в індивідуальному підприємстві) часто буває підсвідомим, без чіткого усвідомлення цього процесу. Він враховує:

- оцінювання продукту підприємництва, його характеристик та перспективності;
- підбір персоналу (у тому числі керівника-менеджера);
- оцінювання реакції середовища на створення підприємства і появи на ринку продукту підприємництва;
- маркетингове оцінювання підприємницького середовища;
- оцінювання власних і залучених фінансових можливостей;
- вибір організаційної форми підприємства;
- визначення місця локалізації підприємства і його підрозділів;
- пробні контакти із замовниками (споживачами), партнерами.

Одночасно з підбором складових підприємництва розробляються і апробуються установчі та реєстраційні документи.

Розроблення установчих документів, на перший погляд, не є відповідальним моментом. Адже в розумінні широкого загалу в документи завжди можна внести зміни, доповнення. Однак це пов'язано із складними бюрократичними процедурами, інколи досить тривалими і складними, дезорієнтацією підприємства від конфліктів та непередуманих записів.

Невдало опрацьовані установчі документи можуть ускладнити, інколи унеможливити діяльність підприємства, породити безліч абсолютно непотрібних проблем, необґрунтованих витрат, навіть спричинити ліквідацію підприємства або його банкрутство. Недосконало опрацьованими документами завжди спробують скористатися несумлінні працівники, конкуренти, любителі легкої наживи.

Зрештою, внесення будь-яких змін в установчі та реєстраційні документи коштуватиме не менш як 35,70 грн і чимало витрачених часу й енергії.

Особливу увагу надають підготовці установчого договору та статуту, які є своєрідною «внутрішньою конституцією» юридичної особи.

Для реєстрації готують п'ять примірників статуту (власне для реєстрації — два оригінали і одну нотаріально завірнену копію) і три примірники установчого договору (два оригінали і одну копію).

Установчі документи виконуються українською мовою, детально вивіряються і зшиваються у вигляді окремого зошита. Всі оригінали та копії повинні мати однакове виконання і оформлення.

Досить часто засновники нової юридичної особи досконало опрацьовують статут, але поверхово ставляться до підготовки установчого договору. Тим більше, що вимоги щодо статуту детально визначені Законом України «Про підприємства в Україні», а вимоги щодо установчого договору не деталізовано. Проте установчий договір (угода) діє до реєстрації та після зняття з реєстрації підприємства, а також регламентує питання, які не висвітлюються у статуті.

У статуті слід передбачити такі розділи:

- загальні положення;
- мета та завдання діяльності;
- функції та види діяльності;
- утворення і використання коштів і майна підприємства;
- управління;
- засновники, їхні права та обов'язки;
- звітність та контроль;
- створення та використання фондів;

- виробнича, комерційна та зовнішньоекономічна діяльність;
- повноваження трудового колективу;
- реорганізація і ліквідація.

На особливу увагу в статуті заслуговують такі питання:

- детальний опис власників і засновників із зазначенням їх юридичної адреси або паспортних даних;
- опис можливих видів діяльності, навіть — потенційних (наступні записи потребуватимуть внесення змін у реєстраційні документи);
- опис юридичного статусу підприємства та питань, пов'язаних з реєстрацією прав власності (записи, цінні папери, незалежний реєстратор, емісії тощо);
- поділ майна і активів на власні і такі, що перебувають у тимчасовому використанні, повноваження щодо набуття або продажу майна, розподіл прибутків і збитків;
- детальний опис органів управління і їхня компетенції. Компетенція органів управління не повинна дублюватись. Порядок призначення керівника, бухгалтера. Контрольні або ревізійні органи, їхні права та зобов'язання;
- трудові відносини і їх регламентація, повноваження трудового колективу і ради підприємства, профспілкової організації;
- порядок внесення змін до статуту.

Приватні підприємства, в тому числі селянські (фермерські) господарства, можуть не укладати установчий договір.

В установчому договорі передбачають такі розділи:

1. Предмет угоди засновників:

- термін дії та мета створення підприємства;
- дочірні підприємства, філіали, представництва, участь в об'єднаннях;
- права засновників із зазначенням їх участі в управлінні, контролі, розподілі прибутків, отриманні інформації;
- обов'язки та взаємні зобов'язання засновників.

2. Внески засновників у статутний фонд і порядок його формування:

- розмір та порядок зміни розміру статутного фонду;
- фонди підприємства та розмір відрахувань у них. Обов'язково створюється резервний фонд у розмірі не менше ніж 25 % розміру статутного фонду;
- порядок розподілу прибутків та інших ресурсів;
- порядок реорганізації, ліквідації та розподіл майна і коштів при цьому;
- органи управління та їх компетенція, представництво інтересів засновників.

Розроблення установчих документів передбачає:

- консультації з юристом, іншими підприємцями, які працюють у подібній сфері;
- з'ясування порядку реєстрації відповідного підприємства, кошторису витрат на це та переліку необхідних документів;
- розроблення установчих документів, їх погодження з юристом, майбутнім керівництвом, засновниками;
- державну реєстрацію;
- наступне післяреєстраційне оформлення в інших органах державної влади згідно з вимогами закону.

7.4. Державна реєстрація суб'єктів підприємництва

Державна реєстрація підприємницької діяльності здійснюється у виконавчому комітеті міської, районної ради в місті або в районній державній адміністрації (далі — органи державної реєстрації) за місцезнаходженням або місцем проживання певного суб'єкта підприємництва, якщо інше не передбачене чинним законодавством. Під **суб'єктом підприємництва** слід розуміти юридичну або фізичну особу, яка має намір здійснювати підприємницьку діяльність та пройшла відповідну процедуру реєстрації.

Схема реєстрації суб'єктів підприємництва має деякі особливості при реєстрації різного типу підприємств або підприємництва без створення юридичної особи. Офіційно процедура реєстрації досить проста і «прозора», однак практика засвідчує протилежне.

Для **державної реєстрації юридичної особи** (підприємства) в орган реєстрації подаються такі документи (рис. 7.4):

- рішення власника (власників) майна або уповноважених осіб про створення підприємства (крім приватного підприємства). Якщо власників кілька, то таким рішенням може бути установчий договір або протокол установчих зборів за завіреними підписами голови і секретаря зборів. Для приватних підприємств і селянських (фермерських) господарств таке рішення не потрібне, ним є сама заява про реєстрацію;
- статут (якщо це потрібно для оформлення конкретної організаційної форми підприємництва);
- реєстраційна картка встановленого зразка (вона одночасно є заявою про державну реєстрацію);
- документ про сплату встановленої законом частки (внеску) статутного фонду в розмірі, визначеному законом (наприклад, для акціонерних товариств не менше ніж 30 % статутного фонду);

➤ документ про внесення плати за державну реєстрацію (для юридичних осіб сім неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, на сьогодні — 119 грн);

➤ нотаріально завірени копії свідоцтв про державну реєстрацію і реєстрацію в органах статистики юридичних осіб, що є засновниками нового підприємства. Якщо юридична особа не є резидентом, то додатково подаються документи, що засвідчують легалізацію в Україні;

➤ два швидкозшивачі або інші визначені органом реєстрації документозберігаючі пристрої (папки-файли, конверти, папки тощо).

До моменту реєстрації юридична особа має визначитися з організаційною формою підприємства, назвою, його структурою та місцезнаходженням об'єктів, у тому числі головного офісу і юридичної адреси.

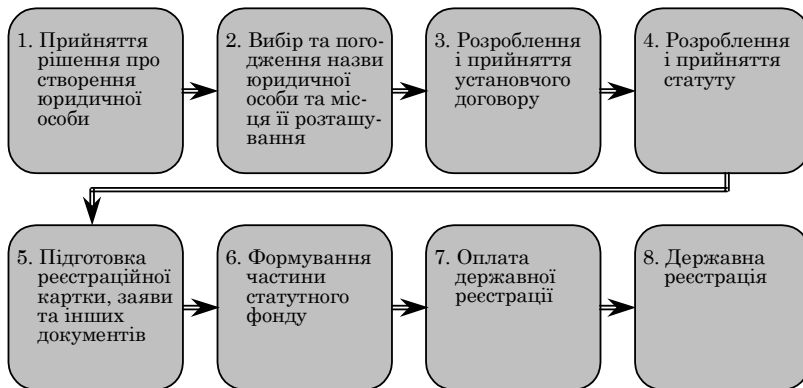


Рис. 7.4. Орієнтовна схема державної реєстрації юридичної особи (підприємства)

Вибір назви та місцезнаходження юридичної особи мають важливе значення, особливо для торговельних та обслуговуючих підприємств.

Громадяни, які мають намір займатися **підприємництвом без створення юридичної особи**, подають для реєстрації такі документи:

➤ реєстраційну картку встановленого зразка (яка одночасно є заявою про державну реєстрацію);

➤ копію довідки про присвоєння ідентифікаційного номера фізичної особи — платника податків та інших обов'язкових платежів;

➤ документ, що засвідчує внесення плати за державну реєстрацію (для фізичних осіб 1,5 неоподаткованого мінімуму доходів громадян, на сьогодні — 25,50 грн);

➤ копію документа про освіту або кваліфікацію, необхідну для

здійснення окремих видів діяльності (лише щодо окремих видів діяльності);

➤ дві фотокартки документального формату.

Реєстрація селянських (фермерських) господарств (СФГ) здійснюється на загальних підставах. Для реєстрації необхідно подати:

➤ заяву про реєстрацію встановленого зразка;

➤ реєстраційну картку;

➤ список осіб, що створюють СФГ;

➤ дві фотокартки документального формату;

➤ документ, що засвідчує сплату реєстраційного збору.

Важливою особливістю реєстрації СФГ є те, що їхніми засновниками можуть бути *виключно* громадяни України, а одним із задекларованих у статуті видів діяльності має бути «виробництво сільськогосподарської продукції».

Органам державної реєстрації забороняється вимагати від суб'єктів підприємства додаткові документи, непередбачені Законом України «Про підприємництво» або іншими чинними нормативними актами.

Державна реєстрація проводиться за наявності всіх необхідних документів за заявочним принципом упродовж не більш як п'ять робочих днів. За цей час орган державної реєстрації зобов'язаний внести дані із реєстраційної картки до Реєстру суб'єктів підприємництва та видати Свідоцтво про державну реєстрацію з проставленим ідентифікаційним кодом (для юридичних осіб) або ідентифікаційним номером (для фізичних осіб).

Одночасно цей орган надсилає один примірник реєстраційної картки з відміткою про державну реєстрацію у відповідний податковий орган та подає інформацію про реєстрацію до органів Фонду державного страхування і Пенсійного фонду України.

Суб'єкт підприємницької діяльності зобов'язаний повідомляти орган реєстрації про створення та ліквідацію відокремлених структурних підрозділів, дочірніх підприємств, зміну назви, місцезонашування, відносини власності тощо. Найкраще передбачити всі ці умови заздалегідь.

Якщо змінюється назва, організаційна форма, відносини власності підприємство має у місячний термін подати документи для переєстрації. Переєстрація проводиться у порядку, встановленому для реєстрації. У разі потреби підприємство подає документи для внесення змін у свідоцтво про реєстрацію.

Законодавство передбачає можливість скасування реєстрації за заявою засновників або рішенням суду. Скасування реєстрації є підставою ліквідації підприємницької структури.

За видачу дубліката свідоцтва про реєстрацію береться плата у розмірі 40 % реєстраційного збору, а за внесення змін, доповнень, які не спричинюють перереєстрацію свідоцтва, — у розмірі 30 % встановленого реєстраційного збору. За видачу свідоцтва нового зразка плата становить 20 %.

Після завершення державної реєстрації і отримання Свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкт підприємництва проходить так зване післяреєстраційне оформлення.

7.5. Післяреєстраційне оформлення суб'єкта підприємницької діяльності

Післяреєстраційне оформлення продовжує процедуру організаційного оформлення підприємства. Таке оформлення постійно змінюється, тому з ним потрібно ознайомитися ще до початку реєстрації підприємства і визначити перелік документів, копій, довідок, які для цього необхідні. Післяреєстраційне оформлення підприємства передбачає виконання таких дій:

- постановка на облік у управлінні статистики;
- постановка на облік у районній податковій інспекції;
- постановка на облік у відділенні пенсійного фонду;
- постановка на облік у центрі зайнятості;
- реєстрація платником податку на додану вартість (ПДВ);
- отримання дозволу на виготовлення печатки і кутового штампа;
- відкриття рахунків у банківських установах;
- повідомлення податковій інспекції реквізитів відкритих рахунків;
- реєстрація в обласному управлінні експлуатації автомобільних шляхів.

Процедура післяреєстраційного оформлення досить складна, клопітка і тривала. Для кожного кроку післяреєстраційного оформлення відведено певний, на перший погляд, досить значний, термін.

Усі кроки післяреєстраційного оформлення мають жорсткі часові межі. Порушення термінів тягнуть за собою штрафні санкції або інші стягнення.

Однак практика свідчить, що таке оформлення потребує дотримання жорсткого часового графіка. Фактично підприємці виконують роботу, яку повинні виконувати органи державної влади.

Постановка на облік в управлінні статистики. Юридична особа зобов'язана стати на облік в управлінні статистики упродовж трьох робочих днів після державної реєстрації. Для цього подають такі документи:

- копію (нотаріально завірнену) статуту;
- документ, що засвідчує оплату реєстрації (на сьогодні — від 15,50 до 31,13 грн залежно від терміну реєстрації — один день, три дні);
- нотаріально завірнену копію свідоцтва про державну реєстрацію;
- заяву встановленого зразка (бланк у обласному статистичному управлінні).

Постановку на облік у районній податковій інспекції здійснюють упродовж п'яти робочих днів з дня державної реєстрації. Для цього подають такі документи:

- копію установчих документів з відміткою органу реєстрації;
- свідоцтво про державну реєстрацію;
- довідку про внесення до державного реєстру;
- копію довідки про присвоєння ідентифікаційного номера фізичної особи — платника податку для засновників, директора, головного бухгалтера та довідку 4-ОПП для засновників — юридичних осіб;
- заяву встановленого зразка (форма 1-ОПП у податковій інспекції);
- документ про внесення плати за реєстрацію;
- документ, що підтверджує місцезоташування підприємства (оригінал та ксерокопію);
- два швидкозшивачі.

Якщо суб'єкт підприємництва має право і прийняв рішення про перехід на спрощену систему оподаткування зі сплатою єдиного податку, то він має подати заяву встановленого зразка (бланк у податковій інспекції) та визначитися з розміром обраної ставки оподаткування (6 чи 10 %).

Постановка на облік у відділенні пенсійного фонду досить проста і формальна процедура, але від того не менш обов'язкова. Для цього подають копію свідоцтва про державну реєстрацію. Якщо суб'єкт підприємництва вже має відкритий банківський рахунок, то він також подає про це банківську довідку. Відділення пенсійного фонду видає довідку про реєстрацію.

Постановка на облік у центрі зайнятості також не створює додаткових проблем. Для цього слід відвідати відповідну установу з завіреним органом реєстрації статутом та заповнити спеціальний реєстраційний формуляр (бланк). Плата за реєстрацію у пенсійному фонді та центрі зайнятості не береться. Про реєстрацію в центрі зайнятості отримують реєстраційну довідку.

Реєстрацію як платника податку на додану вартість потрібно виконати упродовж 20 робочих днів з дня державної реєстрації. Для цього в орган ДПА подаються такі документи:

- реєстраційна заява встановленого зразка (форма 1-Р);
- інформація про засновників за формою 1-РЮ;
- картка фізичної особи — платника податку або довідка про присвоєння ідентифікаційного номера платника податку.

Реєстраційна заява є найважливішим елементом цього пакета документів. Її оформляють лише на бланках, виданих органами ДПА (копії не приймаються), заповнюють переважно друкованим способом без виправлень. У заяві зазначають таку інформацію: ідентифікаційний код (номер) платника за ЄДРПОУ; назву суб'єкта підприємництва; назву органа ДПА, який здійснюватиме реєстрацію; дані про державну реєстрацію; дані про банківські рахунки, в тому числі — основний; адресу платника ПДВ; дані про керівника та головного бухгалтера; дані про реєстрацію платника (заповнює виключно службовець ДПА).

Отримання дозволу на виготовлення печатки здійснюється на основі Інструкції МВС № 17 від 11 січня 1999 р. Суб'єкт підприємництва може виготовити печатку та кутовий штамп на основі таких документів:

- нотаріально завіреної копії свідоцтва про державну реєстрацію;
- ескізів печаток та штампів, завірених підписом керівника у двох примірниках;
- документа про внесення плати за видачу дозволу;
- копії довідки про присвоєння ідентифікаційного номера (тільки для фізичних осіб).

Інколи орган МВС вимагає подання завірених ксерокопій двох розворотів паспорта керівника або засновника та запис про погодження зразків у реєстраційному органі (виконавчий комітет або держадміністрація). Зразки (ескізи) печаток і штампів мають бути виконані бездоганно, чорною тушшю на білому папері, «від руки», кожен — на окремому аркуші. На цьому самому аркуші вказують усі банківські та реєстраційні реквізити, ідентифікаційні та реєстраційні номери, коди тощо.

Печатка має містити повну назву підприємства з зазначенням форми власності, ідентифікаційний код та реєстраційний номер, населений пункт, в якому воно розташоване. Використовувати у печатках і штампах державну символіку суб'єкта підприємництва можуть тільки за спеціальним дозволом.

На основі поданих документів орган МВС видає дозвіл на виготовлення печаток та кутового штампа. Виготовлення їх можна замовляти лише в майстерні, яка має відповідний дозвіл (ліцензію). Для виготовлення службових і допоміжних штампів отримувати дозвіл не потрібно.

Відкриття рахунків у банківських установах є надзвичайно важливим кроком. Важливо не тільки дотриматися процедури, а й вибрати найоптимальнішу банківську установу.

Підставою для відкриття рахунків у будь-яких банках України та іноземних держав за вибором суб'єкта підприємництва і за згодою цих банків у порядку, встановленому Національним банком України (НБУ), є Свідоцтво про державну реєстрацію суб'єкта підприємництва та копія документа

Банківська установа є одним з важливих партнерів у бізнесі, від якої залежать багато аспектів діяльності суб'єкта підприємництва. Вибір банку має бути виваженим і обірунтованим.

про взяття на облік у податковому органі. Повний комплект документів, необхідних для відкриття рахунку, відрізняється у різних банках. Проте загалом для відкриття рахунку потрібні такі документи:

- заява, виконана, як правило, на бланку-формулярі банку, за підписом керівника або власника суб'єкта підприємництва;
- дві завірені (нотаріально або у вищестоящій організації) картки зразків підписів і печаток (на бланку встановленого зразка);
- завірена копія статуту;
- завірена копія свідоцтва про державну реєстрацію;
- копії довідок про реєстрацію в управлінні статистики, пенсійному фонді та інших органах післяреєстраційного оформлення;
- документ про сплату послуг за відкриття рахунків.

Деякі банки відкривають рахунки безкоштовно, вимагають невеликий перелік документів, проте не це повинно бути основним аргументом під час вибору установи. Значно важливішими є надійність банку, оперативність та зручність в обслуговуванні, кредитна політика, відгуки підприємств-клієнтів.

Одночасно з відкриттям рахунку з банківською установою укладають договір про банківське обслуговування, в якому узгоджують усі права і обов'язки обох сторін та погоджують оплату обслуговування і порядок її зміни.

Номер основного банківського рахунку юридичних і фізичних осіб є обов'язковим атрибутом їх ідентифікації, тому він зазначається на всіх укладених ними в письмовій формі цивільно-правових угодах, офіційних листах, проспектах тощо.

У разі відкриття двох і більше рахунків підприємство (підприємець) зобов'язане повідомити податковий орган про *основний рахунок* для безспірного списання обов'язкових платежів та зобов'язань перед бюджетом.

Підприємство має право відкрити окремі розрахункові або поточні рахунки для своїх філій, відділень, дочірніх підприємств або відокремлених підрозділів задля здійснення ними будь-яких банківських операцій.

Майбутні господарські товариства можуть відкривати спеціальні рахунки ще до реєстрації цих підприємств для формування обов'язкової частки статутного фонду. Повідомлення про закриття та відкриття рахунків підприємство зобов'язане надіслати у податковий орган, в якому воно зареєстроване, упродовж трьох робочих днів. Порядок відкриття валютних рахунків регулюється спеціальною Інструкцією НБУ.

Після закінчення всієї процедури державної реєстрації та після реєстраційного оформлення у підприємця нагромадиться пакет документів, що підтверджують виконання цих дій. У кожному документі важливо зазначити посади та прізвища осіб, які візували їх, адже нерозбірливий підпис на документі не дає змоги ідентифікувати службовця в разі потреби.

Усі ці документи є надзвичайно важливими і підлягають відповідальному зберіганню. Пакет документів має містити:

- перший примірник статуту з відповідними відмітками;
- свідоцтво про державну реєстрацію;
- свідоцтво про реєстрацію в статистичному управлінні;
- свідоцтво про реєстрацію в органах ДПА;
- свідоцтво про реєстрацію платником ПДВ (у разі потреби);
- угода про банківське обслуговування;
- довідки про реєстрацію в пенсійному фонді, центрі зайнятості, обласному управлінні експлуатації автомобільних шляхів тощо.

Крім цього, підприємець повинен мати печатку та кутовий штамп і належно оформлені документи на їхнє виготовлення.

7.6. Порядок формування статутного фонду

Важливий крок у започаткуванні підприємства — **формування статутного фонду**. Формування статутного фонду регулюється чинним законодавством, установчим договором і статутом підприємства. Розмір статутного фонду визначається установчими документами. Проте розмір статутного фонду господарських товариств (товариств з обмеженою відповідальністю — ТзОВ, акціонерних товариств — АТ та інших видів товариств) визначається законом. Так, статутний фонд ТзОВ і АТ не може бути меншим ніж відповідно 625 і 1250 неоподаткованих мінімумів доходів.

Статутний фонд створюється за рахунок внесків засновників (учасників) і може поповнюватися за рахунок прибутків, додаткових вкладів учасників, спонсорських та інших внесків. Найпоширенішими джерелами формування статутного фонду є власні кошти або матеріальні ресурси засновників.

Статутний фонд може формуватися за рахунок:

- грошових коштів;

- майнових та фінансових прав і зобов'язань;
- внесеного майна;
- нематеріальних цінностей.

Усі внески в статутний фонд, за винятком внесків у грошовій формі, повинні мати акт оцінки вартості внесених засобів. Цей акт і сума оцінки внеску погоджуються з усіма засновниками. Якщо одним із засновників є державне підприємство або підприємство з участю державної власності, то вартість внеску оцінюється за методикою Фонду державного майна і узгоджується з ним.

Вартість нематеріальних внесків (торговельна марка, рецепт, технологічний прийом, «ноу-хау») оцінюється незалежним експертом. Вартість внесених будівель, транспортних засобів та інших основних засобів можуть визначати органи технічної інвентаризації, незалежні експерти, комісійні магазини. Проте у будь-якому разі результати оцінки затверджують усі засновники.

Порядок формування статутного фонду визначається установчими документами та статутом підприємства. При створенні господарських товариств чинним законодавством передбачене обов'язкове внесення в рахунок статутного фонду платіжних засобів і майна в сумі не менше ніж 30 % мінімального статутного фонду. Впродовж року всі засновники мають зробити внесок до статутного фонду у повному розмірі. Зміна розміру статутного фонду будь-якого суб'єкта підприємництва до закінчення його формування або використання цього фонду на покриття поточних витрат не допускається.

Формування статутного фонду та господарсько-майнового комплексу в сільській місцевості, особливо в реформованих підприємствах, має деякі особливості.

Окрім формування статутного фонду підприємства формують матеріальну основу для ведення виробничої та інших видів діяльності. Певною особливістю формування майнових комплексів сільськогосподарських підприємств у сучасних умовах є використання орендних відносин. Фактично майновий комплекс багатьох реформованих сільськогосподарських підприємств формується з двох великих частин: майнового комплексу засновників (статутний фонд та інші внески) та орендованих засобів і ресурсів, а також із орендованої землі.

Земля орендується згідно із Законом України «Про оренду землі». У договорі оренди обов'язково зазначають таке:

- об'єкт оренди — місцерозташування ділянки, її межі та обліково-кадастрові параметри;
- суб'єкти оренди — орендодавець та орендар, їхні назви та юридичні адреси;
- термін дії договору та умови дострокового розірвання угоди;

- орендна плата — розмір, умови виплати, змін, індексації, відстрочка;
- умови використання землі, збереження якісних параметрів;
- умови повернення земельної ділянки після закінчення дії оренди або у разі дострокового розірвання договору;
- додаткові умови та обмеження щодо використання орендованої земельної ділянки;
- додаткові умови та розподіл відповідальності за ризиками та втратами від непередбачуваних обставин;
- відповідальність сторін.

Договір оренди землі підлягає обов'язковій реєстрації у виконавчих комітетах відповідних або державних адміністраціях за місцем розташування земельної ділянки. Проте необхідні для реєстрації документи подаються у відповідні відділи земельних ресурсів. Саме ці відділи виконують усю технічну роботу, пов'язану із державною реєстрацією договорів оренди землі.

Оренда майна, що передається у використання юридичній особі, регламентується не так жорстко, як оренда землі. Власники майнових паїв або спільного майна можуть укладати договір оренди спільно або кожен окремо. У разі спільного надання майна в оренду власники укладають договір про спільне володіння майном і визначають розпорядника. Рішення про оренду майнових комплексів спільного використання ухвалюють виключно одноголосно збори власників. У договорі оренди зазначають всі умови, передбачені Цивільним кодексом України.

7.7. Ліцензування підприємницької діяльності

Складним і не однозначним проявом державного втручання в підприємницьку діяльність є її ліцензування. Воно, з офіційної точки зору, має на меті захистити інтереси держави та права споживачів. Проте досить часто ліцензування стає серйозною перешкодою в розвитку підприємницьких структур. У період розвитку політики дерегуляції кількість ліцензованих видів підприємництва значно скоротилася, однак практично відразу було запроваджено патентування і сертифікацію окремих видів діяльності.

Окремі види підприємництва, які безпосередньо впливають на здоров'я людей, навколишнє природне середовище та безпеку держави і суспільства, потребують спеціального дозволу — *ліцензії*. До ліцензованих належать близько 50 видів діяльності, зокрема:

- пошук та експлуатація корисних копалин;
- ремонт зброї всіх видів;
- виготовлення і реалізація медикаментів і хімічних речовин;

- виготовлення пива, вина, алкогольних напоїв і тютюнових виробів, торгівля ними;
- медична та ветеринарна практика;
- юридичні послуги;
- створення та утримання гральних закладів, організація азартних ігор;
- міжнародні транспортні послуги;
- агентування морського торговельного флоту;
- охоронна діяльність;
- діяльність, пов'язана з використанням радіоактивних речовин, ядерних матеріалів і джерел іонізуючого випромінювання;
- видобування дорожочинних металів і каменів, виготовлення та реалізація виробів із них;
- будівельні, будівельно-монтажні та будівельно-ремонтні роботи;
- інші види за затвердженим переліком.

Перелік ліцензованих видів діяльності донедавна містив понад 120 видів, останнім часом він дещо скоротився (до 80 видів). За висновками міжнародних експертів цей перелік залишається надмірним.

Для здійснення ліцензованого виду підприємницької діяльності потрібно отримати відповідну ліцензію та дотримуватись певних умов і правил здійснення саме цього виду діяльності (*ліцензійних умов*).

Ліцензія — це дозвільний документ, що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженим ним органом виконавчої влади, згідно з яким його власник має право на здійснення певного виду підприємницької діяльності, що потребує такого дозволу.

Суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють ліцензійні види діяльності без ліцензії, виданої у встановленому порядку, несуть відповідальність згідно із законодавством. Перелік видів діяльності, що підлягають ліцензуванню, є вичерпним і не може бути розширений. Контроль за видачею ліцензій здійснює *Ліцензійна палата*, за переліком ліцензованих видів діяльності — *Державний комітет з регулятивної політики і підприємництва* (Держкомпідприємства).

Для отримання ліцензії на кожен вид ліцензованої діяльності суб'єкт підприємництва подає органу, який уповноважений видавати ліцензію, *заяву встановленого зразка*, в якій зазначаються:

- відомості про заявника (фізичні особи — прізвище, ім'я, по-батькові, паспортні дані, місце проживання, ідентифікаційний номер; юридичні особи — назва, місцерозташування, організаційно-правова форма, банківські реквізити, ідентифікаційний код);
- вид діяльності, на який передбачається отримати ліцензію;

- рівень виконання ліцензійних умов;
- заявлений термін дії ліцензії.

До заяви додають такі документи:

а) *фізичні особи*.

- копію документів, що засвідчують рівень освіти та кваліфікації, необхідних для здійснення певного виду діяльності;
- документ про внесення плати за ліцензію (подається після отримання принципової згоди на видачу ліцензії);

- копію свідоцтва про державну реєстрацію;

б) *юридичні особи*.

- копію свідоцтва про державну реєстрацію;
- документ про внесення плати за ліцензію (подається після отримання принципової згоди на видачу ліцензії);
- копії установчих документів (у статуті зазначаються види діяльності, що ліцензуються).

Подана заява щодо більшості видів ліцензованої діяльності після заповнення дозвільної частини ліцензійним органом та візування дозволу повертається заявнику і набуває статусу ліцензії. Заявник несе повну відповідальність за достовірність відомостей, поданих у заяві, та достовірність доданих документів.

Ліцензія видається конкретному суб'єкту підприємницької діяльності і не може бути передана іншому суб'єкту. У разі втрати ліцензії дублікат не видається. При перереєстрації або реорганізації підприємства дія ліцензії не поширюється на нове підприємство.

Рішення про видачу або відмову у видачі ліцензії (із зазначенням причин відмови) видається в письмовій формі упродовж не більш як 30 днів з дня одержання заяви та необхідних документів. Відмову можна оскаржити у суді.

У видачі ліцензії може бути відмовлено у разі:

- виявлення недостовірних даних у документах;
- неможливості заявника здійснювати певний вид діяльності відповідно до діючих ліцензійних вимог.

Термін дії ліцензії встановлюється органом, що видає ліцензію, але не може бути меншим ніж три роки. Дія ліцензії може бути продовжена на новий термін за заявою суб'єкта підприємництва.

Орган, що видав ліцензію, має право призупинити її дію або анулювати. Призупиняється дія ліцензії у разі:

- порушення ліцензійних умов;
- невиконання у встановлений термін обов'язкових розпоряджень ліцензійного або іншого органу, уповноваженого Кабінетом Міністрів, щодо додержання ліцензійних умов.

Після усунення порушень, що призвели до призупинення дії ліцензії, її дія поновлюється відповідним органом.

Ліцензія може бути анульована, якщо:

- виявлено завідомо недостовірні дані у заяві на отримання ліцензії або доданих документах;
- ліцензію передано іншому суб'єкту підприємництва;
- скасовано державну реєстрацію суб'єкта підприємництва;
- повторно грубо порушено ліцензійні умови.

Ліцензія вважається анульованою з дати прийняття відповідного рішення або скасування державної реєстрації суб'єкта підприємництва.

Рішення про призупинення або анулювання дії ліцензії може бути оскаржене в судовому порядку.

Якщо змінилися місцезнаходження суб'єкта підприємництва, назва або інші дані, наведені у заяві про надання ліцензії, то ліцензія підлягає переоформленню. Для цього слід подати заяву та документи, що підтверджують зміни.

У разі здійснення роздрібно́ї та оптово́ї торговельно́ї діяльності, надання побутових та інших платних послуг населенню суб'єкт підприємництва має отримати торговий патент.

Торговий патент — це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності чи його відокремленого структурного підрозділу займатися зазначеними у ньому видами підприємницької діяльності.

Щоб отримати торговий патент, у відповідний місцевий орган ДПА подають такі документи:

- заявку встановленого зразка;
 - витяг з установчих документів або довідку органу, що погодив розташування відокремленого структурного підрозділу, про юридичну адресу суб'єкта підприємництва;
 - документ, що засвідчує оплату патенту.
- Торговий патент містить таку інформацію:
- номер торгового патенту;
 - назву володаря патенту — суб'єкта підприємництва;
 - дозволений вид підприємницької діяльності;
 - місце реєстрації суб'єкта підприємництва;
 - марку і назву транспортного засобу (для торгівлі з автомашини);
 - термін дії патенту;
 - місцерозташування та назву органу ДПА, що видав патент;
 - відмітка про сплату вартості патенту та підпис службової особи ДПА.

Оригінал або завірена копія торгового патенту вивішується на видному і доступному місці і пред'являється на першу вимогу споживачів чи перевіряючих структур.

7.8. Ліквідація та санація підприємницьких структур

Конкуренція та ринкове змагання приводять одні підприємницькі структури до розквіту, інші — до занепаду.

Падиння та стагнація — один з етапів розвитку підприємства. Приблизно вісім з десяти новостворених підприємств у перші п'ять років існування зазнають банкрутства і краху.

Ліквідацію суб'єкта підприємництва потрібно здійснювати планомірно з тим, щоб урахувати економічні інтереси засновників, кредиторів і працівників.

Ліквідацію підприємства не можна пускати на самоплив!

Підприємство саме вирішує свої проблеми, враховуючи питання ліквідації. Припинення діяльності — болючий і малоприємний процес, але якщо провести його економічно обґрунтовано, то втрати й негативні наслідки будуть менші.

Припинення підприємницької діяльності може відбуватися реорганізацією або ліквідацією підприємства

Підприємство *реорганізовується* у разі:

- злиття підприємства з іншим з утворенням нового;
- приєднання одного підприємства до іншого;
- поділу підприємства на кілька;
- виділення нового підприємства зі складу іншого;
- перетворення одного підприємства на інше.

Найчастіше реорганізація відбувається виділенням з великих підприємницьких структур дрібніших. Часті випадки злиття або приєднання фінансово слабких підприємств до більш потужних.

При реорганізації підприємства його права та зобов'язання (обов'язки) переходять до правонаступника.

Правонаступництво — це перехід від одного суб'єкта до іншого безпосередніх та опосередкованих прав і зобов'язань відповідно до закону та угоди сторін.

Ліквідація підприємства відбувається:

- за ініціативою засновників (власників, співвласників);
- за рішенням суду або арбітражного суду;
- після досягнення мети, поставленої перед його створенням;
- після закінчення терміну, на який створювалося підприємство;
- за рішенням вищого органу управління господарського товариства;

➤ за рішенням інших уповноважених законом органів управління у разі грубого і систематичного порушення вимог закону та установчих документів (лише щодо окремих видів діяльності).

Крім ліквідації за рішенням суду всі інші варіанти вважаються добровільною ліквідацією.

Частою підставою ліквідації підприємства в судовому порядку є вимога банківських установ щодо визнання його банкрутом.

Банкрутство. Процедура банкрутства є одним із способів реалізації ринкового принципу припинення існування (ліквідації) неефективних суб'єктів підприємництва.

Банкрутство — встановлена законом процедура примусового задоволення претензій кредиторів, які не можуть бути задоволені юридичною особою у встановлені законом терміни з огляду на брак грошових засобів та ліквідних активів.

Процедура банкрутства сільськогосподарських підприємств має певні строкові обмеження. Вона може бути порушена лише після 1 січня 2004 р. Така процедура не є надзвичайною економічною подією. Це звичайний спосіб елімінації з економічного життя неефективних підприємств.

Процедура банкрутства може розпочатися лише за рішенням арбітражного суду на основі письмової заяви самого підприємства, кредиторів, уповноважених органів державного управління (як правило, ДПА, КРУ, органи пенсійного фонду, фонду соціального страхування), прокуратури в інтересах одного з кредиторів (у тому числі держави). Проведення у справі про банкрутство не може здійснювати орган управління підприємства.

Процедура банкрутства складається з таких кроків:

А. Подання зацікавленою особою заяви в арбітражний суд.

Б. Прийняття арбітражним судом ухвали про порушення справи щодо банкрутства.

В. Попереднє засідання арбітражного суду у справі про банкрутство.

Г. Виявлення кредиторів та можливих санаторів.

Д. Скликання зборів та створення комітету кредиторів.

Є. Прийняття арбітражним судом рішення про визнання підприємства банкрутом.

Ж. Створення ліквідаційної комісії і передача їй управління підприємством.

З. Розгляд і затвердження ліквідаційного балансу, ліквідація підприємства.

Розглянемо окремі кроки процедури банкрутства.

Б. Ухвала про порушення справи приймається упродовж п'яти робочих днів з дня надходження письмової заяви. Копія рішення надсилається ініціатору банкрутства, підприємству, відомим кредиторам, відповідній банківській установі.

В. Попереднє засідання проводиться упродовж місяця з дня порушення справи про банкрутство. На цьому засіданні арбітражний суд заслуховує пояснення і клопотання сторін, розглядає подані документи та висновки аудитора. За рішеннями засідання підтверджується або спростовується рішення про початок процедури банкрутства. У разі підтвердження банкрутства приймається рішення про публікацію офіційних повідомлень (обов'язково — у газетах «Голос України» та «Урядовий кур'єр») та надання повноважень іншим особам щодо управління та контролю за майном підприємства-боржника.

Д. Через місяць з дня публікації офіційного повідомлення про початок процедури банкрутства складається список кредиторів, які висунули письмові претензії до боржника. Скликаються збори кредиторів, формується повноважний комітет представників, кредитори знайомляться з пропозиціями санаторів щодо оздоровлення фінансового стану підприємства-боржника.

У разі оголошення потенційних санаторів визначається їх список та запропоновані умови оздоровлення фінансового стану підприємства-боржника. Якщо умови санації задовольняють кредиторів, то процедура банкрутства припиняється, якщо ні — продовжується.

Є. Арбітражний суд оголошує боржника банкрутом. З цього моменту не виголошені претензії кредиторів не приймаються, нарахування пені та штрафних санкцій за простроченими платежами припиняється. Визначаються ліквідатори та ліквідаційна комісія з числа їхніх представників. Ліквідаційна комісія бере на себе управління майном підприємства та приймає заходи щодо забезпечення його схоронності. З майна підприємства вилучаються об'єкти та ресурси, що є предметом юридично підтвердженої застави (крім застави оголошеним кредиторам) .

Дотримання процедури банкрутства є важливим для забезпечення законності його здійснення. Формальне порушення процедурних питань, навіть на перший погляд неістотних, може стати причиною її оскарження.

3. Ліквідаційна комісія здійснює заходи щодо планомірної ліквідації підприємства-боржника в інтересах оголошених кредиторів. При цьому вона проводить комплексну інвентаризацію, складає ліквідаційний баланс, стягує дебіторську заборгованість, реалізує майно банкрута та інші активи. Ліквідаційна комісія підзвітна комітету представників кредиторів. Саме цей комітет затверджує ліквідаційний баланс і дає дозвіл на реалізацію майна.

Отримані кошти направляються на покриття витрат і претензій у такій черговості: витрати, пов'язані зі здійсненням процедури банкрутства та діяльності ліквідаційної комісії; зобов'язання щодо оплати праці в підприємстві-боржнику; сплата податків і обов'язкових платежів; задоволення вимог кредиторів; задоволення вимог засновників щодо дивідендів, паїв, часток тощо; задоволення інших претензій.

Якщо після ліквідації підприємства у нього залишається майно та ресурси, достатні для здійснення підприємницької діяльності, то вона може розпочатися після проведення нової процедури створення та реєстрації.

Підприємство вважається ліквідованим з моменту внесення запису про це в державний реєстр.

У разі загрозливого погіршення показників роботи підприємства, загрози банкрутства або значних збитків засновники (власники) часто вдаються до його санації.

Санація — система спеціальних заходів та прийомів поліпшення показників роботи, оздоровлення фінансового стану підприємства.

Санацію часто проводять на вимогу кредиторів з тим, щоб уникнути банкрутства. Адже потенційні вигоди від ефективного та надійного партнера є вищими, ніж результати задоволення частини претензій при ліквідації підприємства. За згоди кредиторів на санацію та наявності санатора процедура банкрутства не застосовується.

Основними прийомами санації є:

- призначення зовнішнього керівництва;
- розроблення санаційного плану (бізнес-плану);
- реалізація санаційного плану.

У перебігу санації знаходять причини, що призводять до погіршення фінансового стану підприємства, та визначають можливі заходи щодо їх усунення. Для з'ясування причин кризового стану підприємства проводять:

а) комплексний загальний аналіз виробничої, комерційної та фінансової діяльності, після якого у разі потреби здійснюють:

- аналіз маркетингової ситуації та відповідності їй продукту підприємництва;

- аналіз комерційної діяльності, відповідності партнерів, рівня та характеру розрахунків, ціноутворення;

- аналіз виробничої діяльності та її економічних наслідків;

- фінансовий аналіз;

б) аналіз менеджменту, діяльності персоналу та інших чинників, вплив яких на кризовий стан виявлено.

Санація є надзвичайно складною та комплексною процедурою, яку здійснюють, як правило, спеціалізовані консалтингові підприємства або групи фахівців.

8.

Бізнес-планування в підприємстві

- *Сутність, завдання та основне призначення бізнес-плану*
- *Концепція, функції і мета бізнес-плану*
- *Бізнес-аналіз — основна передумова планування в підприємстві*
- *Чинники успіху в бізнесі*
- *Технологія складання бізнес-плану. Структура бізнес-плану*
- *Технологія складання фінансового плану*

8.1. Сутність, завдання та основне призначення бізнес-плану

Сьогодні словосполучення «бізнес-план» є чи не найпопулярнішим серед економістів, підприємців і бізнесменів. Що ж таке бізнес-план? Для кого він складається? Для чого він складається? Ось основні запитання, на які певною мірою буде дана відповідь у цьому розділі.

В американських виданнях з бізнес-планування бізнес-план розглядається в основному як інструмент управління, який містить плани керуючого господарством на майбутнє та шляхи їх реалізації. Так, координатор російсько-американського проекту приватизації фермерських господарств Б. Білер у книзі «Планирование в сельском хозяйстве: практическое руководство по бизнес-планированию» зазначає, що бізнес-план — це документ, що складає нинішній або майбутній власник (керуючий підприємством), який детально обумовлює основи бізнесу, вид продукції або послуг, коло споживачів, конкуренцію, тип виробництва і систему збуту, а також менеджмент, фінансування та інші значущі аспекти існуючого або майбутнього підприємства. По суті, саме цим визначенням розкривається зміст бізнес-плану.

Проте найважливішим, на нашу думку, є визначення бізнес-плану за Марковою, яка наголошує, що бізнес-план — це детальний, чітко структурований і ретельно підготовлений документ, який описує, до чого прагне фірма, як вона збирається досягти поставле-

ної мети і який матиме вигляд після її досягнення. Це зручна, загальноприйнята форма ознайомлення постійних інвесторів з проектом, в якому їм пропонується взяти участь.

На запитання: «Для чого потрібно складати бізнес-план?» можна відповісти, що є дві найважливіші причини для підготовки бізнес-плану:

1) щоб переконати сторонніх інвесторів у доцільності вкладення грошей у ваш бізнес або надання кредиту;

2) щоб допомагати зберігати обраний курс і не давати змоги випадковим обставинам відхилити вас від обраної мети.

У другому випадку план виступає як «дороговказ» бізнесу.

Роль планування і прогнозування в бізнесі країн ринкової економіки величезна. Планування майбутнього зростання — це одне з питань: наскільки формалізованим повинно бути планування в бізнесі? У будь-якому бізнесі має бути певний план, навіть якщо це тільки абстрактна послідовність дій або просто результат, який можна очікувати за прогнозами руху готівки, що складається для банківського менеджера.

Отже, в бізнесі існують різні типи планів і різні рівні процесів планування:

► бізнес-план, який, зокрема, регламентує залучення засобів зі сторони;

► внутрішньофірмовий (корпоративний) план, в якому викладаються стратегія, плани і очікувані фінансові результати (складається, як правило, для внутрішнього користування);

► план маркетингу — для визначення потреб торгівлі й маркетингу;

► операційні плани і плани з підготовки кадрів для роботи на підприємстві.

Бізнес-план покликаний відповісти на три ключових запитання:

1. Де тепер знаходиться фірма?
2. Куди рухається фірма (бізнес)?
3. Як ми прийдемо туди?

Якщо відповідь на перше запитання передбачає поточний стан фірми, на друге — бажаний її стан, то третє — свідчить про найефективніший шлях бізнесу.

Отже, бізнес-план має показати, як ефективно перейти із нинішнього стану в бажаний, відобразити як поточні завдання, так і завдання на середню та довготермінову перспективу.

Бізнес-план складається в таких ситуаціях:

1. Фірмі потрібний капітал для подальшого розвитку.
2. Створюється нова фірма або змінюється власник.

3. У разі реконструкції, придбання обладнання, переходу на випуск нової продукції тощо.

4. Для аналізу діяльності, якщо істотно змінюється оточення.

Як засвідчує практика закордонного бізнесу, в бізнес-плані зацікавлені менеджери, власники і кредитори. Менеджери — це по суті творці і виконавці бізнес-плану. Власники зацікавлені в складанні бізнес-плану з точки зору перспектив фірми. В малому бізнесі менеджер одночасно може бути власником, тобто виступати творцем бізнес-плану, його виконавцем і контролюючим органом.

Кредитори розглядають бізнес-план як додаткове джерело інформації за умов прийняття рішення про виділення кредитів.

Для всіх менеджерів, власників і кредиторів є спільні вигоди складання бізнес-плану:

- оцінювання можливостей проекту або фірми;
- встановлення мети діяльності фірми;
- визначення потрібної суми грошей.

При складанні бізнес-плану менеджери одержують такі вигоди: з'ясування ідей, створення команди, практика у проведенні аналізу і презентації, допомога в одержанні грошей.

Кредитори розглядають бізнес-план як джерело інформації, на основі якої вони можуть оцінити ступінь ліквідності та ризику проекту, якість управління.

Отже, бізнес-план — це підсумковий документ, який є результатом великої аналітичної роботи. Він дає змогу:

- усвідомити місце підприємства на ринку;
- проаналізувати перспективи розвитку галузі, ринку, товару (послуги);
- з іншого боку подивитися на діяльність підприємства, його проблеми, перспективи.

Водночас слід розуміти і обмеження бізнес-плану:

- він не є панацеєю від усіх бід і невдач;
- план не може дати відповіді на всі запитання і проблеми, що виникають перед підприємством;
- план залежить від кваліфікації людей, які його складають і будуть реалізовувати.

8.2. Концепція, функції і мета бізнес-плану

При складанні бізнес-плану, як правило, опираються на факти і точні дані. Розроблення концепції — це єдине, що привносить у бізнес емоційний аспект. Вона в загальних рисах засвідчує бачення того, яким буде ваше підприємство і переконає інших у важливості вашого підприємства.

У той час як концепція формулюється одним власником або керуючим, призначення розробляється разом з іншими учасниками

бізнесу. Його важливість полягає у тому, що воно в стислій формі зумовлює найбільш важливі аспекти бізнесу. Власник або керуючий і його службовці точно знають, що вони робитимуть і для чого.

Цілі — це кроки, які здійснюють для виконання призначення підприємства. Вони мають загальний характер щодо дій і відповідають таким критеріям: потребують дотримання, є мотивуючими і не пов'язані з конкретними термінами виконання.

Основна мета бізнес-плану — досягнення розумного і здійсненого компромісу між тим, що фірма хоче і чого може досягти. План покликаний показати працівникам і постійним інвесторам цілісність запропонованого курсу, продемонструвати, як одне впливає з іншого.

Кожна мета повинна мати одне або кілька завдань для її здійснення. Досвідчені керуючі фірми орієнтовані на виконання цілей і завдань.

Завдання — це запланований або бажаний стан, який мотивує керуючого. Кваліфікований менеджер використовує наявні ресурси для виконання не одного поставленого завдання, а відразу кількох, у порядку їх важливості.

Завдання мають відповідати таким вимогам: бути реальними, конкретними, обмеженими певними часовими межами, вимірними і досить гнучкими для здійснення.

Розглянемо приклади формування концепції, призначення, цілей і завдання бізнес-плану.

1. Концепція бізнес-плану. В Україні фермер може мріяти про ферму, де б вирощувалося якісне зерно озимих перспективних вітчизняних сортів. Формування цієї мрії дає фермеру мету, до якої він прагнуть у міру розвитку свого підприємства.

2. Призначення бізнес-плану. Фермерське господарство, яке вирощує перспективні сорти озимих зернових, поставляє якісне зерно на київські борошномельні заводи за помірними цінами.

Після ознайомлення з цим формуванням зрозуміло, що фермерське господарство займається виробництвом зерна, вирощує перспективні сорти озимих зернових, зацікавлене в поставлянні якісного зерна і призначає за нього ціну, орієнтовану на місцевий ринок.

3. Мета бізнес-плану. Фермер, який займається виробництвом якісного зерна, може ставити собі за мету збільшення прибутку цілком законно — на основі нарощування обсягів продажу зерна.

4. Завдання бізнес-плану. Фермер у нашому прикладі може ставити собі за мету скорочення витрат на закупівлю насінневого матеріалу озимих зернових на 10 % у 2002 р. задля збільшення рентабельності підприємства (це завдання є конкретним — скорочення закупівельної вартості насінневого матеріалу зернових); вимірного — 10 %, передбачається, що він може скоротити закупки насіння озимих зернових; приносить позитивні результати — скорочення собівартості насінневого матеріалу сприяє збільшенню рентабельно-

сті; і обмеженого в часі — скорочення витрат на закупівлю насіння має відбутися у 2002 р.

Функції бізнес-плану. Вдало розроблений план включає в себе три основні функції.

По-перше. Бізнес-плану належить роль техніко-економічного обґрунтування (ТЕО). Розроблення бізнес-плану примушує власника або менеджера-підприємця викласти свої дії на папері й дати обґрунтування та оцінку тих пропозицій, на які вони опираються. Техніко-економічне обґрунтування допомагає визначити необхідність і належне розміщення ресурсів, указуючи власнику на всі слабкі місця і упущення; одночасно бізнес-план покликаний скоротити до мінімуму можливі непередбачені труднощі.

По-друге. Такий план буде інструментом управління і виступатиме у ролі керівництва до перетворення задуманого в життя, а також буде критерієм, за допомогою якого оцінюватиметься робота підприємства. За умов умілого використання він дає можливість директору або власнику бізнесу звернути увагу на проблеми, що можуть виникнути у майбутньому, і на існуючі можливості до того, поки вони не будуть упущені.

По-третє. Бізнес-план є інструментом для забезпечення фінансування певного підприємства. Незалежно від того, який характер мають капіталовкладення, на які ви розраховуєте (банківські інвестиції, внутрішні чи іноземні капіталовкладення з боку приватних осіб, державні субсидії або фонди для фінансування підприємств з високим ризиком), детально опрацьований, вдало складений бізнес-план потрібний за будь-яких обставин.

8.3. Бізнес-аналіз — основна передумова планування в підприємстві

Аналіз внутрішнього середовища. Планування і прогнозування дає менеджерам змогу підготувати основу для подальшої роботи, а не ризикувати в надії на вдачу. Маємо багато прикладів, коли сміливі й ризиковані ініціативи чудово себе виправдали, але ще більше випадків, коли результатом ризику був повний крах.

Іншими словами, планування і прогнозування мають свої межі, і потрібні досвідчені спеціалісти в цих галузях, щоб підготувати основу для одержання максимальної вигоди з діяльності фірми. Шлях до успішного планування і прогнозування проходить крізь детальний і продуманий аналіз «історичних» закономірностей у сукупності з вдумливою інтерпретацією наявних тенденцій і можливостей певної фірми. Так чи інакше, планування і прогнозування є складовими одного й того самого процесу — вони потребують безперервного розроблення шляхом прямого і зворотного руху між діями і цілями, а також відповідними доходами і витратами, поки не буде досягнуто

певного балансу. Інакше кажучи, плани мають бути досяжними, а прогнози — реальними.

Бізнес-аналіз зовнішнього середовища і поточного стану фірми є необхідною передумовою розроблення ефективного плану. Він спрямований на одержання і узагальнення об'єктивної інформації про стан фірми (силу, слабкість, можливості фірми, небезпеку для неї).

Аналіз зовнішнього середовища — це процес, за допомогою якого підприємець або менеджер оцінює зовнішню безпеку і можливості, що можуть перешкоджати або сприяти досягненню поставленої мети (рис. 8.1).

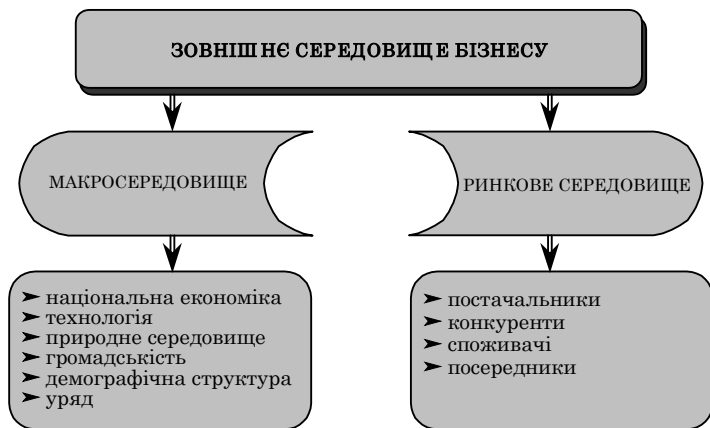


Рис. 8.1. Зовнішнє середовище бізнесу

Оскільки чинники макросередовища не підконтрольні фірмі, то під час аналізу зовнішнього середовища мова йтиме про дослідження ринку, на якому працює фірма. Саме дослідження ринку допоможе відшліфувати вашу ідею і звести до мінімуму ризик невдач.

Аналіз ринку обов'язково передбачає такі складові:

- загальні тенденції зміни вашого ризику;
- стан конкуренції на ринку;
- характеристика ваших основних потреб;
- описання збутової мережі;
- тенденції розвитку зовнішнього оточення, яке вам не підконтрольне, але може впливати на вашу діяльність.

Підсумком такого аналізу є всебічна характеристика кон'юнктури ринку. *Кон'юнктура ринку* — це ситуація, яка склалася на ринку. Її характеризують співвідношення попиту і пропозиції товарів на ринку, рівень цін, товарні запаси, ступінь конкуренції, наявність товарів-замінників, тенденції розвитку науково-технічного прогресу щодо певного виробництва та інші показники.

Перш ніж розпочати аналіз ринку, слід визначити, на якому ринку ви працюєте, тобто відповісти на запитання: Чи добре фірма знає свій ринок? (табл. 8.1).

Таблиця 8.1. Аналіз зовнішнього середовища

Можливі запитання	Можливі відповіді				
	1	2	3	4	5
Ринок					
Чи добре фірма знає свій ринок?	Зовсім не знає	Не знає	Наближено	Добре	Дуже добре
Які перспективи розвитку вашої галузі?	Скорочення понад 5 %	Скорочення 1 – 5 %	Без змін	Зростання на 1 – 5 %	Зростання понад 5 %
Як змінилася ваша частка на ринку?	Зменшилась на 3 %	Зменшилась на 1 %	Не змінилась	Зросла на 1 %	Зросла на 5 %
Конкуренти					
Скільки у вас конкурентів?	Дуже багато	Багато	Кілька	Небагато	Немає
Ваші витрати на науково-дослідні роботи, %	30	50	65	75	90
Чи є у вас конкурентні переваги?	Немає	Невеликі	Помірні	Великі	Дуже великі
Споживачі					
Коли востаннє ви з'ясовували ставлення покупців до вашого товару?	Ніколи	3 роки тому	2 роки тому	1 рік тому	У цьому році
Чи стежите за соціальними змінами в суспільстві?	Ні	Інколи	Деякою мірою	Відслідковуємо	Уважно спостерігаємо
Збут					
Як ви оцінюєте можливість фірми визначати ймовірний обсяг продажу?	Дуже слабка	Слабка	Помірна	Добра	Дуже добра
Чи є в галузі сезонні коливання попиту?	Дуже великі	Великі	Помірні	Невеликі	Немає
Які довготермінові коливання попиту?	Дуже великі	Великі	Помірні	Невеликі	Немає
Чи знає фірма, як більшість покупців дістає інформацію про ваш товар?	Ні	Мало знає	Знає	Добре знає	Дуже добре знає
Загальні тенденції					
Які політичні, економічні, законодавчі зміни в суспільстві?	Дуже великі	Великі	Помірні	Невеликі	Немає

Чітко розуміти ринок потрібно для визначення мети фірми і стану конкуренції у вашому бізнесі. Через термін «ринок конкретного товару» визначається вся сукупність фірм, які працюють у певній сфері і, отже, є потенційними і реальними конкурентами.

Конче важливо знати, який вигляд ринок матиме завтра і після-завтра, в якому напрямі він розвивається, чого очікують клієнти від фірми і вашого товару.

Що ж до розвитку вашої галузі, то джерелами інформації про розмір ринку, його перспективи можуть бути: спеціалізовані журнали, газети та інші видання; державна статистика; спеціально проведено дослідження.

Аналізуючи стан фірми на ринку, слід керуватися тим, що всі ринки безперервно змінюються, тому потрібно знати динаміку вашої частки на ринку. Аналіз структури ринку особливо важливий тоді, коли на фірму припадає невелика частка ринку (10 – 15 %). Стан таких підприємств залежить не тільки від кон'юнктури ринку, а й від дій конкурентів.

Дані про частку ринку важливі для визначення мети. Якщо ваша частка на ринку невелика, то *важлива мета* — збільшення частки ринку. Якщо частка ринку велика (40 – 60 %), то може йтися про збереження і захист своїх позицій на ринку. Якщо частка ринку скорочується, то слід прийняти серйозні дії в усіх напрямках маркетингу: споживчі властивості товару, його ціна, система збуту, стимулюючі заходи.

Аналізуючи зовнішнє середовище бізнесу, важливо зрозуміти, звідки беруться кошти і як вони використовуються. Більш детально ця проблема розглядатиметься при аналізі фінансового стану фірми. У цьому розділі йтиметься про аналіз джерел коштів та їх використання. Без глибокого розуміння джерел та напрямів використання коштів і змін, що відбуваються у джерелах і напрямках використання коштів, менеджери не можуть оцінити, чого досягла фірма і в якому напрямі вона розвивається. Ретельний аналіз джерел та напрямів використання коштів визначить, до якої межі фірма покладається на кредити чи власний капітал. Цей аналіз також покаже те, чи достатньо ефективно використовуються залучені та власні кошти, аби фірма мала досить грошей в обігу, купувала сировину і матеріали, нарощувала фіксовані активи, зменшувала заборгованість, сплачувала дивіденди тощо.

Коли джерела та напрямі використання коштів будуть визначені, підприємці вирішують, чи надійні ці джерела і що слід змінити, аби в майбутньому забезпечити грошові надходження. Це також дасть змогу визначити, чи збігаються напрямі використання коштів із загальною стратегією фірми, бо якщо ні, то слід вжити заходів щодо виправлення такого становища.

Джерелами коштів фірми є: гроші на рахунок; цінні папери, що швидко реалізуються; дебіторська заборгованість; амортизація; довготерміновий борг; нерозподілені прибутки. Напрями використання і розміщення коштів фірми такі: сировина і матеріали; фіксовані активи; кредиторська заборгованість; короткотермінові позики; інші борги.

Отже, аналіз джерел і напрямів використання і розміщення коштів показує, як фінансується фірма і як використовуються її ресурси. Цей аналіз є складовою фінансового планування і контролю. Зменшення суми активів, зростання заборгованості і капіталу — це джерела коштів. Зростання суми активів, зменшення заборгованості й капіталу — це використання коштів.

Оскільки кожний товарний ринок по-своєму своєрідний, неможливо дати універсальних рекомендацій. Розглянемо кілька умовних прикладів, щоб зрозуміти сутність підходу до умов ринку.

Приклад. Ринок електро побутових товарів, наприклад, телевізорів. Основний споживач телевізорів — сім'я. Для визначення потенційної місткості українського ринку телевізорів слід знати чисельність населення, середній розмір сім'ї, термін служби телевізорів, коефіцієнт забезпечення телевізорами (кількість телевізорів на 100 сімей). Усі ці дані публікує офіційна статистика.

Припустимо, що чисельність населення України 50 млн чол., середній розмір української сім'ї — 3–4 чол., коефіцієнт забезпеченості — 1,1 (110 телевізорів на 100 сімей), отже, ринок насичений. Термін служби телевізора 7 років.

Місткість ринку в нашому прикладі — $50 : 3,4 : 7 = 2,1$, тобто становить 2,1 млн шт. на рік.

Вторинний попит (телевізор на кухню, дачу, заміна на кольоровий тощо) у сучасних умовах приблизно дорівнює 10–15 % загальної місткості ринку.

Загалом потенційна місткість ринку українських телевізорів становить близько 2,21 млн шт. на рік.

Далі починають діяти чинники платоспроможного попиту, які визначатимуть фактичний обсяг продажу телевізорів. У результаті аналізу ми маємо розглянути динаміку обсягу продажу телевізорів і динаміку доходів населення.

Що ж до конкуренції галузі, то слід зазначити, що помилка багатьох фірм полягає у тому, що вони часто не знають своїх конкурентів.

Головною проблемою під час аналізу конкуренції в бізнес плані є те, що досить складно спостерігати за всіма реальними і потенційними конкурентами, тому слід виділити їхні стратегічні групи, завести на них картотеку. *Стратегічна група* — це група фірм у галузі, які є вашими прямими конкурентами або використовують подібні стратегії діяльності на ринку.

Приклад. Ви вирішили придбати міні-хлібопекарню, тоді конкуренцію вам складуть дві стратегічні групи:

- великі хлібозаводи, розміщені в зоні діяльності вашого бізнесу;
- міні-хлібопекарні, розміщені поблизу.

Щоб визначити сильні та слабкі сторони конкурентів і ваші переваги, потрібно знати про конкурентів такі дані: наявність торговельної марки; асортимент продукції (послуг); обсяг продажу; ціни і знижки; основні клієнти; рекламна політика; стимулюючі заходи та інші важливі з вашої точки зору показники, чинники і події.

Конкретні переваги є основою стратегії будь-якої фірми. Наведено такі загальні стратегії:

- конкретні переваги за рахунок низьких порівняно з конкурентами витрат виробництва (стратегія низької собівартості, але не обов'язково низької ціни);

- стратегія диференціації продукції, тобто пристосування її до попиту певних груп споживачів;

- стратегія першопродвижника (фірма інноваційного типу, яка постійно поновлює асортимент своїх товарів).

Ключ до успішного підприємництва лежить у щирій зацікавленості бізнесмена до структури потреб покупців. Основне, що слід знати про споживачів (покупців):

- хто ваші споживачі, ваш цільовий ринок;

- які їхні потреби, побажання щодо ваших товарів;

- мотиви покупок (чому купують саме ваш товар);

- потреби, які можуть стати джерелом ідей щодо вдосконалення товарів або розроблення принципово нових товарів;

- реакція споживачів на появу на ринку нового товару. Основним джерелом інформації про споживачів є самі споживачі. Тому постійно підтримуйте контакти із споживачами (бесіди, особисті контакти, опитування), тим більше, що смаки, побажання, мотиви покупок з часом змінюються.

Аналіз збуту продукції — одна з найважливіших складових у бізнес-плануванні. Нині існує кілька методів прогнозування обсягу продажу. Проте жодний з них не може дати точну картину реальних можливостей збуту. Основні методи прогнозування обсягів продажу такі:

1. Інтуїція. Оцінка майбутнього обсягу продажу ґрунтується на даних про збут (аналіз минулого продажу), у відгуках продавців та споживачів і доповнюється інтуїтивною реакцією «на загальний стан справ». Цей підхід найдешевший для бізнесмена, проте він досить суб'єктивний і не підходить для довготермінових оцінок, може використовуватися у фірмі, ринок якої стабільний або змінюється передбачуваними темпами.

2. Огляд ринку. Основою цього методу є інформація про ситуацію на ринку (збирання і аналіз статистичних даних). Чим точніша техніка збирання і аналізу даних, тим точніша інформація про ринок.

3. Аналіз динаміки продажу. Встановлюється залежність між продажем і часом. Три групи чинників визначають рух продажу в часі (сезонний, циклічний) і чинники, які формують тенденції споживання.

4. Економетричні моделі. Сутність цього підходу полягає у прагненні показати обсяг продажу як функцію від багатьох змінних.

Спеціалісти західних фірм використовують паралельно кілька методів прогнозування збуту. Аналізуючи здобуті результати, спираються переважно на наявний досвід, інтуїцію і особливе управлінське мистецтво, пов'язане з умінням приймати правильні рішення в умовах невизначеності.

Ефективність збутової діяльності досліджується за обсягом продажу, виручки, часом збуту і територією розповсюдження.

Аналіз ринку товару. Кожний товар з точки зору споживачів може розглядатися на трьох рівнях: задум товару, його реальне виготовлення, супроводження товару (рис. 8.2).



Рис. 8.2. Три рівні товару з точки зору споживачів

Товар за задумом визначає його конкретне призначення, тобто для чого він потрібний. Реальне виготовлення товару визначає його товарний вигляд, привабливість для покупця. Воно включає: товарний знак, а в ширшому розумінні — фірмовий стиль, якість продукції, дизайн, упаковку та інші споживні властивості. Причому, чим більше споживних властивостей має товар, тим вища ціна встановлюється на нього.

Продаж товару, як правило, супроводжується наданням певних додаткових послуг (третій рівень товару — товар і його супроводження). Це такі послуги, як підготовка товару перед продажем, комплекс послуг щодо продажу (демонстрація, навчання, доставка, продаж у кредит, гарантія повернення грошей тощо), а також обслуговування після продажу, яке поділяється на гарантійне і післягарантійне.

Усі фірми, що працюють успішно, приділяють велику увагу новим товарам, які мають замінити товари, популярність і обсяг продажу яких падають. У західному менеджменті існує особливий розділ «управління продуктом» зі своїми специфічними методами визначення сильних і слабких сторін кожного товару. Основні підходи такі:

► поділ товарів за категоріями з точки зору їх прибутковості, потрібних капіталовкладень («дійна корова» — продукт, що приносить сьогодні основний прибуток, завтрашня «дійна корова» — сьогодні її слід підтримати додатковими капіталовкладеннями за рахунок «дійної корови», невдалі товари зняті з виробництва);

► теорія життєвого циклу полягає в тому, що будь-який товар проходить на ринку чотири стадії: I — виведення, II — зростання, III — зрілість, IV — скорочення обсягів продажу (мал. 8.3).

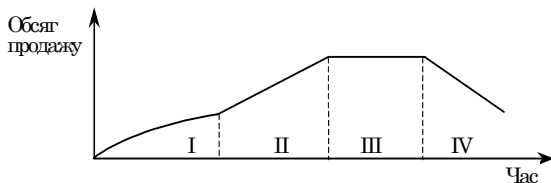


Рис. 8.3. Життєвий цикл товару

Кожна стадія потребує особливого підходу, різних маркетингових заходів. Наприклад, якщо ви тільки виходите на ринок з новим товаром, то слід провести інтенсивну рекламну кампанію, мета якої — розтлумачити покупцям вигоди від придбання певного товару. На стадії зростання слід з'ясувати думку і пропозиції покупців щодо товару і його характеристик, щоб внести у разі потреби зміни в товар.

Підсумком успішної діяльності щодо керування продуктом є, як правило, широка номенклатура і різноманітний асортимент виробів. Наприклад, фірма «Сіменс» випускає 44 типи холодильників (асортиментний ряд), понад 30 видів пральних машин і безліч іншої побутової техніки (широка номенклатура).

Плануючи діяльність, пов'язану зі створенням нових товарів, які з'являються на ринку, потрібно врахувати, що в середньому на світовому ринку діє така пропозиція — 70 : 20 : 10. Переважна частина новинок (70 %) є модифікацією старих товарів — незначні зміни в самому товарі, зміни упаковки, методів збуту і просування; 20 % — товари зі змінами в конструкції, споживних властивостей, дизайну і лише 10 % становлять дійсно нові товари.

У бізнес-плані обов'язково зазначають, як установлюватиметься ціна на продукцію і порівнюють свої ціни з цінами конкурентів (вищі, нижчі, на рівні цін конкурентів).

Визначення ціни — досить важливий процес, який обов'язково має враховувати еластичність попиту.

Крім того, слід проаналізувати, як на ринку вашого товару відбувається ціноутворення, хто диктує ціни (виробники чи споживачі), який рівень знижок з ціни, що надаються вашими конкурентами (табл. 8.2).

Таблиця 8.2. Аналіз організації ринку товарів

Можливі запитання	Можливі відповіді				
	1	2	3	4	5
Чи розуміє фірма свої сегменти ринку і вимоги цих сегментів до товарів?	Ні	Туманно	Не дуже	Непогано	Дуже добре
Чи знає фірма побажання споживачів щодо її товарів?	Ні	Туманно	Мало	Непогано	Дуже добре
Чи добре фірма розуміє структуру витрат і прибутковість кожного товару?	Ні	Невизначено	Мало	Непогано	Добре
Якість вашої продукції порівняно з продукцією ваших конкурентів	Набагато гірша	Гірша	Приблизно однакова	Краща	Набагато краща
Міра змін товару за останні 5 років, %	10	20	30	40	50
Рівень контролю за новими товарами	Дуже низький	Низький	Середній	Високий	Сильний
Який відсоток упаковки не змінився за останні 5 років?	80	50	40	30	20
Як довго використовується торговельна марка?	Немає зовсім	Тільки розробляється	Тільки зареєструвалися	Кілька років	Давно
Який рівень сервісного супроводження вашої продукції?	Дуже низький	Низький	Середній	Високий	Сильний
Чи впливали зміни цін на обсяг продажу?	Дуже сильно	Істотно	Незначно	Небагато	Ні
Витрати на рух товарів	Дуже великі	Великі	Середні	Невеликі	Немає
Вигоди від продажу товару через торговельну мережу	Жодних	Невеликі	Незначні	Істотні	Досить істотні
Яка частка від продажу належить восьми найбільш важливим споживачам?	80	60	50	40	30
Коли ви востаннє повідомляли про свою діяльність у місцевій пресі, журналах?	Ніколи	Три роки тому	Два роки тому	У минулому році	Недавно
Коли ви востаннє оцінювали ефективність витрат на просування товарів?	Ніколи	Три роки тому	Два роки	У минулому році	Недавно
Які спеціальні стандарти встановлено для службовців?	Немає	Деякі правила	Кілька	Багато	Досить багато
Як організована робота зі скаргами клієнтів?	Ніяк	Погано	Так собі	Непогано	Добре

Досить важливими складовими аналізу ринку товару є система руху та збут.

Просування товарів на ринок — це комплекс заходів, спрямованих на формування попиту і стимулювання збуту продукції, тобто врешті-решт — на збільшення обсягу продажу.

Просування включає в себе рекламу, заходи щодо формування громадської думки (паблік рілейшнз).

Витрати на просування товару залежать від природи товару і його ринку.

Збут продукції — це процес її продажу. В будь-якому підприємстві є дві можливості збуту продукції: продавати самим або через посередників.

У бізнес-плані обов'язково зазначають, як здійснюватиметься збут продукції.

Відоме правило «80 : 20» наголошує: 80 % обсягу продажу фірми випадає на 20 % покупців.

У міру насичення ринку і загострення конкурентної боротьби за споживача, фірми починають застосовувати різні стимулюючі заходи для споживачів та посередників: знижки, купони, лотереї, безкоштовне обслуговування кожного певного покупця.

З метою розширення обсягу продажу своєї традиційної продукції фірми завдяки наданню додаткових послуг споживачам, рекламі й активізації діяльності щодо просування товару розробляють різні стратегії. До них належать, зокрема, стратегії: розроблення товару; розвитку ринку товару; диверсифікації.

Стратегія розроблення товару передбачає, що фірма розробляє нові товари, розширює номенклатуру товарів, збуваючи їх на добре відомому «старому ринку», відшукуючи і заповнюючи ринкові ніші. При цьому товари можуть бути новими для галузі або тільки для фірми. Ця стратегія найбільш сприятлива з точки зору мінімізації витрат і міри ризику.

Стратегія розвитку ринку спрямована на пошук нових ринків або нових сегментів ринку для тих товарів, які підприємства вже випускають. Дохід забезпечується завдяки розширенню ринку збуту.

Стратегія диверсифікації передбачає розроблення нових товарів і освоєння нових ринків одночасно. Це найбільш ризикована і дорога стратегія, але саме така стратегія може забезпечити успіх та стійкість фірми у нестабільному навколишньому середовищі.

Важливий аспект — аналіз структури витрат, собівартості продукції. Такий аналіз досить важливий з точки зору довготермінового виживання фірми. Якщо він відсутній, то його проведення має стати центральною частиною бізнес-плану.

У західних фірмах основою контролю над витратами виробництва і збуту є система складання бюджетів. Фінансовий директор звичайно використовує щотижневий бюджет, аналізує його виконання і

вносить необхідні корективи, насамперед із фактичного надходження грошей на рахунок фірми. Якщо на рахунку фірми з'являються додаткові гроші, то фінансовий директор має негайно направити їх в обіг, не допускаючи того, щоб гроші лежали «мертвим» капіталом. Якщо ж виявиться збільшення витрат, то приймаються такі самі оперативні заходи для скорочення незапланованих витрат (табл. 8.3).

Таблиця 8.3. Аналіз виробничих проблем

Можливі питання	Можливі відповіді				
	1	2	3	4	5
Який відсоток прямих витрат у вартості товару (матеріали, праця, обладнання)?	0	10	40	70	90
Коли фірма востаннє аналізувала витрати сировини і матеріалів на виробництво товарів?	Ніколи	5 років тому	3 роки тому	2 роки тому	Постійно
Коли востаннє оцінювалися переваги і недоліки розвитку виробничої кооперації?	Те саме	Те саме	Те саме	Те саме	Те саме
Який рівень використання виробничих потужностей фірми, %?	30	40	50	70	90
Кількість фірм, які поставляють більшу частину комплектуючих (сировини, пального)	1	4	8	12	15
Який відсоток обладнання фірми належить замінити на більш ефективне?	50	30	20	10	5
Яка система контролю якості товару (послуг) використовується на фірмі?	Ніяка	Неформальна	Елементи контролю	Вибірковий контроль	Контроль за зразками
На скільки зросла продуктивність праці в минулому році, %?	0	1	2	3	4
Коли фірма востаннє запрошувала спеціалістів зі сторони для виробничого процесу?	Ніколи	5 років тому	3 роки тому	У минулому році	Постійно
Яка кількість готової продукції зберігається на фірмі до 6 місяців, %?	25	20	15	10	5

Витрати на матеріали, сировину і комплектуючі становлять великі суми для багатьох фірм, тому будь-які зміни в рівні цих складових відбиваються на фінансовому стані фірми.

Аналізу підлягає виробнича структура фірми, завантаження обладнання, ступінь його оновлення, система контролю якості продукції на підприємстві, темпи зростання продуктивності праці.

Проведення аналізу фінансового стану фірми допомагає бізнесмену розібратись у таких питаннях:

1. Як організована система бухгалтерського обліку на вашому підприємстві?

2. В якому стані перебувають фінанси вашої фірми?

Основні відомості, що готує бухгалтерія для складання бізнес-плану фірми, такі:

► прогноз і аналіз структури та динаміки витрат на виробництво, в тому числі постійних (незалежних від обсягів виробництва) і змінних (залежних від обсягів виробництва), прямих і накладних;

► аналіз відхилень фактично досягнутих показників від запланованих;

► розрахунок безбитковості з найважливіших видів продукції;

► аналіз стану дебіторської і кредиторської заборгованості тощо.

Західні підприємці досить часто заводять картотеку «безнадійних боргів» та відповідних споживачів.

Фінансовий аналіз заснований на даних бухгалтерського обліку і звітності, насамперед балансів і додатків до них, і ґрунтується на розрахунку різних фінансових показників, їх вивченні та інтерпретації.

Основними цілями розрахунку є:

1. Допомога в інтерпретації даних, які містяться у фінансових документах, установлення істотних відношень і тенденцій, які можуть бути неочевидними із окремих фінансових документів;

2. Порівняння результатів у провідних галузях, при цьому порівняльними величинами можуть бути різні періоди, планові й фактичні дані та різні підприємства.

3. Визначення і оцінювання як відносних, так і абсолютних результатів діяльності фірми. Аналізу фінансових показників властиві дві принципові групи недоліків:

1) пов'язаних з первинною інформацією;

2) пов'язаних власне з аналізом:

► небезпека спрощеної інтеграції;

► необхідність вибору коефіцієнтів для розрахунку (не завжди слід покладатися на стандартні коефіцієнти);

► складність вибору і використання подібних аналогів для порівняння.

Визначальними сферами інтересу, які охоплюють фінансові коефіцієнти, є:

► зростання;

► дохідність і результати діяльності;

► платоспроможність і фінансова стабільність;

► фінансування;

► результати інвестицій.

Отже, фінансові звіти є основним джерелом інформації про фірму для сторонніх осіб і організацій: кредиторів, інвесторів, постачальників, споживачів та клієнтів.

Фінансовий аналіз дає уявлення про те, як ефективно керівники фірм використовують наявні в них ресурси (табл. 8.4).

Аналіз кадрового забезпечення. Багато фірм, особливо створених недавно, швидко усвідомлюють, що потрібні люди, які здатні виконати заплановане, потрібна надійна команда, а також система управління персоналом. В основі вдосконалення системи і методів управління має бути людський чинник.

Кадрове забезпечення — одна з функцій бізнесу. Основні функції кадрової служби бізнесу такі:

- визначення потреб у кадрах на перспективу;
- забезпечення виробництва кваліфікованою робочою силою: відбір, найм, організація виведення персоналу (вихід на пенсію, звільнення), аналіз причин плинності кадрів тощо;

Таблиця 8.4. Фінансовий аналіз

Можливі запитання	Можливі відповіді		
	1	2	3
У вашій фірмі здійснюється управління собівартістю продукції?	Тільки облік	Нормування та аналіз відхилень	Планування
Чи відома вам структура собівартості продукції вашої фірми?	У загальних рисах	Окремої партії	Кожної операції
Яка динаміка накладних витрат (відсоток накладних витрат у структурі витрат)?	Зростання	Без змін	Зниження
Яка динаміка дебіторської заборгованості в структурі обігових коштів?	Те саме	Постійна	Те сама
Яка динаміка кредиторської заборгованості в структурі обігових коштів?	»	Те саме	»
Який розмір простроченої кредиторської і дебіторської заборгованості?	Немає	Менше ніж 5 %	Більше ніж 10 %
Чи накладалися на вашу фірму штрафні санкції податкової інспекції?	Ні	Один раз	Багаторазово
Чи є у вашої фірми безнадійні борги?	Ні	Менше ніж 5 % від кредиторської заборгованості	Більше ніж 10 % від кредиторської заборгованості
Скільки показників ви використовуєте для фінансового аналізу?	1	3	10
Як змінюється рівень запасів на вашому підприємстві?	Зростання	Зниження	Постійний
Скільки методів ви використовуєте для оцінювання ефективності інвестицій (придбання обладнання, будівництво, купування фінансових активів тощо)?	0	1	3
Грошові засоби вашого підприємства (у складі обігових коштів)	Зниження	Коливання	Постійні

► забезпечення розвитку працівників: атестація і оцінювання рівня кваліфікації, організація системи просування по службі, профорієнтація і перепідготовка;

► удосконалення організації стимулювання праці, соціальних виплат;

► консультації з трудового законодавства, участь у роботі, пов'язаній з укладанням колективних договорів, розглядання скарг, претензій, контроль за трудовою дисципліною.

У підприємницьких структурах існує ідея «продуктивність і якість — від людини». Ось чому кадрові служби в них перетворюються на центри з розроблення і реалізації планів використання трудового потенціалу. Від кадрових служб вимагається не лише добре знання фундаментальних принципів кадрової роботи, а й розуміння основних проблем фірми в галузі організаційних структур, систем і методів контролю, нововведень, стимулювання працівників тощо (табл. 8.5).

Таблиця 8.5. Аналіз системи управління фірмою

Можливі запитання	Можливі відповіді				
	1	2	3	4	5
Чи ознайомлений персонал фірми з її планами?	Ні	Майже нічого не знає	Дещо знає	Знає	Добре знає
Чи бере участь персонал фірми у одержанні частини прибутку?	Ні	Небагато	Незначно	Частково	Більше ніж 15 %
Як фірма розподіляє повноваження і встановлює відповідальність за допомогою складання робочих інструкцій?	Ніяк	Погано	Уривчисто	Порівняно добре	Добре
Як фірма визначає потребу в кадрах на перспективу?	Ніяк	Погано	Уривчисто	Частково	Добре
Скільки робітників виконують роботу таку саму, як і 5 років тому, %?	80	60	40	30	20
Яка процедура зарахування на роботу?	Проста	Неістотна	Приблизна	Деталізована	Досить деталізована
Який відсоток персоналу не пройшов будь-якого навчання за останні два роки?	95	75	50	40	30
Як змінився рівень травматизму і пропусків за хворобою?	Дуже збільшився	Збільшився	Майже без змін	Зменшився	Дуже зменшився
Як ви оцінюєте роботу щодо врегулювання оплати праці на фірмі?	Ніяк	Погано	Припустимо	Так собі	Добре
Який рівень розуміння юридичних зобов'язань фірми?	Нульовий	Наближений	Невеликий	Детальний	Дуже детальний

8.4. Чинники успіху в бізнесі

Конкурентні переваги. Конкурентні переваги — це ті унікальні відчутні і невідчутні активи, якими володіє фірма, ті галузі діяльності, які стратегічно важливі для певного бізнесу, що допомагають перемагати в конкурентній боротьбі. Конкурентні переваги існують тоді, коли ви можете одержати рентабельність, вищу від середньої для фірм певної галузі або сегмента ринку.

Конкурентні переваги неможливо зрозуміти, вивчаючи підприємство в цілому, оскільки вони формуються упродовж різнобічної діяльності: проектування, виробництво, маркетинг, збут, а також виникнення динамічних функцій. Саме такий аналіз дає змогу визначити, де ви конкурентоспроможні, а де вразливі, і що лежить в основі вашої конкурентоспроможності, які помітні і непомітні ресурси.

Помітні, або відчутні, ресурси — це фізичні і фінансові активи фірми, відображені в бухгалтерському балансі (основні фонди, запаси, грошові засоби тощо).

Невідчутні ресурси, або нематеріальні активи, — це, як правило, якісні характеристики фірми. До них належать не пов'язані з людьми невідчутні активи — торговельна марка, престиж, імідж фірми і невідчутні людські ресурси — кваліфікація персоналу, досвід, компетенція, популярність управлінської команди, в цілому людський капітал. Деякі компоненти невідчутних ресурсів (торговельна марка, «ноу-хау») відповідно до нового плану бухгалтерських рахунків можуть бути оцінені експертно і враховані у статті «Нематеріальні активи».

На практиці конкурентні переваги можуть мати різноманітні форми залежно від специфіки галузі, товару і ринку. Головна вимога — ви повинні відрізнятися від конкурентів реально, виразно й істотно. Намагайтеся захистити свої конкурентні переваги (монополія, патенти, таємність тощо).

Фірма, як правило, має кілька (4 – 5) конкурентних переваг.

Стратегія досягнення конкурентних переваг для вашої фірми — це диференціація продукції (послуг) та лідерство у витратах (собівартості), а також стратегія першопрхідника (ранній вихід на ринок), фокусування (зосередження), синергізм.

Диференціація означає, що фірма прагне до унікальності у якомусь аспекті, важливому для великої кількості покупців і клієнтів.

Параметри диференціації специфічні для кожної галузі. Вона може торкатися самої продукції, способів її доставки і продажу, маркетингу або будь-яких інших чинників.

Синергізм у бізнесі — це явище в діловій практиці, яке означає, що сукупний результат перевищує суму окремих ефектів, тобто $2 + 2 > 4$.

До джерел унікальності належать: репутація якості товару; сервіс, який забезпечує фірма (доставка, кредит, ремонт, навчання, за-

міна і модернізація тощо); визначне ім'я фірми (імідж); орієнтація на споживача, його запити та побажання; майстерність і досвід працівників; відмінні риси товару; технічні новації і пріоритети; збутова мережа (прямий продаж, дилерська мережа); місцезнаходження підприємства; інтенсивність окремих маркетингових заходів.

Приклад диференціації в автомобільній галузі: надійність — «Вольво», престиж — «Мерседес», економічність — «Фольксваген».

Перевагами у витратах (собівартості), як правило, є такі складові відмінностей у їхньому рівні:

- економія на обсязі виробництва (масштаб);
- економія за рахунок навчання персоналу та поліпшення організації праці;
- удосконалення конструкції товару;
- автоматизація виробничих процесів і збуту;
- місцезнаходження фірми;
- урядові пільги, субсидії тощо;
- культура низьких витрат;
- низькі витрати на сировину, трудові ресурси і збут товарів;
- більш низькі витрати за рахунок угод з постачальниками, інтеграції тощо.

Що ж до переваг першопроходця, то це стійка конкурентна перевага, яка може припустити надвисоку прибутковість (не нормальну) і швидке зростання фірми. Ця перевага полягає у тому, що хтось є першим у певному бізнесі, на певній території або на новому ринку. Нові ринки виникають унаслідок створення нових технологій, нових особистих потреб, проблем навколишнього середовища, нових підходів для розміщення грошей і управління ризиком.

Особливості переваг першопроходця полягають у тому, що:

- вони ґрунтуються на використанні нововведень (організаційних, технологічних);
- вони пов'язані з великим ризиком, але забезпечують у разі успіху вищу прибутковість;
- їх простіше завоювати, важче зберегти.

Якщо застосовуються нововведення (нові ідеї), важко готувати бізнес-план, оскільки не можна використати свій досвід, екстраполювати минулі тенденції.

Мета діяльності фірми. Провівши детальний аналіз діяльності фірми в минулому та стану галузі, можна переходити до наступного етапу складання бізнес-плану — визначення цілей діяльності фірми. Тут можуть бути два варіанти, або підходи.

Сутність першого проста і добре відома спеціалістам з управління:

➤ встановити мету, виходячи із досягнутого рівня, додаючи, припустімо, 3 – 5 % до цифр минулого року. Це так званий метод «планування від досягнутого».

Другий підхід складніший, він передбачає поділ етапу визначення цілей на наступні роки:

➤ визначення місії (філософії) бізнесу;

➤ встановлення довготермінових загальних цілей на плановий період;

➤ визначення конкурентних цілей і завдань.

Основна перевага такого поетапного підходу в тому, що він змушує спеціалістів, які займаються бізнес-плануванням, думати, чого вони бажають досягти і яким чином.

Місія, або філософія, вашого бізнесу визначає сутність, масштаби фірми, перспективи її зростання і відмінність від конкурентів. Місія відображає також призначення діяльності фірми та її організаційну культуру, допомагає споживачу визначити, чим займається фірма.

Отже, визначення місії бізнесу тісно пов'язане з маркетингом і передбачає відповідь на запитання «Яку користь ми можемо принести нашим споживачам і як досягти при цьому більшого успіху на ринку?».

Порівняйте два підходи до бізнесу: ви можете відкрити перукарню або салон краси для жінок. Другий підхід витікає з потреб споживачів і розглядає бізнес ширше, з перспективою зростання: сьогодні лише зачіски, завтра макіяж, лікарські процедури тощо. Місце бізнесу в цьому разі можна визначити, наприклад, так: «Ми робимо жінок красивими».

Місія має визначатися порівняно простими виразами у сприятливій для сприйняття формі, здебільшого це бувають гасла.

Місія бізнесу має величезне значення ще і тому, що вона:

➤ дає змогу подивитися на діяльність фірми «з висоти пташиного польоту», без чого довготермінова конкуренція неможлива;

➤ допомагає співробітникам фірми краще зрозуміти її діяльність;

➤ сприяє доведенню інформації до акціонерів, споживачів і постачальників;

➤ враховує ринкові потреби, характеристики споживачів і особливості товару (послуги) та наявність конкурентних переваг.

Аналіз поточного стану галузі, ринку, виробничої, фінансової, кадрової та іншої діяльності фірми допоможе вам виявити ваші слабкі сторони і проблеми, над якими слід попрацювати.

Використовуючи результати аналізу зовнішнього середовища і внутрішніх можливостей фірми, визначте загальну довготермінову мету фірми.

Мета має бути зрозумілою, вимірною і досяжною.

Приклад.

У результаті аналізу поточної діяльності фірма встановила, що її основна проблема — якість продукції. Керуючись тим, що будь-яка мета повинна мати чітке і зрозуміле формулювання та кількісний вираз, фірма встановила мету на три роки — скоротити кількість вибракуваних виробів з 9 % на цей час до 2 % — до кінця третього року, тобто через рік буде 7 %, через два — 4, а через три роки — 2 %.

Звичайно, ця мета охоплює практично всі сфери фірми і взаємопов'язана з багатьма чинниками. Встановити ці чинники і взаємозв'язки — ваше завдання.

Якість-ціна: поліпшення якості сприяє підвищенню ціни на товари.

Якість-персонал: має відповідати кваліфікація працівників, система контролю якості.

Якість-репутація фірми тощо.

Процес установлення взаємозв'язків дасть вам нові переваги:

► ви зможете визначити найважливіші складові майбутнього успіху;

► покращиться ваше розуміння бізнесу і того, як кожне управлінське рішення впливає на різні сфери діяльності.

Сформулюйте основні припущення щодо дії кожного зафіксованого вами чинника (табл. 8.6). Візьмемо, наприклад, ціни. Що впливає на ціни? Стан конкуренції, ступінь насиченості ринку, витрати на рекламу та інші заходи щодо просування товару на ринок.

Таблиця 8.6. Взаємозв'язок чинників і основні припущення щодо них

Сфера діяльності	Ключові проблеми	Чинники	Основні припущення
Виробництво	Якість	Кадри Ціни	Конкурентні ставки, зарплата Конкуренція без змін
Маркетинг	Збут	Технологія Ціни Реклама Посередники	Те саме Ціни не підвищуються Витрати не скоротяться Створиться дилерська мережа
Фінанси І т. д.	Грошові кошти		

Розглянута процедура допоможе вам провести аналіз чутливості бізнес-плану до змін, висунутих пропозицій.

Проведена робота з виявлення сильних і слабких сторін діяльності фірми, її конкурентних переваг, ключових припущень до кожної сфери дає змогу одержати чітке уявлення про те, чого фірма може досягти, і встановити конкретні завдання. Як правило, це 2–3 показники по тих сферах, які є вирішальними для успішного бізнесу.

Приклад. Конкретні завдання можуть бути такими:

- *виробництво*: встановити нове обладнання в цеху № ...;
- *маркетинг*: кожний рік пропонувати на ринок новий товар; збільшити обсяг продажу на 5 %; розширити кількість споживачів на 10 %;
- *фінанси*: збільшити рентабельність з 10 до 12 % на кінець року;
- *кадри*: ввести систему участі в прибутку до кінця другого року;
- скоротити плінність з 10 до 7 %.

Отже, першим і, ймовірно, найвирішальнішим рішенням є вибір місії організації і конкурентних цілей щодо її забезпечення. Місія одночасно є орієнтиром для прийняття управлінських рішень. Завдання організації, як уже зазначалося, мають бути конкретними, вимірними, орієнтованими в часі, довго- або корототерміновими, досяжними і керованими.

Інформація для бізнес-планування та можливі ризики. Інформація, потрібна для бізнес-плану, складається з двох частин: зовнішньої та внутрішньої (рис. 8.4). Таку інформація збирають у результаті бізнес-аналізу, який обов'язково проводять перед складанням бізнес-плану.

Достовірна, якісна інформація дасть змогу:

- оцінити вашу ідею, проект;
- визначити ставлення споживачів;
- оцінити стан конкуренції;
- знизити підприємницький ризик.

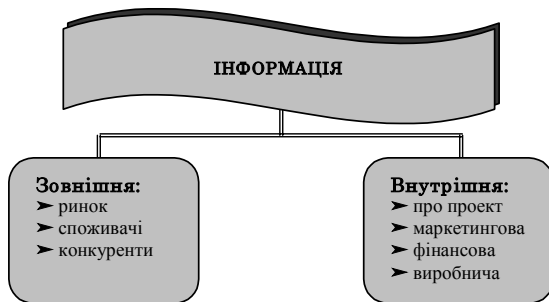


Рис. 8.4. Інформація для бізнес-планування

Інформація про зовнішнє середовище може бути вторинною і первинною.

Вторинна інформація — це дані, що зібрані і опубліковані іншими. Робота з такою інформацією називається *кабінетними дослідженнями* або *вторинним аналізом*. Така інформація цінна при ви-

вченні місткості ринку, стану цін, асортименту продукції, обсягу продажу, політики просування продукції конкурентів.

Ваша внутрішня інформація також вторинна. Переваги і недоліки вторинної інформації наведено в табл. 8.7.

Таблиця 8.7. Переваги і недоліки вторинної інформації

Переваги	Недоліки
Інформація збирається досить швидко	Інформація може вам не підійти, бо збиралася для інших цілей
Інформація порівняно недорога	Може бути застарілою
Може бути кілька джерел інформації, що дає змогу порівнювати і зіставляти	Можуть бути протиріччя в інформації
Можуть бути дані, які фірма зібрати не може	Методологія її збирання і опрацювання невідома
Вона допомагає на стадії попереднього дослідження	Можуть публікуватися не всі її результати
	Надійність інформації не завжди відома

Вторинна інформація має бути свіжою, точною, достовірною, надійною і стосуватися вашої галузі.

Основні джерела вторинної інформації:

- урядова інформація;
- періодичні видання;
- книги, монографії та періодичні видання;
- комерційні дослідницькі організації.

Джерелами вторинної інформації є також річні звіти фірм, рекламні проспекти і каталоги, дані, одержані на конгресах, симпозіумах, нарадах і презентаціях, інформація, здобута на виставках, ярмарках, інформаційні дані бірж, банків, різних асоціацій і союзів.

Кабінетні дослідження важливі для прогнозів, але оскільки вторинна інформація завжди запізнюється, то вона, по можливості, має доповнюватися результатами польових робіт (первинної інформації).

Первинна інформація — це дані, спеціально зібрані для вирішення конкретних проблем або питань. Цінність первинної інформації наведено в табл. 8.8.

Польові дослідження фірма проводить сама або за допомогою спеціалізованих організацій, які незамінні при вивченні думки споживачів, дослідженні ефективності реклами, упаковки, якості товару. Якщо фірма дійшла висновку щодо проведення первинних досліджень, то слід розробити структуру дослідження, заміни і модернізації тощо, визначне ім'я фірми (імідж); орієнтацію на споживача, його запити та побажання; майстерність і досвід працівників; відмінні рисі товару; технічні новації і пріоритети; збутова мережа (прямий продаж, дилерська мережа).

Таблиця 8.8. Переваги і недоліки первинної інформації

Переваги	Недоліки
Збирається відповідно до вашої мети Методологія збирання відома і контролюється Усі результати доступні, їх не можна приховати від конкурентів Можна визначити надійність інформації	Збір інформації може зайняти багато часу Можуть бути великі витрати Деякі види інформації неможливо одержати Підхід фірми може мати обмежений характер

Види і обсяги зібраної інформації залежать від поставленої вами мети, завдання, а також наявних ресурсів і часу. Наприклад, щоб з'ясувати думку потенційних споживачів на стадії складання бізнес-плану достатньо провести невелике опитування (близько 50 чол.) по телефону або у вигляді особистого інтерв'ю. Це недорого і досить швидко.

Методи, які використовуються при збиранні зовнішньої інформації, наведено в табл. 8.9.

Таблиця 8.9. Джерела і методи одержання зовнішньої інформації

Етап	Джерело інформації	Метод
Первинний аналіз (польові дослідження)	Покупці Потенційні споживачі Конкуренти Торгові посередники	Опитування в різних формах: ➤ анкетування ➤ інтерв'ю ➤ «круглі столи» ➤ сегментація ринку Пробний продаж Закупівля зразків товару
Вторинний аналіз (кабінетні дослідження)	Друковані видання Комп'ютерні банки даних	Різні методи аналізу та прогнозування

Отже, для ефективного використання інформації слід розуміти, що інформація так само, як і гроші, матеріали, робоча сила, обладнання є одним із основних ресурсів фірми:

- вона надзвичайно важлива для виживання організації;
- повинна складати одну із статей витрат;
- використовуватися у потрібному місці і у відповідний час;
- застосовуватися з максимальною віддачею, щоб відшкодувати витрати на її одержання.

Сьогодні фірми проявляють підвищену зацікавленість до комерційної і економічної інформації. Інформація стає товаром, причому особливим, специфічним товаром, реалізація якого не зменшує його запаси.

Пам'ятайте, що інформація має цінність лише в тій мірі, в якій вона поліпшує управлінські рішення (табл. 8.10).

Таблиця 8.10. Аналіз використання інформації у фірмі

Можливі запитання	Можливі відповіді				
	1	2	3	4	5
Як легко можна здобути потрібну інформацію (доступну інформацію)?	Неможливо зовсім	Важко	Відносно легко	Легко	Дуже легко
Яку кількість інформації фірма може контролювати?	Дуже малу	Невелику	Середню	Велику	Досить велику
Яку кількість даних, розрахованих вручну, заносять щоденно у головні книги?	600	400 – 599	200 – 399	100 – 199	Понад 100
Скільки листів і документів встановленого зразка готується вручну кожного дня?	40	30	20	10	Менше ніж 10
Який час проходження замовлення, днів?	5	4	3	2	1
Як входить фірма у різні торговельні організації (біржі, торговельні дома, союзи, асоціації)?	Ніяк	Погано	Неповністю	Добре	Дуже добре

Можливі ризики в бізнесі. Підприємець витрачає час і гроші на організацію своєї справи у надії одержати грошову винагороду, що перевищує ту, яку можна було б отримати, якщо просто покласти ці гроші у банк. При цьому одночасно припускається можливість як одержати прибуток, так і втратити гроші, оскільки бізнес не може бути застрахований від ризику.

Усі проекти ризиковані тією чи іншою мірою, тому в бізнес-плані потрібно обов'язково зазначити чинники ризику, які можуть загрожувати успішній діяльності, і те, як ви збираєтесь захистити себе від впливу цих чинників.

Ризик — це невизначеність щодо майбутнього прибутку. Чинники ризику можна поділити на дві великі групи: макроекономічні і мікроекономічні (табл. 8.11).

Таблиця 8.11. Природа і причина ризиків

Макропричини	Інвестиційні ринки
Конкуренція політичних сил Військові конфлікти, безладдя, страйки Нові міжнародні союзи Інфляція	Націоналізація, перегляд договорів Експропріація Втрата власності, особистості Втрата свободи володіння (гроші, товари, власність) Майнове погіршення
Мікропричини	Ризик рентабельності
Зміни ринкових умов Нестабільна (ослаблена) економіка Політичні інтереси Інтереси місцевого бізнесу	Конкурентні переваги Ринкове погіршення Дискримінаційні податки або регулювання Операційні обмеження (заборони)

Згідно з довідником Вебстера, **«РИЗИК»** визначається як небезпека, можливість збитку або шкоди. Під ризиком розуміють імовірність (погрозу) втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоодержання доходів або появи додаткових витрат унаслідок виробничо-фінансової діяльності.

Потенційно інвестиційним проектам властиві три види ризиків, які істотно впливають на терміни окупності проектів. Ці ризики зумовлені:

- попитом на продукцію (ринкова невизначеність);
- технологією фірми (технологічний ризик роботи з неосвоеною технологією);

- поведінка конкурентів (невизначеність дій конкурентів).

Ринкові ризики можуть визначатися такими чинниками:

- конкурентів більше, ніж може витримати ринок;
- канали збуту не можуть обслужити всі фірми;
- обмеженість ресурсів;
- оманливе зростання ринку;
- купівельні переваги (покупці, наприклад, віддають перевагу імпортним товарам).

Одним із шляхів зменшення ризику (управління ризиком) є гнучкість цілей, ресурсів, організації і управління виробництвом. Способи забезпечення гнучкості такі:

- диверсифікація виробництва, децентралізація управління;
- зменшення використання спеціалізованих ресурсів (у тому числі обладнання);
- вкладання засобів у виробництво ресурсів, які використовуються у вашому бізнесі (горизонтальна і вертикальна інтеграція).

Оцінювання труднощів і ризиків — один із найскладніших розділів бізнес-плану. Тут важко дати будь-які рекомендації. Навіть планування, яке здійснюється на високому професійному рівні, не може істотно обмежити ризик, з яким стикається фірма, і гарантувати 100 % успіху. З цієї точки зору бізнес-план — не панацея від всіх бід і невдач. Він лише допомагає комплексно подивитися на проблеми фірми, можливості їх вирішення, виділити ключові проблеми і чинники успіху.

Приклад. Оцінювання ризику в бізнес-плані з розвитку виробництва м'ясопродуктів. Цей проект передбачає закупівлю обладнання для фасування, нарізування, упакування продукції, а також заміну обладнання на окремих технологічних операціях.

1. Проект орієнтований на розширення асортименту і поліпшення споживних властивостей випущеної продукції (якість, терміни зберігання, зручність і дизайн упаковки тощо), тому ризик, пов'язаний з ринковою невизначеністю попиту, є мінімальним і може бути подоланий за рахунок глибоких змін асортименту продукції і проведення грамотної маркетингової політики.

2. Ризик, спричинений відповідними діями конкурентів, також є мінімальним, що зумовлено характером місцевого ринку м'ясопродуктів і перспективами його зростання (характеристика ринку подається у відповідному розділі бізнес-плану), а також унікальністю продукції певної фірми.

3. Найбільшим є технологічний ризик, пов'язаний із використанням нової технології та обладнання. Зменшити цей ризик можна навчанням працівників фірми, у разі потреби стажуванням їх у фірмі-виробнику (відповідні витрати мають передбачатися в бізнес-плані, там само слід зазначити, де може відбуватися навчання).

4. Ризик, пов'язаний із псуванням і зникненням обладнання до моменту його доставлення на підприємство, має бути застрахованим. Порядок страхування визначається у договорі на поставлення обладнання.

5. Усі розрахунки бізнес-плану виконуються на одну дату. На момент прийняття рішення фінансові показники мають бути скориговані на коефіцієнти інфляції.

Отже, будь-який ризик є усвідомленим. Планування ніколи не може виключати ризик із економічних рішень, воно веде до кількісної оцінки усвідомленого ризику.

8.5. Технологія складання бізнес-плану. Структура бізнес-плану

Оскільки підприємцям доводиться вести справи в різних галузях агропромислового комплексу і сферах діяльності, то і форми бізнес-плану будуть різними у кожному конкретному випадку.

Складовими будь-якого бізнес-плану є три М — Management, Marketing, Money (управління, маркетинг, фінанси).

Розділи, пов'язані з управлінням, маркетингом і фінансуванням проекту, обов'язково притаманні будь-якому бізнес-плану, тому саме їм і приділяється більше уваги. Інші розділи плану можуть змінюватися залежно від специфіки діяльності і вашого проекту.

Нижче розглянемо основні розділи, які мають відображатися в бізнес-плані.

Короткий огляд, або резюме, проекту. Цей розділ є коротким (1 – 2 стор.) викладом плану з визначенням його привабливості для потенційних інвесторів. У ньому треба не просто перелічити питання, а наголосити на ключових проблемах, донести до читача виключно високу компетентність вашої фірми, зазначити чинники, які забезпечують вам успіх на конкурентному ринку. Особлива увага в цьому розділі приділяється таким питанням:

1. Скільки вам необхідно грошей?
2. Як будете використовувати одержані гроші?
3. Де і як збираєтесь продавати вашу продукцію?
4. Як плануєте повернути гроші вашим інвесторам?

Основні пункти цього розділу:

➤ короткий опис вашого бізнесу і ринку, на який ви орієнтуєтесь.

Потенційні можливості розвитку ринку;

➤ чим ваш бізнес несхожий на бізнес ваших конкурентів? Обґрунтуйте, за рахунок чого фірма досягне успіху;

➤ необхідний розмір інвестицій, очікувані доходи, перспективи для інвестора;

➤ якщо реалізація проекту дасть змогу вирішувати соціальні проблеми (використання праці інвалідів, молоді тощо), то покажіть їх.

! Важливе зауваження: хоча цей розділ стоїть на початку бізнес-плану, писати його слід після завершення всієї роботи, пов'язаної зі складанням плану. Розділ покликаний викласти план у досить скороченій формі, але водночас не позбавлений емоціональної форми. Він має викликати зацікавленість, надати проекту відчуття значущості.

Компанія і галузь, у якій вона зайнята. Мета розділу — навести тенденції розвитку галузі та місце фірми в ній. Ви маєте показати своє розуміння певної галузі, вплив зовнішніх чинників на її розвиток. Робота над цим розділом є першим кроком у прагненні донести до читача сутність вашого бізнесу, тому спробуйте коротко і зрозуміло викласти саму суть справи:

1. Основні напрями і цілі діяльності вашої фірми. Потреби ринку, які передбачається задовольнити.

2. Розміщення фірми, в яких географічних межах планується розвиток бізнесу (регіон, країна, світовий ринок).

3. Історія, минулі успіхи вашої фірми. На якій стадії розвитку перебуває ваша фірма?

4. Характеристика галузі, до якої належить ваш бізнес. Динаміка продажу товару за останні роки в Україні, у світі. Прогнози розвитку.

5. Частка вашої фірми в продукції галузі.

6. Що відрізняє вашу фірму від інших фірм галузі, ваші конкурентні переваги (персонал, місцерозміщення, ефективна система збуту, облік потреб споживачів тощо)?

7. Які закони, податки та інші чинники зовнішнього середовища впливають на певну галузь загалом і на вашу фірму зокрема? (державне регулювання, спеціальні податки, підтримка тощо).

Продукція (послуги):

1. Простий, без технічних деталей опис продукції (фото, малюнки, рекламні проспекти можна навести в додатках).

2. Відомості про патенти, торговельний знак, авторські права та інші об'єкти інтелектуальної власності.

3. Поточний стан (ідея, дослідне виробництво тощо).

4. Що робить вашу продукцію унікальною? У чому привабливість вашої продукції (відгуки експертів або споживачів, які вже знайомі з вашою продукцією, можна навести в додатках)?

5. Чим ваша продукція відрізняється від вітчизняних та імпортованих аналогів?

6. Чи може ваш товар експортуватися? Потреба у ліцензіях, квотах.



Важливе зауваження: ви краще за всіх знаєте свою продукцію або послуги, тепер постарайтеся у простій і зрозумілій формі донести свої знання до інвесторів. Опишіть характеристики і привабливі риси вашої продукції.

Ринок і маркетинг. У цьому розділі слід визначити і оцінити ринкові можливості вашого бізнесу. Оцініть істотні існуючі та потенційні потреби у вашій продукції. Дайте точну і реалістичну оцінку стану конкуренції, своїх сильних і слабких сторін порівняно з іншими фірмами. По можливості спирайтеся на дослідження ринку, а самі дослідження, якщо вони проводилися, винесіть у додатки.

Визначте:

1. Потенційних споживачів вашої продукції. Хто вони (фірми, індивідуальні споживачі)? Де територіально розміщені? У разі можливості визначте різні групи клієнтів (сегменти ринку), кількість майбутніх клієнтів, мотиви їх покупок тощо.

2. Особливості сегмента ринку, на який ви орієнтуєтесь (рівень задоволення потреб або рівень насиченості ринку, демографічні особливості, географічні межі, тенденції розвитку).

3. Розмір (місткість) ринку і перспективи його розвитку. Ваш відсоток на ринку. Можливий обсяг продажу, бажано за роками.

4. Характер попиту: постійний, сезонний, циклічний.

5. Характеристика ваших конкурентів. Ваша конкурентна стратегія: потіснити конкурентів, зайняти свою нішу.

6. Оцініть ваші конкретні переваги, відмітьте слабкі сторони і шляхи їх зміцнення.

7. Яких дій конкурентів слід боятися? Зазначте основні елементи стратегії протидії.

8. Труднощі виходу на ринок (нестача інвестицій, часу, технологічні обмеження, виконавці, інерція попиту, велика собівартість, відсутність збутової мережі).



Важливе зауваження: цей розділ один з найважливіших у бізнес-плані. Потрібно довести, що на ринку є потреба у вашому продукті і ви знаєте, як її задовольнити та отримати при цьому прибуток. Ви маєте подати свій бізнес як товар, як привабливу можливість для інвестицій.

Стратегія маркетингу. У цьому розділі подаються основні складові маркетингу: ціноутворення, збут, система просування товару на ринок, а також визначається стратегія ринкового зростання. Особливу увагу зверніть на систему збуту продукції, оскільки в сучасних умовах — це головна проблема для будь-якого виробника. Ваша мета — описати стратегію маркетингу, яка дасть змогу вийти на той рівень продажу і прибутку, який зазначений у фінансовому плані.

1. Ваша система ціноутворення. Який підхід використовуєте. Запропонована система знижок. Порівняння з існуючим рівнем цін.

2. Організація збуту продукції. Внутрішня служба збуту. Канали збуту. Оптовики і роздрібні торговельні фірми. Описати канали збуту.

3. Система просування товару на ринок. Наближений обсяг витрат, організація реклами. Стимулюючі заходи. Пабліситі (процес некомерційного стимулювання попиту на товари та послуги розповсюдженням доброзичливої інформації про них у засобах масової інформації і серед громадськості).

4. Стратегія зростання. Вихід на інші сегменти ринку, диференціація продукції, диверсифікація діяльності.

Виробнича діяльність. У цьому розділі слід вказати на потребу у приміщенні, обладнанні й трудових ресурсах, необхідних для досягнення ваших цілей, описати систему постачання. Покажіть високий рівень продуманості технологічного процесу і механізми контролю якості продукції.

1. Розміщення приміщень. Це ваші приміщення, чи ви їх орендуєте? Чи потрібен ремонт і скільки він коштуватиме?

2. Схема виробничого процесу.

3. Склад потрібного обладнання, його постачальники, умови поставок, вартість.

4. Сировина і матеріали: постачальники (назва і умови поставок), орієнтовні ціни, норми запасу.
5. Чи є альтернативні джерела постачання сировини і матеріалів?
6. Екологічна і технологічна безпека виробництва. Контроль якості.
7. Вимоги щодо трудових ресурсів.
8. Можливі зниження прямих і накладних витрат.
9. Система обслуговування і сервісу в умовах виробництва технічно складної продукції.



Важливе зауваження: при складанні виробничого плану не забудьте розглянути вплив зміни обсягу виробництва на виробничі операції. Що саме буде «вузьким місцем» при розширенні бізнесу і чи не потребуватиме це додаткового фінансування?

Управління і права власності. Цей розділ представляє особливий інтерес, бо засоби здебільшого вкладаються у людей, а не в ідеї. Покажіть, що менеджери і персонал на вашому підприємстві компетентні і можуть успішно займатися бізнесом. Належним чином підкресліть їх досвідченість і кваліфікацію, поясніть, який вклад вони зможуть внести в успіх вашого бізнесу. Розкажіть про те, кому належить фірма нині.

1. Організаційно-правова форма бізнесу. Для товариств зазначаються умови створення і партнерства, зокрема для акціонерних товариств — основні пайовики і належні їм відсотки, кількість привілейованих і звичайних акцій. Вкажіть відсоток державної власності, якщо вона є в уставному фонді.

2. Для акціонерних товариств: склад ради директорів, короткі біографічні довідки, телефони, рівень залучення до діяльності фірми.

3. Для відкритих акціонерних товариств: скільки акцій вже розповсюджено, чи пропонується додаткова емісія?

4. Організаційна структура управління фірмою, команда керуючих, розподіл обов'язків між ними, форми і умови оплати.

5. Передбачувані зміни у структурі управління відповідно до вимог проекту, в тому числі планове поповнення команди менеджерів.

6. Відносини з місцевою адміністрацією. Наведіть аргументи, які засвідчують її зацікавленість у проекті.

7. Ваші консультанти, аудитори.



Важливе зауваження: передусім складіть список людей, про яких ви хочете дати відомості (власники, менеджери, активні інвестори), а потім визначте, як краще подати про них інформацію.

Стратегія фінансування. Цей розділ містить фінансові показники, які підтверджують усю інформацію, відображену в інших розділах,

тобто по суті обґрунтовується бізнес-план. Цей розділ є ключовим з точки зору ефективності проекту і терміну повернення залучених коштів. Потрібно чітко показати перспективи для інвестора і можливі «шляхи виходу», тобто заходи, які дають змогу інвесторам вилучити свої гроші.

До складу цього розділу входять такі питання:

1. Потреба у фінансових засобах. Зазначте методи розрахунків потреби у коштах. Можливі джерела одержання коштів.
2. Використання фінансових засобів (капітальні вкладення, поповнення обігових коштів, виплати боргів, придбання інших фірм).
3. Довготермінова фінансова стратегія (можливі зміни організаційних форм бізнесу, зміна позицій замовників, схеми погашення боргів).
4. Фінансові дані на перспективу.
5. Фінансові дані за минулі періоди.
6. Дані про аудиторські фірми, з якими ви працюєте.

Важливі зауваження:



1. При складанні фінансового розділу обов'язково потрібні спеціальні знання. Якщо у вашій фірмі або у команді підприємця немає освіченої у питаннях фінансів людини, то слід звернутися до консультантів зі сторони.
2. Неможливо орієнтуватися лише на залучені кошти. Більшість інвесторів вимагає, щоб частина капіталу була створена за рахунок власних засобів. Покажіть, чим ви розпоряджаєтесь.

Ризики та їх облік. У бізнес-плані обов'язково слід зазначити наявність ризиків, проблем і ускладнень. Ви маєте своїм планом продемонструвати впевненість в успіхові бізнесу, оптимізм, одночасно нагадавши, що складність є і ви про неї знаєте.

1. Відверто і водночас витончено треба проаналізувати, за яких умов ви можете «прогоріти». Слід показати інвесторам, що ризики оцінені всебічно і об'єктивно.

2. Зазначте шляхи подолання ризиків.

Додатки можуть готуватись окремо від бізнес-плану і надаватися читачам за потребою. У додатках можуть зазначатися:

- відомості про керуючих;
- результати дослідження ринку;
- відомості професійного характеру;
- ділові рекомендації щодо справи;
- фотографії або малюнки продукції;
- патенти, технічні специфікації;
- найважливіші юридичні документи (оренда, товарні угоди, контракти, угоди про партнерство, страхові контракти, трудові угоди з персоналом);

► схема організаційної структури, план земельної ділянки, розміщення виробничих приміщень тощо.

Рекомендації щодо оформлення бізнес-плану.

1. Складаючи бізнес-план, передбачте в ньому «ізіюминку», яка зацікавить потенційного інвестора і примусить його уважно переглянути план до кінця, а не відхилити відразу, не дійшовши до цифрових викладок.

2. Бізнес-план — це рекламний документ, отже, він має бути оформлений без граматичних і орфографічних помилок. Ідеальна форма — елегантна брошура, проспект, буклет.

3. Не перенавантажуйте бізнес-план надмірними викладками і цифрами, у разі потреби винесіть їх у додатки. Ідеальний розмір бізнес-плану для зовнішнього користувача — до 10 сторінок тексту, доповненого фінансовими розрахунками. Здебільшого проглядається прямий зв'язок між необхідною сумою грошей і розміром бізнес-плану: чим більша сума грошей, тим більше сторінок у бізнес-плані.

4. Інформація плану має бути точною, добре поданою, вселяти почуття оптимізму. Не потрібно прагнути втиснути на одну сторінку максимум інформації (це не студентська шпаргалка), оскільки вона гірше сприйматиметься.

5. Планування — це процес інтеграції. Доки ви обдумуватимете можливість одержання грошей, пройде час і треба буде заново уточнювати цифри плану. Це зробити легше, якщо більшість розрахунків і обґрунтувань винесено в додатки.

8.6. Технологія складання фінансового плану

Фінансовий план є одним із основних розділів бізнес-плану. Саме на основі даних фінансового плану підприємець, а також його інвестори і кредитори, одержують відомості про дохідність запропонованих інвестицій, потребу у матеріальних і фінансових ресурсах, джерела їх надходження і витрат.

Під час складання фінансового плану потрібно вирішити дві основні проблеми:

1. Визначити, яка бажана динаміка (крива) показників норми прибутку — відношення прибутку до вкладеного капіталу.

2. Оптимізувати кожний із показників, які впливають на норму прибутку.

Складаючи фінансовий план вашої майбутньої діяльності, треба підготувати ті самі документи, що і під час аналізу поточного фінансового стану вашої фірми. Проте послідовність підготовки може бути різною.

Планування фінансового стану фірми в бізнес-плані розпочинається зі складання прогностичних фінансових звітів. На основі прогно-

зу продажу складаються такі фінансові документи: баланси комерційної діяльності, звіт про доходи і звіт про зміни фінансового стану.

Прогнозні звіти складаються методом відсоткового відношення до продажу. Він ґрунтується на тому, що на рух активів фірми впливають зміни в обсязі реалізації.

Приклад. Розглянемо розрахунок прогнозування балансу, звітів про прибуток і зміни фінансового стану фірми (табл. 8.12). З цією метою проаналізуємо баланс за попередній рік.

Таблиця 8.12. Баланс фірми на 31 грудня 2001 р.

Активи		Пасиви і оплачений капітал	
Стаття балансу	Млн грн	Стаття балансу	Млн грн
Грошові кошти	10	Рахунки до оплати	40
Дебітори	85	Облігації до оплати	10
Товарно-матеріальні запаси	100	Нарахована заробітна плата і податки	25
Поточні активи, всього	195	Поточні пасиви, всього	75
Основний капітал за остаточною вартістю	150	Іпотечні цінні папери (під забезпечення нерухомим майном)	72
		Звичайні акції	150
		Нерозподілений прибуток	48
Усього активів	345	Усього пасивів	345
Продаж	500		
Чистий дохід	20		
Оплачені дивіденди	8		

За прогнозом сума продажу в 2002 р. становитиме 750 млн грн. Виходячи з цих даних, складаємо прогнозний баланс (табл. 8.13).

Статті у балансі, що прогнозується на 31 грудня 2002 р., розраховуються таким чином. У першій частині обчислені відсоткові відношення статей балансу, які автоматично змінюються зі збільшенням або скороченням продажу.

Певну складність становить обчислення пасивів. Тільки дві статті — «Рахунок до оплати (кредитори)» і «Нараховані податки і заробітна плата» можна визначити відсотковим методом. Облігації до оплати, іпотечна заборгованість і звичайні акції переносяться в тих самих сумах на 31 грудня 2002 р.

Стаття «Нерозподілений прибуток» обчислюється так. Насамперед знаходимо суму приросту цієї статті в 2001 р. Коефіцієнт прибутку до продажу у 2001 р. становить 4 % (20 : 500). Припускаємо, що коефіцієнт прибутку до продажу не змінюється, тоді сума прибутку становитиме 30 млн грн (750 · 4 % : 100). Передбачимо також, що коефіцієнт оплати дивідендів залишається незмінним — 40 % (8 : 20). У цьому разі сума оплачених у минулому році дивідендів становитиме 12 млн грн (30 · 40 % : 100). Звідси випливає, що сума приросту нерозподіленого прибутку дорівнюватиме 18 млн грн (30 – 12).

Таблиця 8.13. Прогнозний баланс на 31 грудня 2002 р.

Стаття балансу	Стаття балансу, %, до обсягу продажу у 2001 р. (500 млн грн)	Прогнозний баланс на 31 грудня 2002 р. (прогнозований обсяг продажу 2002 р. × на дані гр. 2), млн грн (750 млн грн × на дані гр. 2)
1	2	3
Грошові кошти (10 : 500)	2	15
Дебітори	17	128
Товарно-матеріальні запаси	20	150
Поточні активи, всього	39	293
Основні кошти	30	225
Усього активів	69	518
Рахунки до оплати	8	60
Облігації до оплати	—	10
Нарахована заробітна плата плюс податки	5	38
Поточних пасивів, усього	—	108
Іпотечна заборгованість	—	72
Звичайні акції	—	150
Нерозподілений прибуток	—	66
Усього фондів у розпорядженні фірми	—	396
Потреба у додаткових коштах	—	122
Пасиви і оплачений капітал, усього	—	518

При визначенні джерел фінансування менеджери фірми керуються структурною політикою в галузі працюючого капіталу.

Припустимо, що фірма уклала договір з власниками облігацій про підтримку відсоткового співвідношення заборгованості та активів на рівні 50 %, тобто приблизно половина активів фірми може покриватися заборгованістю. Крім цього, фірма зобов'язується підтримувати поточний коефіцієнт ліквідності на рівні 2,5 і вище. Отже, існує два обмежники при визначенні додаткових джерел фінансування.

Розрахунок додаткових джерел з урахуванням обмежників. По-перше, обмежник зростання заборгованості фірми дає змогу позичити у кредиторів додаткові суми розміром до 79 млн грн. Ця сума визначається так: максимально допустима сума боргу 259 млн грн ($50 \% \times 518 : 100$); борг фірми на 31 грудня 2002 р. — 180 млн грн ($108 + 72$). Отже, фірма може вдатися до нових позичок лише на суму, що не перевищує 79 млн грн ($259 - 180$).

По-друге, обмежник зростання поточних пасивів встановлює їх граничне збільшення — 9 млн грн. Ця сума визначається так: максимальна сума поточних пасивів — 117 млн грн ($293 : 2,5$); сума поточних пасивів, що прогнозується на 31 грудня 2002 р. — 108 млн грн. Отже, фірма може збільшити свої поточні пасиви лише на 9 млн грн ($117 - 108$).

По-третє, збільшення боргу фірми дало змогу вишукати 79 млн грн, однак потрібно покрити ще 43 млн грн ($122 - 79$) активів. Фірма може на цю суму збільшити оплачений капітал. Припускаємо, що фірма використовує своє право збільшити поточні пасиви на 9 млн грн. Отже, вона знизить довготерміновий борг до 70 млн грн. Тоді додаткові 122 млн грн покриваються: короткотерміновим боргом на 9 млн грн, довготерміновим на 70 млн грн і випуском нових звичайних акцій на 43 млн грн.

Крім прогнозованого балансу в бізнес-плані містяться прогнозовані звіти про прибуток і про зміни фінансового стану, а також обчислюються передбачувані ключові коефіцієнти: ліквідності, боргу до активів, прибутковості оплачуваного капіталу (табл. 8.14).

Таблиця 8.14. Прогнозований звіт про підсумок діяльності фірми за 2001 р.

Показник	Млн грн
Продаж	750
Витрати	700
Нетто-прибуток до сплати податків	50
Податки (40%)	20
Нетто-прибуток	30
Дивіденди (40%)	12
Нерозподілений прибуток	18
Прогнозований звіт про зміни фінансового стану	—
Кошти, одержані внаслідок поточної діяльності, та їх використання	—
Джерела грошових коштів	43
Приріст нетто-прибутку (50 – 20)	30
Збільшення кредиторської заборгованості (рахунків до оплати: 60 – 40)	20
Збільшення нарахованої заробітної плати і податків (38 – 25)	13
Усього	63
Використання грошових коштів	—
Приріст дебіторської заборгованості (128 – 85)	43
Приріст товарно-матеріальних запасів (150 – 100)	50
Приріст основного капіталу (225 – 150)	75
Усього	168
Чиста сума фондів за поточними операціями	105
Фінансові операції	—
Приріст короткотермінової заборгованості	9
Продаж облігацій	70
Продаж звичайних акцій	43
Чиста сума фондів, одержана внаслідок фінансової діяльності	122
Виплачені дивіденди	12
Усього	110
Приріст грошових коштів (15 – 10)	5

На основі прогнозованих фінансових звітів визначаються основні коефіцієнти: поточний коефіцієнт ліквідності — 2,5; коефіцієнт «швидкого реагування» — 1,2; коефіцієнт боргу поділений на активи не змінився — 50 %; коефіцієнт прибутку до оплаченого капіталу — 11,6 %.

Важливим завданням фінансового планування є прогноз грошових потоків. Він дає змогу визначити майбутні грошові надходження фірми та її витрати.

Бюджет грошових коштів розробляється на рік, місяць тощо. Як правило, складаються місячні бюджети, які мають можливість врахувати сезонні коливання у грошових надходженнях. Грошові надходження забезпечують ліквідність підприємства, тобто його здатність платити за придбані товарно-матеріальні ресурси, гасити позики, сплачувати відсотки та дивіденди.

Побудова «бюджету грошових потоків» починається з надходжень на реалізовану продукцію. Основна частина продажу здійснюється в кредит, тому надходження грошей на рахунок фірми відкладається на певний термін. Цей термін визначається умовами угоди між фірмою і споживачами її продукції.

Приклад. Фірма надає своїм споживачам відстрочку платежів на 30 днів після виставлення рахунку; 90 % продажу здійснюється в кредит, 10 % — з негайною оплатою (табл. 8.15).

Таблиця 8.15. Динаміка грошових надходжень і витрат фірми «Кристал» за 1998 – 1999 рр. (тис. грн)

Показник	Місяць року							
	Листопад	Грудень	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень
Надходження								
Усього продаж	300	350	250	200	250	300	350	350
Продаж у кредит	270	315	225	180	225	270	315	342
Термін сплати 1 місяць	—	243	283,5	202,5	162,5	202,5	243,5	283,5
Термін сплати 2 місяці	—	—	27,0	32,5	22,5	18,0	22,5	27,0
Усього з наступною оплатою	—	—	310,5	234,0	185,0	220,5	266,0	310,5
Продаж за готівку (10 % обсягу продажу)	30	35	25	20	25	30	35	38
Усього надходжень від продажу	—	—	335,5	254,0	210,0	250,5	301,0	348,5
Витрати								
Купівля (придбання)	—	100	80	100	120	140	150	150
Платежі за купівлю товару	—	—	100	80	100	120	140	150
Виплата заробітної плати	—	70	80	80	90	90	95	100
Решта виплат	—	—	50	50	50	50	50	50
Усього грошових витрат	—	70	230	210	240	260	285	300
Капітальні витрати	—	—	—	150	50	—	—	—
Виплата дивідендів	—	—	—	—	20	—	—	—
Сплата податків	—	—	30	—	—	30	—	—
Усього грошових витрат	—	70	260	360	310	290	285	320
Чистий грошовий потік (+, -)	—	—	+75,5	—	-100,0	-39,5	+15,5	+28,5
Грошовий потік на початок місяця	—	—	100,0	175,5	109,5	75,0	75,0	75,0
Зовнішні надходження (кредит)	—	—	—	—	66,0	39,5	-15,5	-28,5
Грошовий потік на кінець місяця	—	—	175,5	109,5	75,0	75,0	75,0	75,0
Рух заборгованості	—	—	—	—	66,0	105,5	90,0	61,5

Рахунки на відвантажену продукцію виставляються покупцю через банк, який, коли є зазначений термін, знімає гроші з рахунка покупця і переказує їх на рахунок фірми. Термін між пред'явленням рахунка і його оплатою називається *терміном інкасації* (інкасо — пред'явлення будь-якого грошового документа до оплати; операція здійснюється банками). За умови угоди до 90 % продажу в кредит оплачується через місяць і до 10 % — через два місяці після виставлення рахунка. У нашому випадку у листопаді було продано товарів на 300 тис. грн, з них 30 тис. грн — з негайною оплатою. Із 270 тис. грн за кредитною угодою 90 %, або 243,0 тис. грн, що мають надійти в грудні і 10 %, або 27 тис. грн, у січні. Так само обчислюються грошові надходження в інші місяці.

Грошові кошти, що надходять від продажу продукції та послуг, витрачаються фірмою на фінансування капітальних вкладень, виплату дивідендів, податків і решти платежів.

Сальдо чистих грошових потоків на початку місяця (100 тис. грн на кінець січня) збільшується на суму чистого грошового потоку, одержану в цьому місяці (75 тис. грн). Таким чином виводиться залишок чистих грошових потоків на початок наступного місяця ($100 + 75,5 = 175,5$ тис. грн). Із табл. 8.15 видно, що фірма матиме дефіцит чистих грошових потоків у лютому, березні та квітні через перевищення витрат над надходженням. У сумі витрат плануються капітальні витрати у лютому і березні (200 тис. грн), крім того, 20 тис. грн мають бути витрачені на виплату дивідендів. Напружена ситуація з грошовими потоками очікується у квітні: сальдо на початок квітня становитиме 9 тис. грн ($109,5 - 100,5$). Залишок грошових коштів (9 тис. грн) не забезпечує погашення дефіциту в чистих потоках грошових коштів. На початок березня може бути негативна грошова позиція у 30,5 тис. грн [$9 + (-39,5)$]. Для того щоб підтримати ліквідність, тобто неперервність в оплаті платежів, потрібно випукати зовнішні джерела фінансування. В нашому прикладі фірма визначила мінімальну суму грошового потоку в 75 тис. грн. З цією метою фірма планує одержати короткотерміновий кредит у банку. У березні сума кредиту становитиме 66 тис. грн ($75 - 9$), у квітні передбачається додатково одержати 39,5 тис. грн, сума короткотермінової заборгованості банку зростає до 105,5 тис. грн. З травня починається погашення боргу на 15,5 тис. грн. Заборгованість скорочується до 90 тис. грн; у червні погашається 28,5 тис. грн, заборгованість на початок липня становитиме 61,5 тис. грн, за умови, що сума грошових коштів підтримуватиметься на рівні 75 тис. грн.

Помилки в бізнес-плануванні. Для бізнес-планів і проектів типові такі помилки і вади:

1. «Виробничий тип» — пропонується виробництво одного або кількох видів продукції через наявність вільних робочих потужностей і робочої сили, без оцінювання перспектив потенційного ринку збуту.

2. Брак інформації про можливих споживачів бізнес-плану, а також результатів проекту.

3. Чіткий поділ змісту проектів залежно від того, яке підприємство їх висуває — державне (у тому числі приватизоване, колишнє державне) або незалежне приватне.

4. Недоопрацювання питання збуту продукції.

5. Некоректність фінансових розрахунків:

➤ надмірна деталізація (ще раз нагадаємо, що тільки дані за перший рік розписують детально, а дані наступних періодів наво-

дять у агрегатованому вигляді, крім того, цифри грамотно округлюють);

- необґрунтованість використаних пропозицій (наприклад, рівномірність витрат по запланованому періоду, незмінність витрат тощо);

- упущення важливих статей витрат (особливо часто забувають про місцеві податки, які враховують у собівартості продукції, не зважають на витрати на рекламу, транспорт тощо);

- при визначенні чистого доходу занижується ставка податку на прибуток без зазначення обґрунтувань для податкових пільг, крім того, при розрахунках випускаються можливі платежі з прибутку;

- при розрахунках забувають про ПДВ, спеціальний податок та можливі акцизні збори.

6. Відсутність схеми повернення залучених засобів (одноразово, однаковими частинами тощо).

7. Особливо слід виділити такий документ, як прогнозований баланс. Нагадаємо, що подають його в укрупненому вигляді. Типові помилки такі: розрахунки ведуться у доларах, але засоби в балансі подані на розрахунковому, а не на валютному рахунку; немає розрахунків з бюджетом, по оплаті праці, залишаються незаповненими інші важливі для певного підприємства статті балансу. Тому коректніше подавати агрегатований баланс.

8. Надзвичайно важливий розділ бізнес-плану з менеджменту. Рідко кому вдається подати управлінську команду, яка реалізовуватиме проект, її досвід, зрілість і кваліфікацію, а також описати механізм реалізації проекту.

9. Часто з міркувань конфіденційності автори плану не бажають зазначати власників фірми, засоби, якими вони володіють та інші комерційні дані. Ці дані можуть виноситися у додатки і надаватися лише під час проведення конкретних переговорів з кредиторами.

10. Досить часто в плані не розглядаються ризики, проблеми і ускладнення, що можуть виникнути при його реалізації.

9.

Податкова та кредитна системи у сфері малого і середнього бізнесу АПК

- Система оподаткування малого і середнього бізнесу
- Способи залучення фінансових ресурсів
- Одержання і погашення кредитів

9.1. Система оподаткування малого і середнього бізнесу

9.1.1. Види податків

Податки — це система примусового стягнення державою за встановленими правилами з фізичних та юридичних осіб певних коштів з метою майбутнього їх використання для задоволення суспільних потреб.

Податки класифікуються за такими ознаками:

➤ *за напрямом використання* — на загальнодержавні податки та інші обов'язкові платежі; місцеві податки, збори та інші обов'язкові платежі. Такий поділ податків зумовлюється необхідністю формування бюджетів різних рівнів і, виходячи з цього, різним статусом їх щодо формування і використання;

➤ *за характером дії* — на непрямі і прямі. Прямі податки, як правило, пов'язані з об'єктом оподаткування і залежать від фінансових результатів його, в той час, як принцип сплати непрямих податків зовсім інший — вони пов'язані з ціною і платник не відчуває прямої дії їх;

➤ *за способом стягнення* — на прогресивні, регресивні і пропорційні. Залежно від цього формуються податкові ставки і шкали оподаткування;

➤ *за суб'єктами оподаткування* — на податки, що стягуються з підприємств, і податки на особисті доходи;

► *за джерелами сплати* — на такі, що сплачуються за рахунок прибутку підприємств, і такі, що включаються у витрати виробництва. Цей поділ має принципове значення, бо від цього залежить кінцевий фінансовий результат. Об'єктами оподаткування є прибуток (доходи), додана вартість, вартість певних товарів, спеціальне використання природних ресурсів, майно юридичних і фізичних осіб та інші об'єкти, визначені законодавством України.

Крім цього, підприємства здійснюють відрахування до пенсійного фонду, фонду соціального страхування, фонду сприяння зайнятості населення і сплачують інші податкові платежі.

9.1.2. Податок на додану вартість

Податок на додану вартість (ПДВ) — непрямий податок на додану вартість, що створюється на всіх стадіях виробництва та обігу, включається у вигляді надбавки до ціни товару і повністю сплачується кінцевим споживачем.

Чинним законодавством платниками податку на додану вартість визначені особи, на яких покладено обов'язок утримувати і вносити до бюджету податок, що сплачує покупець, а також особи, які ввозять (пересилають) товари на митну територію України.

Особа визнається платником податку на додану вартість за обсягами оподатковуваних операцій з продажу товарів (робіт, послуг), якщо обсяг здійснених нею оподатковуваних операцій з продажу товарів (робіт, послуг) досягнув упродовж будь-якого періоду за останні 12 календарних місяців 3600 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Така особа зобов'язана зареєструватися як платник податку. Незалежно від обсягів річних продаж платниками ПДВ є:

- суб'єкти підприємницької діяльності, що займаються торговельною діяльністю за готівкові кошти;
- суб'єкти підприємницької діяльності, що надають транзитні послуги на митній території України;
- юридичні та фізичні особи, що імпортують на митну територію України товари (роботи, послуги).

Фізична особа, яка не є суб'єктом підприємницької діяльності, платником ПДВ стає лише тоді, коли ввозить (пересилає) товари на митну територію України в обсягах, які підлягають оподаткуванню митом.

Особи, які не підпадають під визначення платників податку у зв'язку з обсягами оподатковуваних операцій меншими ніж 3600 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян упродовж будь-

якого періоду за останні 12 календарних місяців, мають право зареєструватися як платники податку за власним бажанням.

Суб'єкти підприємницької діяльності, що створилися після 1 жовтня 1997 р., незалежно від виду діяльності та запланованих обсягів операцій з продажу товарів (робіт, послуг) і діючі особи, що підпадають під визначення платників податку, зобов'язані зареєструватися як платники податку за місцем їх знаходження в податковому органі.

Об'єктом оподаткування є операції платників податку, пов'язані з:

► продажем товарів (робіт, послуг) на митній території України, в тому числі операції з оплати вартості послуг за договорами оперативної оренди (лізингу) та операції з передачі права власності на об'єкти застави позичальнику (кредитору) для погашення кредиторської заборгованості заставодавця;

► ввезенням (пересиланням) товарів на митну територію України та отриманням робіт (послуг), що надаються нерезидентами для їх використання або споживання на митній території України, в тому числі операції з ввезення (пересилання) майна за договорами оренди (лізингу), застави та іпотеки;

► вивезенням (пересиланням) товарів за межі митної території України та наданням послуг (виконанням робіт) для їх споживання за межами митної території України.

Операції з продажу товарів (робіт, послуг) оподатковуються, виходячи з їх договірної (контрактної) вартості, визначеної за вільними або регульованими цінами (тарифами) з урахуванням акцизного збору, ввізного мита, інших податків та зборів (обов'язкових платежів), за винятком податку на додану вартість, що включаються в ціну товарів (робіт, послуг) згідно з законами України з питань оподаткування. До складу договірної (контрактної) вартості зараховуються будь-які суми коштів, вартість матеріальних і нематеріальних активів, що передаються платнику податку безпосередньо покупцем або через будь-яку третю особу в зв'язку з компенсацією вартості товарів (робіт, послуг), проданих (виконаних, наданих) таким платником податку.

У разі продажу товарів (робіт, послуг) без оплати або з частковою оплатою їх вартості коштами у межах бартерних (товарообмінних) операцій, здійснення операцій з безоплатної передачі товарів (робіт, послуг), натуральних виплат у рахунок оплати праці фізичним особам, що перебувають у трудових відносинах з платником податку, передачі товарів (робіт, послуг) у межах балансу платника податку для невиробничого використання, витрати на які не належать до валових витрат виробництва (обігу) і не підлягають амортизації, а також пов'язані з продажем особі чи суб'єкту підприємницької

діяльності, який не зареєстрований як платник податку, основа оподаткування визначається, виходячи з фактичної ціни операції, але не нижчої за звичайні ціни.

Основою обчислення податку на додану вартість у разі, коли товар проданий за ціною, нижчою за собівартість, є договірна ціна.

Застосовують три види пільг з ПДВ:

- операції, які не є об'єктом оподаткування (вважається, що додана вартість при здійсненні цих операцій не утворюється);

- операції, які звільнені від оподаткування;

- операції, які оподатковуються за нульовою ставкою, що є більш вигідним, ніж звільнення від оподаткування.

Не є об'єктом оподаткування ПДВ операції з:

- передавання майна орендодавця у користування орендарю згідно з умовами договору оренди та його повернення орендодавцю після закінчення терміну дії договору;

- сплати орендних платежів за умовами договору фінансової оренди;

- передавання майна в заставу позикодавцю згідно з договором позики та його повернення заставодавцю після закінчення дії такого договору;

- грошових виплат основної суми та відсотків згідно з умовами іпотечного кредиту;

- передавання основних фондів як внеску до статутних фондів юридичних осіб для формування їх цілісного майнового комплексу в обмін на їхні корпоративні права.

Звільняються від оподаткування ПДВ операції з:

- харчування дітей у школах, професійно-технічних училищах та громадян у закладах охорони здоров'я;

- передавання земельних ділянок, що розміщені під об'єктами нерухомості, або незабудованих земель у разі, коли таке передавання дозволене і здійснюється згідно з положеннями Земельного кодексу України;

- приватизації державного майна в обмін на приватизаційні папери або компенсаційні сертифікати, а також безоплатної приватизації житлового фонду, присадибних земельних ділянок і земельних паїв відповідно до законодавства;

- виконання робіт (вартість робіт) з будівництва житла, що здійснюється за рахунок коштів фізичних осіб, та передавання такого житла у власність таким фізичним особам;

- надання благодійної допомоги, а саме: безоплатне передавання товарів (робіт, послуг) закладам науки, фізкультури і спорту, що утримуються за рахунок бюджетів;

➤ надання в сільській місцевості сільськогосподарськими товаровиробниками послуг з ремонту шкіл, дошкільних закладів, інтернатів, закладів охорони здоров'я;

➤ надання матеріальної допомоги продуктами харчування власного виробництва та послуг з обробітку землі багатодітним сім'ям, ветеранам праці і війни, реабілітованим громадянам, інвалідам праці та дитинства, самотніми особам похилого віку, особам, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи, школам, дошкільним закладам, інтернатам, закладам охорони здоров'я;

➤ надання в сільській місцевості сільськогосподарськими товаровиробниками у період проведення польових робіт послуг з харчування механізаторів і тваринників продуктами власного виробництва в польових їдальнях;

➤ видачі сільськогосподарської продукції власного виробництва підприємств — виробників сільськогосподарської продукції:

а) фізичним особам — власникам земельних паїв, внесених до таких підприємств, як компенсацію вартості за їх користування цим підприємством, але не більше ніж 70 грн у розрахунку на повний календарний місяць терміну такого користування;

б) фізичним особам, які перебувають у трудових відносинах з підприємством — виробником сільськогосподарської продукції, відповідно до фактично відпрацьованого часу, але не більш як 70 грн у розрахунку на повний календарний місяць.

За нульовою ставкою оподатковуються операції, пов'язані з продажем:

➤ товарів, що були вивезені за межі митної території України;

➤ робіт (послуг), призначених для використання та споживання за межами митної території України;

➤ сільськогосподарськими підприємствами всіх форм власності і господарювання переробним підприємствам молока та м'яса живою масою.

Застосування нульової ставки ПДВ має певні переваги, оскільки при цьому податкові зобов'язання платника з операцій, пов'язаних з продажем товарів (робіт, послуг), дорівнюють нулю. Суми ж ПДВ, сплачені (нараховані) платником податку у звітному періоді у зв'язку з придбанням товарів (робіт, послуг), вартість яких належить до складу валових витрат виробництва (обігу) та основних фондів чи нематеріальних активів, що підлягають амортизації, заносяться до складу податкового кредиту звітного періоду. Тобто платнику відшкодовуються такі суми ПДВ з бюджету. Собівартість продукції у цьому разі не збільшується на суми ПДВ, сплачені при придбанні матеріальних ресурсів.

Якщо платник податку здійснює операції з продажу товарів (робіт, послуг), які звільнені від оподаткування або не є об'єктом оподаткування, то суми ПДВ, сплачені (нараховані) у зв'язку з придбанням товарів (робіт, послуг), вартість яких належить до складу валових витрат виробництва (обігу) та основних фондів і нематеріальних активів, що підлягають амортизації, зараховуються відповідно до складу валових витрат виробництва (обігу) та на збільшення вартості основних фондів і нематеріальних активів і до складу податкового кредиту не заносяться. Тобто, на ці суми ПДВ збільшується собівартість продукції. Такий самий порядок застосовується і до суб'єктів підприємницької діяльності, які не зареєстровані платниками ПДВ.

Податковий кредит звітного періоду складається із сум податків, сплачених (нарахованих) платником податку у звітному періоді у зв'язку з придбанням товарів (робіт, послуг), вартість яких належить до складу валових витрат виробництва (обігу) та основних фондів чи нематеріальних активів, що підлягають амортизації. Суми ПДВ, сплачені (нараховані) платником податку у звітному періоді у зв'язку з придбанням (спорудженням) основних фондів, що підлягають амортизації, заносяться до складу податкового кредиту такого звітного періоду, незалежно від термінів введення в експлуатацію основних фондів, а також від того, чи мав платник податку оподатковувати обороти упродовж такого звітного періоду.

Якщо товари (роботи, послуги), виготовлені та (або) придбані, частково використовуються в оподатковуваних операціях, то до складу податкового кредиту заноситься та частка сплаченого (нарахованого) податку при їх виготовленні або придбанні, яка відповідає частці використання таких товарів (робіт, послуг) в оподатковуваних операціях звітного періоду.

Датою виникнення права платника податку на податковий кредит вважається дата, коли відбувається одна з таких операцій:

- списання коштів з банківського рахунка платника податку у оплату товарів (робіт, послуг), а в разі розрахунків з використанням кредитних дебетових карток або комерційних чеків — виписка відповідного рахунка (товарного чека);

- отримання податкової накладної, що засвідчує факт придбання платником податку товарів (робіт, послуг).

Для бартерних (товарообмінних) операцій такою датою вважається дата здійснення заключної (балансуючої) операції.

Для того щоб претендувати на податковий кредит, книги обліку продажу та придбання товарів (робіт, послуг) мають бути зареєстровані в податковій адміністрації (інспекції). Якщо такі книги не за-

реєстровані і не ведуться в установленому порядку, то платник втрачає право на отримання податкового кредиту. Якщо ж книги обліку не зареєстровані, але ведуться згідно з вимогами, то платник має право на податковий кредит тільки у разі повного підтвердження даних податкового і бухгалтерського обліку даними документальної перевірки (у тому числі проведення інвентаризації та зустрічних перевірок).

У разі надходження коштів у касу і їх використання без попереднього зарахування на розрахунковий рахунок підприємства правом на податковий кредит вважається дата їх оприбуткування в касі платника податку, а якщо такої немає, то дата інкасації готівкових грошових коштів у банківських установах, які обслуговують платника податку.

Сума ПДВ, що підлягає сплаті до бюджету або відшкодуванню з бюджету, визначається як різниця між загальною сумою податкових зобов'язань, що виникли у зв'язку з будь-яким продажем товарів (робіт, послуг) упродовж звітного періоду, та сумою податкового кредиту звітного періоду. Податок сплачується не пізніше 20 числа місяця, що настає за звітним періодом.

Якщо сума ПДВ, визначена як різниця між загальною сумою податкових зобов'язань, що виникли у зв'язку з будь-яким продажем товарів (робіт, послуг) упродовж звітного періоду, та сумою податкового кредиту звітного періоду, має від'ємне значення, то така сума зараховується у погашення заборгованості платника податку із сплати податку на додану вартість, що виникла у минулих звітних періодах, а за відсутності заборгованості — у зменшення податкових зобов'язань платника податку впродовж трьох наступних звітних періодів. Це правило не поширюється на порядок бюджетного відшкодування при оподаткуванні операцій, що оподатковуються за нульовою ставкою.

У разі, коли сума від'ємного значення податку не погашається сумами податкових зобов'язань, що виникли упродовж трьох наступних звітних періодів, така сума підлягає відшкодуванню з Державного бюджету України на умовах, визначених законодавством, упродовж місяця, що настає після подання декларації за третій звітний період після виникнення від'ємного значення податку.

Сума бюджетного відшкодування при оподаткуванні операцій з продажу товарів (робіт, послуг), що оподатковуються за нульовою ставкою, розраховується у порядку, передбаченому законодавством для платників податку, які застосовують квартальний податковий період. Таке бюджетне відшкодування здійснюється упродовж місяця, що настає після подання декларації за звітний період, у якому були здійснені такі операції.

Сума бюджетного відшкодування може бути повністю або частково зарахована в рахунок платежів з цього податку або інших податків, зборів (обов'язкових платежів), які зараховуються до Державного бюджету України. Таке рішення платника податку відображується в податковій декларації.

Відшкодування сум податку на додану вартість у частині, що належить зарахуванню на поточний рахунок платника податку, проводиться:

- у рахунок погашення заборгованості кредитора (кредиторів) платника податку з платежів до державного бюджету;

- у рахунок погашення платнику податку наданих йому або його кредитору (кредиторам) кредитів, залучених під гарантії держави, та бюджетних позичок, не сплачених на дату проведення відшкодування;

- за рахунок майна іншого платника податків, що перебуває у податковій заставі.

У разі відшкодування сум податку на додану вартість у частині, що належить зарахуванню на поточний рахунок платника податку, в рахунок погашення заборгованості кредитора (кредиторів) платника податку з платежів до державного бюджету розрахунки здійснюються між органом державної податкової служби за місцем реєстрації платника податку, якому відшкодовується з бюджету податок на додану вартість, та кредитором (кредиторами) платника, у якого на дату проведення відшкодування є заборгованість перед державним бюджетом. Суми податку на додану вартість відшкодовуються платнику податку одночасно з погашенням його кредитору (кредиторам) заборгованості з платежів до державного бюджету. Проведення відшкодування можливе за участю двох і більше учасників розрахунків.

Суми відшкодування податку на додану вартість спрямовуються виключно на погашення податкової заборгованості з платежів до державного бюджету.

У разі відшкодування сум податку на додану вартість у частині, що належить зарахуванню на поточний рахунок платника податку, в рахунок наданих йому або його кредитору (кредиторам) кредитів, залучених під гарантії держави, та бюджетних позичок, не сплачених на дату проведення відшкодування, платник податку звертається до органу державної податкової служби із заявою про зарахування належної йому суми (або частини суми) відшкодування податку на додану вартість у рахунок погашення цієї заборгованості платнику податку або його кредитору (кредиторам).

За згодою платника податку в межах належного йому відшкодування сум податку на додану вартість він може отримати рухоме

майно іншого платника податку, що відповідно до Указу Президента України від 4 березня 1998 р. № 167 «Про заходи щодо підвищення відповідальності за розрахунки з бюджетами та державними цільовими фондами» перебуває в податковій заставі.

Для отримання відшкодування платник податку звертається до органу державної податкової служби за місцем реєстрації з письмовою заявою про своє бажання отримати майно іншого платника податку, що перебуває в податковій заставі і підлягає реалізації. Інформацію щодо платників податків — боржників з платежів до державного бюджету та номенклатури їхнього майна, що перебуває в податковій заставі, надають органи державної податкової служби за місцем реєстрації такого платника.

Відповідний орган державної податкової служби (заставоутримувач) надає письмову згоду платнику податку, майно якого перебуває у податковій заставі, на реалізацію (продаж) майна платнику податку, якому проводиться відшкодування. Вартість майна, яке передається в рахунок відшкодування, встановлюється за договором сторін згідно із законодавством.

9.1.3. Акцизний збір

Акцизний збір — це непрямий податок на високорентабельні та монопольні товари (продукцію), що включається до ціни цих товарів (продукції).

Перелік товарів (продукції), на які встановлюється акцизний збір, та його ставки затверджуються Верховною Радою України. Акцизний збір стягується з готового товару на кінцевій стадії виробництва або при передачі для реалізації в торгівлю.

Платниками акцизного збору є суб'єкти підприємницької діяльності — виробники підакцизних товарів (продукції), а також суб'єкти підприємницької діяльності, що імпортують підакцизні товари (продукцію). Акцизний збір стягується з фізичних осіб (громадян України, іноземців та осіб без громадянства), які ввозять (пересилають) на митну територію України підакцизні товари в обсягах вартістю понад 200 євро.

Об'єктами оподаткування є:

► обороти з реалізації вироблених в Україні підакцизних товарів (продукції) шляхом їх продажу, обміну на інші товари (продукцію, роботи, послуги), безоплатної передачі товарів (продукції) або з частковою їх оплатою;

► обороти з реалізації (передачі) товарів (продукції) для власного споживання, промислової переробки, крім оборотів з реалізації (передачі) для виробництва підакцизних товарів, а також для своїх працівників;

► митна (у разі її відсутності — закупівельна) вартість імпортованих товарів (продукції), придбаних за іноземну валюту або в порядку обміну чи безплатної передачі;

► суми податків на підставі рішень судових органів з розсуду спорів між транспортними організаціями з приводу втрати або нестачі продукції, що перевозять;

► суми стягнень з осіб, які винні в нестачі, розкраданні підакцизних товарів;

► обсяг виручки від реалізації конфіскованого підакцизного майна, яке переходить у власність держави.

Ставки акцизного збору встановлюються по групах товарів і є єдиними на всій території України. Перелік товарів та ставки акцизного збору регулюються Верховною Радою України. Податкові ставки акцизного збору встановлюються як у твердих, так і у відсоткових ставках. Тверді ставки встановлюються в євро. Відсоткові ставки встановлюються відносно оподаткованого обороту, який включає суму акцизу.

Акцизний збір обчислюється:

а) за ставками у відсотках до обороту з продажу:

► товарів, що реалізуються за вільними цінами, виходячи з їхньої вартості за цими цінами, встановленими з урахуванням акцизного збору, без податку на додану вартість;

► товарів, що реалізуються за державними фіксованими та регульованими цінами, виходячи з їхньої вартості за цими цінами без урахування торговельних знижок, а також сум податку на додану вартість;

б) за твердими ставками з одиниці реалізованого товару (продукції).

При закупівлі імпортованих товарів (продукції) оподатковуваний оборот визначається, виходячи з їхньої митної вартості. При визначенні цієї вартості іноземна валюта перераховується у національну валюту України за курсом Національного банку України, що діє на день подання митної декларації. Акцизний збір від реалізації підакцизних товарів громадянами, які займаються підприємницькою діяльністю, утримується з джерела виплати доходів.

Для акцизного збору застосовуються два підходи до визначення оподаткованого обороту залежно від того, які ставки акцизного збору встановлено. Якщо такі ставки встановлено в абсолютних величинах до фізичних розмірів підакцизних товарів, то оподат-

ковуваний оборот визначається обсягом реалізації таких товарів. Якщо ставка акцизного збору встановлена у відсотках до їх вартості, оподатковуваний оборот визначається, виходячи із цін реалізації.

При використанні підакцизних товарів усередині підприємства для власних виробничих потреб, у тому числі для передачі з цеху в цех, оподатковувані обороти визначаються з собівартості цих товарів. Слід мати на увазі, що це стосується виробництва тільки не підакцизних товарів. Якщо підакцизні товари використовуються всередині підприємства для виробництва підакцизних товарів, то вони акцизом не оподатковуються, за винятком алкогольних напоїв.

9.1.4. Ввізне і вивізне мито

Товари та інші предмети, що ввозяться на митну територію України і вивозяться за межі цієї території, підлягають обкладенню митом.

|| **Мито** — це непрямий податок, що стягує митниця за товари та інші предмети, перевезені (ввезені, вивезені чи транзитні) через митний кордон України. ||

В Україні застосовуються такі види мита:

➤ *адвалерне*, що нараховується у відсотках до митної вартості товарів та інших предметів, які обкладаються митом;

➤ *специфічне*, що нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів та інших предметів, які обкладаються митом;

➤ *комбіноване*, що поєднує обидва ці види митного обкладення.

Ввізне мито нараховується на товари та інші предмети при їх ввезенні на митну територію України. Ввізне мито є диференційованим:

➤ до товарів та інших предметів, що походять з держав, які разом з Україною належать до митних союзів або утворюють з нею спеціальні митні зони. У разі встановлення будь-якого спеціального преференційного митного режиму згідно з міжнародними договорами за участю України застосовуються преференційні ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України;

➤ до товарів та інших предметів, що походять з країн або економічних союзів, які користуються в Україні режимом найбільшого сприяння, котрий означає, що іноземні суб'єкти господарської діяль-

ності цих країн або союзів мають пільги щодо мит, за винятком випадків, коли ці мита та пільги щодо них встановлюються в межах спеціального преференційного митного режиму, застосовуються пільгові ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України;

► до решти товарів та інших предметів застосовуються повні (загальні) ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України.

Вивізне мито нараховується на товари та інші предмети при їх вивезенні за межі митної території України. Вивізне мито нараховується за ставками, передбаченими Єдиним митним тарифом України.

Сезонне ввізне і вивізне мито на окремі товари та інші предмети може встановлюватися на термін, що не перевищує чотирьох місяців з моменту встановлення.

В Україні, незалежно від інших видів мита, можуть застосовуватися особливі види мита: спеціальне, антидемпінгове і компенсаційне.

Спеціальне мито застосовується: як засіб захисту національного товаровиробника у разі, коли товари ввозяться на митну територію України в обсягах та (або) за умов, що завдають великої шкоди або створюють загрозу заподіяння великої шкоди національному товаровиробнику; як запобіжний засіб щодо учасників зовнішньоекономічної діяльності, які порушують національні інтереси у сфері зовнішньоекономічної діяльності; як заходи у відповідь на дискримінаційні та (або) недружні дії інших держав, митних союзів та економічних угруповань, які обмежують здійснення законних прав та інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та (або) ущемляють інтереси України.

Антидемпінгове мито застосовується: у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом демпінгу, що завдає шкоди національному товаровиробнику; у разі вивезення за межі митної території України товарів за ціною, істотно нижчою за ціни інших експортерів подібних або безпосередньо конкуруючих товарів на момент цього вивезення, якщо таке вивезення завдає шкоди.

Компенсаційне мито застосовується: у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом субсидованого; імпорту, що завдає шкоди національному товаровиробнику; у разі вивезення за межі митної території України товарів, для виробництва, перероблення, продажу, транспортування, експорту або споживання яких безпосередньо або опосередковано надавалася субсидія, якщо таке вивезення завдає шкоди.

Платниками мита є фізичні та юридичні особи, які переміщують товари і транспортні засоби через митний кордон України.

Об'єктом оподаткування є митна вартість товару, що переміщується через митний кордон. *Митна вартість* — це ціна товару, яка фактично сплачена або підлягає сплаті за нього на момент перетину митного кордону України. При визначенні митної вартості до неї включаються ціна товару, зазначена в рахунку-фактурі, а також такі фактичні витрати (якщо їх не занесено до рахунку-фактури): на транспортування, навантаження, розвантаження, перевантаження та страхування до пункту перетину митного кордону України; комісійні та брокерські; плата за використання об'єктів інтелектуальної власності, що належить до цих товарів та інших предметів і яка має бути оплачена імпортером (експортером) прямо чи побічно як умова їх ввезення (вивезення).

Якщо не можна перевірити митну вартість, то митні органи України визначають митну вартість послідовно на основі ціни на ідентичні товари та інші предмети, ціни на подібні товари та інші предмети, що діють у провідних країнах — експортерах цих товарів та інших предметів.

В Україні використовують такі види ставок для обчислення суми мита:

- у відсотках до митної вартості товарів, що переміщуються через митний кордон;

- у грошовому вимірі на одиницю товару.

На товари, які обкладаються акцизним збором, встановлено ставки специфічного ввізного мита. Для більшості видів таких товарів ставку ввізного мита встановлено в євро з одиниці товарів, що імпортуються. Ставки ввізного мита диференційовані за товарними групами, як і ставки акцизного збору. При цьому перелік товарів, які підлягають митному оподаткуванню, значно ширший, ніж перелік підакцизних товарів.

Мито нараховується митним органом України відповідно до митної вартості і ставок Єдиного митного тарифу України, що діють на день подання митної декларації, і сплачується як у валюті України, так і в іноземній валюті, яку купує Національний банк України. Мито вноситься до Державного бюджету України.

При стягненні мита діє дуже розгалужена система пільг — від встановлення мінімальних пільгових ставок залежно від країни-постачальника та країни-продавця до повного звільнення від мита окремих товарів. Розмір пільг і порядок їх надання встановлює Верховна Рада України згідно з законами України про спеціальні митні зони прийняттям окремого закону для кожної з таких зон.

Від сплати мита звільняються такі предмети, які ввозяться (пересилаються) громадянами в Україну:

- товари (крім вино-горілчаних і тютюнових виробів) загальною вартістю, еквівалентною 1400 дол. включно;
- предмети особистого користування (за винятком транспортних засобів індивідуального користування та запасних частин до них), що тимчасово ввозяться на митну територію України;
- речі, що ввозяться (пересилаються) при переселенні на постійне місце проживання в Україну;
- горілчані вироби — 1 л, вино — 2 л, тютюнові вироби — 200 цигарок (або 200 г) на одну особу.

9.1.5. Оподаткування прибутку

Сутність оподаткування прибутку полягає в тому, що оподатковується новостворена вартість, а об'єкт оподаткування збігається з джерелом сплати. Платниками податку на прибуток підприємств є:

- серед резидентів — суб'єкти господарської діяльності, бюджетні, громадські та інші підприємства, установи та організації, які здійснюють діяльність, спрямовану на отримання прибутку як на території України, так і за її межами;

- серед нерезидентів — фізичні чи юридичні особи, створені у будь-якій організаційно-правовій формі, які отримують доходи з джерел їх походження з України, за винятком установ та організацій, що мають дипломатичний статус або імунітет згідно з міжнародними договорами України або законом;

- філії, відділення та інші відокремлені підрозділи платників податку (далі філії), що не мають статусу юридичної особи, розташовані на території іншої, ніж такий платник податку, територіальної громади;

- постійні представництва нерезидентів, які отримують доходи з джерел їх походження з України або виконують агентські (представницькі) функції щодо таких нерезидентів або їх засновників.

Об'єктом оподаткування є прибуток, який визначається зменшенням суми скоригованого валового доходу звітного періоду на суму валових витрат платника податку і суму амортизаційних відрахувань.

Скоригований валовий дохід — це валовий дохід без урахування доходів, які за своєю сутністю підлягають вилученню з метою оподаткування.

Валовий дохід — загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) упродовж звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на

території України, її континентальному шельфі, виключній (морській) економічній зоні, так і за їхніми межами.

Валовий дохід включає:

➤ загальні доходи від продажу товарів (робіт, послуг), у тому числі допоміжних та обслуговуючих виробництв, що не мають статусу юридичної особи, а також доходи від продажу цінних паперів, крім операцій з їх первинного випуску (розміщення) та операцій з їх кінцевого погашення (ліквідації);

➤ доходи від здійснення банківських, страхових та інших операцій з надання фінансових послуг, торгівлі валютними цінностями, цінними паперами, борговими зобов'язаннями та вимогами;

➤ доходи від спільної діяльності та у вигляді дивідендів, отриманих від нерезидентів, відсотків, роялті, володіння борговими вимогами, а також доходів від здійснення операцій лізингу (оренди);

➤ доходи, не враховані в обчисленні валового доходу періодів, що передують звітному, та виявлені у звітному періоді;

➤ доходи з інших джерел та від позареалізаційних операцій, у тому числі безповоротну фінансову допомогу, отриману платником податку в звітному періоді, вартість товарів (робіт, послуг), безоплатно наданих платнику податку в звітному періоді, за винятком випадків, коли таку допомогу та безоплатні товари (роботи, послуги) одержують неприбуткові організації, або такі операції здійснюються між платником податку та його відокремленими підрозділами, що не мають статусу юридичної особи;

➤ невикористану частину коштів, що повертається із страхових резервів у передбаченому законом порядку;

➤ заборгованість, що підлягає занесенню до валових доходів;

➤ кошти страхового резерву, використані не за призначенням;

➤ вартість матеріальних цінностей, що передані платнику податку згідно з договорами схову та використані ним у власному виробничому чи господарському обігу;

➤ штрафи, неустойки, пені, одержані за рішенням сторін договору або за рішенням відповідних державних органів, суду, арбітражного чи третейського суду;

➤ державне мито, попередньо сплачене позивачем, що повертається на його користь за рішенням суду (арбітражного суду);

➤ доходи від здійснення операцій особливого виду. Фінансовий результат, пов'язаний з операціями особливого виду (а отже, і валовий дохід та валові витрати), визначається по кожній операції окремо. До особливого виду належать такі операції: товарообмінні (бартерні); пов'язані зі страховою діяльністю; із розрахунками в іноземній валюті; з пов'язаними особами; з цінними паперами та деривативами.

вативами; спільна діяльність без створення юридичної особи; виплата дивідендів; з борговими вимогами та зобов'язаннями; з виконання довготермінових договірних зобов'язань; неприбуткових установ та організацій; окремих платників податку.

До валового доходу платника включається також прибуток від продажу основних фондів та нематеріальних активів, що підлягають амортизації.

Із складу валового доходу вилучаються:

► суми акцизного збору, податку на додану вартість, отримані (нараховані) підприємством у складі ціни продажу продукції (робіт, послуг), за винятком випадків, коли таке підприємство-одержувач не є платником податку на додану вартість;

► кошти або вартість майна, що отримані платником податку як компенсація (відшкодування) за примусове відчуження державою іншого майна платника податку у випадках, передбачених законодавством;

► кошти або вартість майна, що отримані платником податку за рішенням суду (арбітражного суду) або внаслідок задоволення претензій у порядку, встановленому законодавством як компенсація прямих витрат або збитків, понесених таким платником податку в результаті порушення його прав та інтересів, що охороняються законом, у разі, якщо вони не були віднесені таким платником податку до складу валових витрат або відшкодовані за рахунок коштів страхових резервів;

► кошти щодо надмірно сплачених податків, зборів (обов'язкових платежів), що повертаються або мають бути повернені платнику податку з бюджетів, якщо такі суми не були занесені до складу валових витрат;

► кошти або вартість майна, що надходять платнику податку у вигляді прямих інвестицій або реінвестицій у корпоративні права, емітовані таким платником податку, в тому числі грошові або майнові внески, згідно з договорами про спільну діяльність на території України без створення юридичної особи;

► доходи органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування від надання державних послуг (видачі дозволів або ліцензій, сертифікатів, посвідчень, реєстрації, інших послуг, обов'язковість придбання яких передбачена законодавством), у разі зарахування таких доходів до відповідних бюджетів;

► доходи, що накопичуються на пенсійних рахунках у межах механізму додаткового пенсійного забезпечення, а також суми надходжень до інших неприбуткових установ і організацій;

► кошти спільного інвестування інвестиційних фондів та інвестиційних компаній, якщо жоден із засновників (учасників) та

пов'язаних з ними осіб не володіє більш як 25 % статутного фонду таких інвестиційних фондів або інвестиційних компаній і якщо такі інвестиційні фонди та взаємні фонди інвестиційних компаній упродовж 30 календарних днів після подання річного податкового звіту розподіляють між їх засновниками (учасниками) не менш як 90 % сум річного доходу від інвестиційних операцій;

➤ одержаний платником податку емісійний дохід;

➤ номінальна вартість взятих на облік, але неоплачених (непогашених) цінних паперів, які засвідчують відносини позики, а також платіжних документів, емітованих (виданих) боржником на користь (на ім'я) платника податку як забезпечення або підтвердження заборгованості такого боржника перед таким платником податку (облігацій, ощадних сертифікатів, казначейських зобов'язань, векселів, боргових розписок, акредитивів, чеків, гарантій, банківських наказів та інших подібних платіжних документів);

➤ доходи від спільної діяльності на території України без створення юридичної особи, дивіденди, отримані платником податку від інших платників податку;

➤ кошти або майно, які повертаються власнику корпоративних прав, емітованих юридичною особою, після повної і остаточної ліквідації такої юридичної особи-емітента або після закінчення терміну дії договору про спільну діяльність, але не вище номінальної вартості акцій (часток, паїв);

➤ кошти або майно, що надходять у вигляді міжнародної технічної допомоги, яка надається іншими державами відповідно до міжнародних угод, що набрали чинності у встановленому законодавством порядку;

➤ кошти, що надаються платнику податку з Державного інноваційного фонду на зворотній основі при здійсненні інноваційних проектів у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України;

➤ вартість основних фондів, безоплатно отриманих платником податку з метою здійснення їх експлуатації у випадках, передбачених законодавством;

➤ інші надходження, визначені Законом України «Про оподаткування прибутку підприємств».

Валові витрати виробництва та обігу (далі — **валові витрати**) — сума будь-яких витрат платника податку у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах, здійснюваних як компенсація вартості товарів (робіт, послуг), які купуються (виготовляються) таким платником податку для подальшого використання їх у власній господарській діяльності.

До складу валових витрат належать суми будь-яких витрат, сплачених (нарахованих) упродовж звітного періоду у зв'язку з під-

готовкою, організацією, веденням виробництва, продажем продукції (робіт, послуг) і охороною праці, з урахуванням встановлених законом обмежень.

До валових витрат належать:

► кошти або вартість майна, які добровільно перераховані (передані) до Державного бюджету України або бюджетів територіальних громад, до неприбуткових організацій, але не більше ніж 4 % оподаткованого прибутку попереднього звітного періоду;

► кошти, перераховані підприємствами всеукраїнських об'єднань осіб, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи, на яких працює за основним місцем роботи не менше ніж 75 % таких осіб, цим об'єднанням для проведення благодійної діяльності таких об'єднань, але не більше ніж 10 % оподаткованого прибутку попереднього звітного періоду;

► кошти, внесені до страхових резервів у законодавчо встановленому порядку;

► суми внесених (нарахованих) податків, зборів (обов'язкових платежів), установлених Законом України «Про систему оподаткування», за винятком податку на прибуток підприємств, податку на нерухомість, плати за придбання торгових патентів;

► для платників податку, основною діяльністю яких є виробництво сільськогосподарської продукції, до складу валових витрат зараховується плата за землю, що не використовується в сільськогосподарському виробничому обігу;

► витрати, не віднесені до складу валових витрат минулих звітних податкових періодів через втрату, знищення або псування документів, встановлених правилами податкового обліку та підтверджених такими документами у звітному податковому періоді;

► витрати, не враховані у минулих податкових періодах через допущені та виявлені помилки у звітному податковому періоді у розрахунку податкового зобов'язання;

► безнадійна заборгованість у частині, що не була віднесена до валових витрат, у разі, коли відповідні заходи щодо стягнення таких боргів не привели до позитивного наслідку, а також суми заборгованості, щодо яких закінчився термін позовної давності;

► витрати, пов'язані з операціями особливого виду;

► витрати, пов'язані з поліпшенням основних фондів, але не більше ніж 5 % балансової вартості груп основних фондів на початок року, та суми перевищення балансової вартості основних фондів і нематеріальних активів над вартістю їх продажу, визначені у встановленому порядку.

Амортизаційні відрахування (амортизація) — це поступове віднесення витрат на їх придбання, виготовлення або поліпшення, на

зменшення оподаткованого прибутку платника податку у межах норм амортизаційних відрахувань. З метою нарахування амортизації основні фонди поділяються на такі групи:

група 1 — будівлі, споруди, їхні структурні компоненти та передавальні пристрої, у тому числі житлові будинки та їхні пристрої;

група 2 — автомобільний транспорт і вузли до нього; меблі; конторське (офісне) обладнання; побутові, електронні, оптичні, електромеханічні прилади та інструменти;

група 3 — будь-які інші основні фонди, що не ввійшли до груп 1 і 2, враховуючи сільськогосподарські машини і знаряддя, робочу та продуктову худобу і багаторічні насадження.

Суми амортизаційних відрахувань звітнього періоду визначаються застосуванням норм амортизації до балансової вартості груп основних фондів на початок звітнього періоду.

Балансова вартість групи основних фондів на початок звітнього періоду розраховується за формулою

$$B_a = B_{a-1} + P_{a-1} - V_{a-1} - A_{a-1}, \quad (1)$$

де B_a — балансова вартість групи на початок звітнього періоду; B_{a-1} — балансова вартість групи на початок періоду, що передував звітньому; P_{a-1} — сума витрат, понесених на придбання основних фондів, здійснення капітального ремонту, реконструкцій, модернізацій та іншого поліпшення основних фондів упродовж періоду, що передував звітньому; V_{a-1} — сума виведених з експлуатації основних фондів упродовж періоду, що передував звітньому; A_{a-1} — сума амортизаційних відрахувань, нарахованих у періоді, що передував звітньому.

Для амортизації нематеріальних активів застосовується лінійний метод, за яким кожний окремих вид нематеріального активу амортизується однаковими частками, виходячи з його первісної вартості з урахуванням індексації упродовж терміну, який визначається платником податку самостійно, виходячи із терміну корисного використання таких нематеріальних активів або терміну діяльності платника податку, але не більше ніж 10 років безперервної експлуатації. Амортизаційні відрахування здійснюються до досягнення залишковою вартістю нематеріального активу нульового значення.

Платники податку всіх форм власності мають право застосовувати щорічну індексацію балансової вартості груп основних фондів та

нематеріальних активів на коефіцієнт індексації K_i , який визначається за формулою

$$K_i = (I_{a-1} - 10) / 100, \quad (2)$$

де I_{a-1} — індекс інфляції року, за результатами якого проводиться індексація.

Якщо значення K_i не перевищує одиниці, то індексація не проводиться.

Амортизація окремого об'єкта основних фондів групи 1 здійснюється до досягнення балансовою вартістю такого об'єкта ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Залишкова вартість такого об'єкта належить до складу валових витрат за результатами відповідного податкового періоду, а вартість такого об'єкта прирівнюється до нуля.

Амортизація основних фондів груп 2 і 3 проводиться до досягнення балансовою вартістю групи нульового значення.

Норми амортизації встановлені у відсотках до балансової вартості кожної з груп основних фондів на початок звітного (податкового) періоду в такому розмірі (у розрахунку на календарний квартал): група 1—1,25 %; група 2 — 6,25; група 3 — 3,75 %.

Платник податку може самостійно прийняти рішення про застосування прискореної амортизації основних фондів групи 3, придбаних після 1 січня 1997 р., за такими нормами (у розрахунку на календарний рік): 1-й рік експлуатації — 15 %; 2-й — 30; 3-й — 20; 4-й — 15; 5-й — 10; 6-й — 5; 7-й рік експлуатації — 5 %.

Платники податку самостійно визначають суми податку, що підлягають сплаті.

Прибуток платників податку, враховуючи підприємства, що засновані на власності окремої фізичної особи, оподатковується за ставкою 30 % до об'єкта оподаткування.

Податок, що підлягає сплаті до бюджету, визначається за формулою

$$ПП = (СВД - ВВ - А)N, \quad (3)$$

де ПП — податок на прибуток; СВД — валові доходи; ВВ — валові витрати; А — амортизація; N — ставка податку.

Податок сплачується до бюджету не пізніше 20 числа наступного за звітним кварталом місяця.

9.1.6. Плата за землю

Плата за землю запроваджується з метою формування джерела коштів для фінансування заходів щодо раціонального використання та охорони земель, підвищення родючості ґрунтів, відшкодування витрат власників землі і землекористувачів, пов'язаних з господарюванням на землях гіршої якості, ведення земельного кадастру, здійснення землеустрою та моніторингу земель, проведення земельної реформи та розвитку інфраструктури населених пунктів.

Власники землі та землекористувачі, крім орендарів, сплачують земельний податок. За земельні ділянки, надані в оренду, стягується орендна плата.

Платниками земельного податку та орендної плати за землю можуть бути громадяни України, іноземні громадяни, підприємства, об'єднання, організації та установи незалежно від їх організаційно-правових форм та форм власності, на якій вони утворені. Цей податок платять також спільні підприємства, міжнародні об'єднання та організації за участю українських та іноземних юридичних чи фізичних осіб, підприємства, які повністю належать іноземним інвесторам, яким земельні ділянки передано у власність або надано у користування, у тому числі на умовах оренди.

Суб'єктом плати за землю (платником) є власник землі та землекористувач, у тому числі орендар. У разі переходу впродовж року права власності чи права користування земельними ділянками від одного платника податку до іншого земельний податок нараховується та пред'являється до сплати первісному власнику землі або землекористувачу, починаючи з початку року і до дня, коли він втратив право власності чи право користування земельною ділянкою (враховуючи і цей день), а новому — починаючи з дня, наступного за днем виникнення права власності або права користування земельною ділянкою. За земельні ділянки, що перейшли у спадщину, земельний податок стягується зі спадкоємців, які прийняли спадщину з моменту її відкриття. Спадкоємцям, які прийняли спадщину до настання терміну податкового обліку, податок нараховується з урахуванням податкових зобов'язань спадкодавця.

Об'єктом плати за землю є земельна ділянка, яка перебуває у власності або користуванні, у тому числі на умовах оренди.

Розмір плати за землю фактично визначається площею земельної ділянки, що є у володінні або користуванні (у тому числі на умовах оренди) і не залежить від результатів господарської діяльності власників землі та землекористувачів.

Основними документами, які підтверджують площу оподаткованої земельної ділянки, є державний акт на право власності або постійного користування нею та договір про оренду земельної ділянки державної власності. Якщо їх немає, то площа земельної ділянки підтверджується випискою із земельно-кадастрової книги.

Вартість земельної ділянки визначається державними органами земельних ресурсів за методиками грошової оцінки земель, затвердженими постановами Кабінету Міністрів України.

Оподаткування сільськогосподарських угідь. Згідно із Законом України «Про плату за землю» ставки земельного податку за сільськогосподарські угіддя, що надані в установленому порядку та використовуються за цільовим призначенням, незалежно від того, до якої категорії земель вони віднесені, встановлені у відсотках від їх грошової оцінки у таких розмірах: для ріллі, сіножатей і пасовищ — 0,1; для багаторічних насаджень — 0,03.

Отже, для визначення розміру земельного податку потрібно знати площу сільськогосподарських угідь, їх грошову оцінку та ставку податку.

Грошова оцінка земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів визначається за спеціальною методикою, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України. Інформаційною основою для такої оцінки земель сільськогосподарського призначення є матеріали державного земельного кадастру (кількісна і якісна характеристика земель, бонітування ґрунтів, економічна оцінка земель), матеріали внутрішньогосподарського землевпорядкування, а земель населених пунктів — їхні генеральні плани та проекти планування і забудови населених пунктів, матеріали економічної оцінки території.

Грошова оцінка земель сільськогосподарського призначення, на які немає матеріалів економічної оцінки, визначається за аналогічними агровиробничими групами ґрунтів, які до них прилягають.

На гірших землях, на яких не створюється диференціальний рентний дохід (з нульовим або від'ємним показником оцінки), грошова оцінка земель визначається величиною абсолютного рентного доходу — 1,6 ц зерна з гектара.

Грошова оцінка земельних ділянок під виробничими будівлями і спорудами сільськогосподарських підприємств, що розташовані за межами населених пунктів, визначається за аналогічними агровиробничими групами ґрунтів, які до них прилягають.

В основу визначення грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення покладено рентний дохід, який створюється при виробництві зернових культур і визначається за даними економічної оцінки земель, проведеної в 1988 р.

В умовах інфляції рентний дохід обчислюється в натуральних одиницях (у центнерах зерна), який при визначенні грошової оцінки переводиться у вартісний вираз за поточними або світовими реалізаційними цінами.

Величина грошової оцінки є добутком річного рентного доходу і терміну його капіталізації. Термін капіталізації становить 33 роки.

Грошова оцінка визначається окремо по орних землях, землях під багаторічними насадженнями, природними сіножатями і пасовищами.

Законом передбачено щорічну індексацію грошової оцінки земель і доведення її до відома власників землі та землекористувачів. З приводу цього визначено і доведено облдержадміністраціям, обласним органам місцевого самоврядування та земельних ресурсів коефіцієнти індексації грошової оцінки земель (станом на 1 січня 1999 р.): сільськогосподарського призначення — 2,07; населених пунктів — 1,8. Тому власники землі та землекористувачі — юридичні особи при поданні розрахунку до відповідного податкового органу повинні враховувати індексацію грошової оцінки земель, де її проведено, або відповідне збільшення ставок земельного податку по землях населених пунктів, де не встановлено грошову оцінку.

Оподаткування земельних ділянок у межах населених пунктів. Ставки земельного податку з земель, грошову оцінку яких визначено, встановлюються у розмірі 1 % від їх грошової оцінки, за винятком земельних ділянок, зазначених нижче.

Податок за земельні ділянки, зайняті житловим фондом, кооперативними автостоянками для зберігання особистих транспортних засобів громадян, гаражно-будівельними, дачно-будівельними кооперативами, індивідуальними гаражами і дачами громадян, а також за земельні ділянки, надані для потреб сільськогосподарського виробництва, водного та лісового господарства, які зайняті виробничими, культурно-побутовими та господарськими будівлями і спорудами, стягується у розмірі 3 % зазначеної суми земельного податку.

Податок за частину площ земельних ділянок, наданих підприємствам, установам і організаціям (за винятком сільськогосподарських угідь), що перевищують норми відведення, стягується у п'ятикратному розмірі.

Для земельних ділянок у межах населених пунктів ставки визначені чинним законодавством.

Ставки земельного податку за земельні ділянки (за винятком сільськогосподарських угідь) диференціюють і затверджують відповідні сільські, селищні, міські ради, виходячи із середніх ставок податку, функціонального використання та місцезнаходження земельної ділянки, але не вище ніж у два рази від середніх ставок податку з урахуванням підвищувальних коефіцієнтів.

Ставки земельного податку можуть встановлюватися з урахуванням коефіцієнтів індексації, визначених Законом України про Державний бюджет України на відповідний рік.

Грошова оцінка земель несільськогосподарського призначення (крім земель населених пунктів) проводиться згідно з Порядком грошової оцінки земель несільськогосподарського призначення (крім земель населених пунктів), затвердженого Наказом Держкомзему України від 29 серпня 1997 р. № 86/19/148/86/76/88, який розроблений відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 30 травня 1997 р. № 525 «Про Методику грошової оцінки земель несільськогосподарського призначення (крім земель населених пунктів)».

В основу грошової оцінки несільськогосподарських земель за межами населених пунктів, залежно від їх функціонального використання, покладено капіталізований рентний дохід або нормативний середньорічний економічний ефект, що створюється внаслідок використання відповідних земельних ділянок.

Інформаційною основою для грошової оцінки є відомості державних кадастрів (земельного, лісового, водного), землевпорядної, лісовпорядної, містобудівної та проектно-технічної документації, інвентаризації земель і дані державної статистичної звітності.

Нараховують земельний податок на підставі даних державного земельного кадастру. Сума земельного податку обчислюється відповідно до ставок податку, зазначених вище, виходячи з того, до якої категорії земель належить земельна ділянка.

Юридичні особи самостійно обчислюють суму земельного податку в порядку, визначеному Законом України «Про плату за землю», за формою, встановленою Головною державною податковою адміністрацією України. Дані до відповідної податкової адміністрації подаються щороку станом на 1 січня до 1 лютого.

Земельний податок сплачується однаковими частинами власниками землі і землекористувачами — виробниками товарної сіль-

ськогосподарської і рибної продукції та громадянами до 15 серпня і 15 листопада відповідно, а всіма іншими платниками щоквартально до 15 числа наступного за звітним кварталом місяця.

9.1.7. Єдиний податок

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва (єдиний податок) введена Указом Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва». Єдиний податок є альтернативним способом оподаткування, тобто запроваджується на противагу діючому порядку оподаткування.

Якщо платник вважає невідгідним загальний порядок оподаткування, то він може за власним бажанням відмовитися від нього, перейшовши на спрощену систему оподаткування, обліку та звітності (на сплату єдиного податку). Вона може застосовуватися поряд з діючою системою оподаткування, обліку та звітності, передбаченою законодавством, на вибір суб'єкта малого підприємництва.

На спрощену систему оподаткування, обліку та звітності можуть перейти не всі суб'єкти малого підприємництва, а лише:

► фізичні особи, які здійснюють підприємницьку діяльність без створення юридичної особи і у трудових відносинах з якими, враховуючи членів їх сімей, упродовж року перебуває не більше ніж 10 осіб та обсяг виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 500 тис. грн;

► юридичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких за рік середньо-облікова чисельність працюючих не перевищує 50 осіб і обсяг виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 1 млн грн.

Виручкою від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) вважається сума, фактично отримана суб'єктом підприємницької діяльності на розрахунковий рахунок або (та) в касу за здійснення операцій з продажу продукції (товарів, робіт, послуг).

Суб'єкти підприємницької діяльності — юридичні особи, які перейшли на спрощену систему оподаткування за єдиним податком, не мають права застосовувати інший спосіб розрахунків за відвантаженою продукцією крім готівкового та безготівкового розрахунків коштами.

У разі здійснення операції з продажу основних фондів виручкою від реалізації вважається різниця між сумою, отриманою від реалізації цих фондів, та їх залишковою вартістю на момент продажу.

Суб'єкти малого підприємництва — фізичні особи мають право самостійно обрати спосіб оподаткування доходів за єдиним податком, отримавши свідоцтво про сплату єдиного податку.

Ставка єдиного податку для суб'єктів малого підприємництва — фізичних осіб встановлюється місцевими радами за місцем їх державної реєстрації залежно від виду діяльності і не може становити менше ніж 20 грн та більш як 200 грн на місяць.

Якщо фізична особа — суб'єкт малого підприємництва здійснює кілька видів підприємницької діяльності, для яких встановлено різні ставки єдиного податку, то вона купує одне свідоцтво і сплачує єдиний податок, що не перевищує встановленої максимальної ставки.

У разі коли фізична особа — платник єдиного податку здійснює підприємницьку діяльність з використанням найманої праці або за участю у підприємницькій діяльності членів його сім'ї, ставка єдиного податку збільшується на 50 % за кожну особу.

Суб'єкт підприємницької діяльності — фізична особа, яка сплачує єдиний податок, звільняється від обов'язку нарахування, відрахування та перерахування до державних цільових фондів зборів, пов'язаних з виплатою заробітної плати працівникам, які перебувають з ним у трудових відносинах, урахуваючи членів його сім'ї.

Суб'єкти підприємницької діяльності — фізичні особи сплачують єдиний податок щомісяця не пізніше 20 числа наступного місяця на окремий рахунок відділень Державного казначейства України.

Відділення Державного казначейства України наступного дня після надходження коштів перераховують суми єдиного податку в таких розмірах:

- до місцевого бюджету — 43 %;
- до Пенсійного фонду України — 42 %;
- на обов'язкове соціальне страхування — 15 % (у тому числі до Державного фонду сприяння зайнятості населення — 4 %) для відшкодування витрат, які здійснюються відповідно до законодавства у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності, а також витрат, пов'язаних із народженням і похованням.

Доходи, отримані від здійснення підприємницької діяльності, що обкладається єдиним податком, не зараховуються до складу сукупного оподаткованого доходу за підсумками звітного року такого платника та осіб, що перебувають з ним у трудових відносинах. Сплачена сума єдиного податку є остаточною і не включається до перерахунку загальних податкових зобов'язань як самого платника податку, так і осіб, які перебувають з ним у трудових відносинах, враховуючи членів його сім'ї, які беруть участь у підприємницькій діяльності.

Суб'єкт підприємницької діяльності — юридична особа, яка перейшла на спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, самостійно обирає одну з таких ставок єдиного податку:

➤ 6 % суми виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) без урахування акцизного збору у разі сплати податку на додану вартість;

➤ 10 % суми виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), за винятком акцизного збору у разі внесення податку на додану вартість до складу єдиного податку.

Суб'єкти підприємницької діяльності — юридичні особи сплачують єдиний податок щомісяця не пізніше 20 числа наступного місяця на окремий рахунок відділень Державного казначейства України.

Відділення Державного казначейства України наступного дня після надходження коштів перераховують суми єдиного податку в таких розмірах:

➤ до Державного бюджету України — 20 %;

➤ до місцевого бюджету — 23 %;

➤ до Пенсійного фонду України — 42 %;

➤ на обов'язкове соціальне страхування — 15 % (у тому числі до Державного фонду сприяння зайнятості населення — 4 %) для відшкодування витрат, які здійснюються відповідно до законодавства у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності, а також витрат, пов'язаних із народженням і похованням.

Для переходу на спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єкт малого підприємництва подає письмову заяву до органу державної податкової служби за місцем державної реєстрації, де зазначає, яку ставку єдиного податку ним обрано.

Заява подається не пізніше ніж за 15 днів до початку наступного звітного (податкового) періоду (кварталу) за умови сплати всіх установлених податків та обов'язкових платежів за попередній звітний (податковий) період.

Рішення про перехід на спрощену систему оподаткування, обліку та звітності приймається один раз за календарний рік.

Орган державної податкової служби зобов'язаний упродовж 10 робочих днів видати безоплатно свідоцтво про право сплати єдиного податку або надати письмову мотивовану відмову.

Відмовитися від застосування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності і повернутися до раніше встановленої системи оподаткування суб'єкти малого підприємництва можуть з початку наступного звітного (податкового) періоду (кварталу) у разі подання відповідної заяви до органів державної податкової служби не пізніше ніж за 15 днів до закінчення попереднього звітного (податкового) періоду (кварталу).

9.1.8. Податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів

Податок з власників наземних транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів встановлюється як джерело фінансування будівництва, реконструкції, ремонту та утримання автомобільних шляхів загального користування та проведення природоохоронних заходів на водоймах. Цей податок сплачується за місцем знаходженням юридичних осіб і місцем проживання фізичних осіб на спеціальні рахунки територіальних дорожніх фондів. В Україні в основу податку з власників транспортних засобів покладено об'єм циліндрів (потужність) двигуна.

Платниками податку з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів є підприємства, установи та організації — юридичні особи, іноземні юридичні особи, а також громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають зареєстровані в Україні згідно з чинним законодавством власні транспортні засоби, що підлягають оподаткуванню.

Об'єктом оподаткування є такі транспортні засоби: трактори (колісні), автомобілі, призначені для перевезення не менш як 10 осіб, враховуючи водія, автомобілі легкові, вантажні і спеціального призначення, крім тих, що використовуються для перевезення пасажирів і вантажів, мотоцикли (у тому числі мопеди) та велосипеди з установленим двигуном, яхти та судна парусні з допоміжним двигуном або без нього (крім спортивних), човни моторні, катери, крім човнів з підвісним двигуном (крім спортивних) та інші човни (крім спортивних).

Ставки податку на рік встановлено у гривнях за 100 см³ об'єму циліндрів двигуна внутрішнього згоряння, за 1 кВт потужності електродвигуна (для наземного транспорту) і за 1 см довжини (для водного транспорту). Наприклад, трактори колісні — 2,5 грн з 100 см³; автомобілі легкові з об'ємом циліндрів двигуна: до 1000 см³ — 3 грн за 100 см³; від 1001 до 1500 см³ — 4 грн за 100 см³; від 1501 до 1800 см³ — 5 грн за 100 см³.

Податок з власників транспортних засобів обчислюється юридичними особами на підставі звітних даних про кількість транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів станом на 1 січня поточного року.

Податок з власників наземних транспортних засобів обчислюється, виходячи з об'єму циліндрів або потужності двигуна кожного виду і марки транспортних засобів, а податок з власників водних транспортних засобів — залежно від довжини транспортного засобу за визначеними ставками.

Податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів сплачується:

► фізичними особами — перед реєстрацією, перереєстрацією транспортних засобів, а також перед технічним оглядом транспортних засобів щорічно або один раз за два роки, але не пізніше першого півріччя року, в якому проводиться технічний огляд; якщо транспортні засоби придбано фізичними особами у другому півріччі, то податок сплачується в половинному розмірі встановленої суми;

► юридичними особами — щоквартально однаковими частинами до 15 числа наступного за звітним кварталом місяця.

За придбані впродовж року юридичними особами транспортні засоби податок сплачується перед їх реєстрацією за термінами сплати (по кварталах), які не настали, починаючи з кварталу, в якому реєструється транспортний засіб. Розрахунок суми податку за такі транспортні засоби в 10-денний термін після їх реєстрації подається до відповідного податкового органу. За транспортні засоби, зняті впродовж року з обліку, податок не повертається.

9.1.9. Прибутковий податок з громадян

Платниками прибуткового податку (суб'єктами оподаткування) в Україні є громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства. До громадян, що мають постійне місце проживання в Україні, належать громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які проживають в Україні у цілому не менше ніж 183 дні у календарному році.

Об'єктом оподаткування у громадян, які мають постійне місце проживання в Україні, є сукупний оподатковуваний дохід за календарний рік (що складається з місячних сукупних оподатковуваних доходів), одержаний із різних джерел як на території України, так і за її межами. Об'єктом оподаткування у громадян, які не мають постійного місця проживання в Україні, є дохід, одержаний із джерел в Україні. При визначенні сукупного оподаткованого доходу враховуються доходи, одержані як у натуральній формі, так і в грошовій (національній або іноземній валюті). Доходи, одержані в натуральній формі, зараховуються до сукупного оподаткованого доходу за календарний рік за вільними (ринковими) цінами.

Податки з доходів, одержаних в іноземній валюті, сплачуються в гривнях. Доходи, одержані в іноземній валюті, перераховуються в українську валюту за курсом, що встановлюється Національним банком України на дату одержання доходу.

Доходи, одержані за межами України громадянами з постійним місцем проживання в Україні, зараховуються до складу сукупного доходу. Суми податку, сплачені за кордоном з одержаних за межами України доходів громадянами з постійним місцем проживання в Україні, враховуються при сплаті ними прибуткового податку в Україні. При цьому розмір зараховуваних сум податку з доходів, сплачених за межами України, не може перевищувати суми прибуткового податку, що підлягає сплаті цими особами відповідно до законодавства України.

Сплачені за межами України суми податку зараховуються лише у разі письмового підтвердження податкового органу відповідної іноземної держави факту сплати (утримання) податку.

До сукупного оподаткованого доходу, одержаного громадянами в період, за який здійснюється оподаткування, не належать:

- допомога, пов'язана з державним соціальним страхуванням і державним соціальним забезпеченням;
- суми одержуваних аліментів;
- державні пенсії, а також додаткові пенсії, що виплачуються за умовами добровільного страхування пенсій;
- компенсаційні виплати у грошовій і натуральній формах у межах норм, передбачених чинним законодавством, за винятком компенсації за невикористану відпустку при звільненні;
- суми грошового забезпечення, грошових винагород та інших виплат, що одержують військовослужбовці;
- доходи громадян від продажу продукції, вирощеної в особистому підсобному господарстві;
- суми, одержувані в результаті успадкування і дарування, за винятком сум авторської винагороди, що неодноразово одержують спадкоємці (правонаступники), а також відкриттів, винаходів та промислових зразків;
- виграші за облігаціями державних позик і державними лотереями, відсотки і виграші по вкладах в установах банків, по ощадних сертифікатах та державних казначейських зобов'язаннях;
- суми матеріальної допомоги як у грошовій, так і в натуральній формі незалежно від її розміру, що надаються на підставі рішень Кабінету Міністрів України у зв'язку зі стихійним та екологічним лихом, аваріями і катастрофами місцевими органами державної виконавчої влади, профспілками, фондом соціального страхування, благодійними фондами та іноземними державами;
- суми матеріальної допомоги, що надаються в інших випадках, у межах 12 мінімальних розмірів заробітної плати на рік включно.

Суми виплат, що не включаються до складу сукупного оподаткованого доходу громадян, не враховуються при визначенні основи

оподаткування податками і зборами, які нараховуються на фонд оплати праці відповідно до законодавства.

Сукупний оподатковуваний дохід зменшується на суму мінімальної місячної заробітної плати (неоподатковуваний мінімум) і соціальних податкових пільг.

Ставки прибуткового податку із сукупного оподаткованого доходу громадян за місцем основної роботи (служби, навчання) наведено у табл. 9.1.

Таблиця 9.1. Ставки прибуткового податку з громадян

Місячний сукупний оподатковуваний дохід, грн	Ставки та розміри податку
До 17,00 (з доходу в розмірі одного неоподаткованого мінімуму)	Не оподатковується
18,00 – 85,00 (від 1 до 5 неоподатковуваних мінімумів)	10 % суми доходу, що перевищує розмір одного неоподаткованого мінімуму
86,00 – 170,00 (від 5 до 10 неоподатковуваних мінімумів)	6,80 + 15 % від суми, що перевищує 85 грн
171,00 – 1020,00 (від 10 до 60 неоподатковуваних мінімумів)	19,55 + 20 % від суми, що перевищує 170 грн
1021,00 – 1700,00 (від 60 до 100 неоподатковуваних мінімумів)	189,55 + 30 % від суми, що перевищує 1020 грн
1701,00 і вище (понад 100 неоподатковуваних мінімумів)	393,55 + 45 % від суми, що перевищує 1700 грн

Із сум авторських винагород, що виплачуються спадкоємцям повторно (неодноразово), податок нараховується до джерел виплати у складі сукупного оподаткованого річного доходу за вищенаведеними ставками, збільшеними вдвічі, але не більше ніж 70 %.

Із сум доходів, одержуваних громадянами не за місцем основної роботи та громадянами, які не мають постійного місця проживання в Україні, податок нараховується до джерел виплати за ставкою 20 %.

Прибутковий податок нараховують, утримують і перераховують до бюджету підприємства, установи, організації всіх форм власності та фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які виплачують доходи.

Упродовж року податок обчислюється із суми місячного сукупного оподаткованого доходу за ставкою, визначеною відповідно. При цьому для громадян, які мають право на одержання пільг, сума місячного сукупного оподаткованого доходу зменшується на розмір цих пільг.

Після закінчення календарного року визначається сума сукупно річного оподаткованого доходу. Прибутковий податок з річного доходу визначається із середньомісячного доходу з урахуванням сплаченого (утриманого) впродовж року податку із місячних доходів. Податок обчислюють і перераховують підприємства, установи, організації та фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності до 1 лютого наступного за звітним року, а до 15 лютого ці відомості за встановленою формою вони подають до податкової інспекції за місцем проживання платника.

Надміру утримані суми податку повертаються платникові або зараховуються до сплати майбутніх платежів за його заявою.

При визначенні оподаткованого доходу з громадян, які отримують доходи не за місцем основної роботи, в джерела виплати не зараховується сума неоподаткованого мінімуму і не надаються пільги.

Після закінчення календарного року громадяни, крім тих, які одержували доходи лише за місцем основної роботи, зобов'язані до 1 березня наступного року подати до податкового органу за місцем проживання декларацію про суму сукупного доходу, одержаного як за основним, так і не за основним місцем роботи. Особи, які одержують доходи не за місцем основної роботи, зобов'язані вести облік доходів і витрат, пов'язаних з одержанням цих доходів, за встановленою формою.

Підприємства, установи, організації і фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють виплати зазначених доходів, зобов'язані не пізніше як через 30 днів після виплати надіслати до податкових органів за місцем проживання громадян відомості про виплачені суми доходів і суми утриманого з них податку.

9.1.10. Фіксований сільськогосподарський податок

Фіксований сільськогосподарський податок запроваджено Законом України «Про фіксований сільськогосподарський податок» від 17 грудня 1998 р. № 320-XIV. Цей податок не змінюється до 1 січня 2004 р. і стягується з одиниці земельної площі. Він є прямим податком, різновидом майнового податку. Фіксований сільськогосподарський податок включає такі податки і збори: податок на прибуток; земельний податок; податок із власників транспортних засобів; комунальний податок; збір за геологорозвідувальні роботи, виконані за рахунок бюджету; збір на будівництво, реконструкцію, ремонт і утримання автомобільних шляхів загального користування України; плату, збір до Державного інноваційного фонду; збір на

обов'язкове пенсійне страхування; збір на обов'язкове соціальне страхування; за придбання торгового патенту торговельної діяльності; збір за спеціальне користування природними ресурсами (щодо користування водою для потреб сільськогосподарського виробництва).

Платники фіксованого сільськогосподарського податку не звільнюються від сплати коштів на державне пенсійне страхування та обов'язкове соціальне страхування і здійснюють відрахування у розмірі відповідно 68 та 2 % від нарахованої суми податку. Інші податкові платежі сплачуються на загальних підставах. До таких податків належать: податок на додану вартість, акцизний збір, прибутковий податок з громадян; мито, державне мито; рентні платежі; податок на промисел; збір за забруднення навколишнього середовища.

Суб'єктами оподаткування є сільськогосподарські підприємства різних організаційно-правових форм за умови, що сума, одержана від реалізації сільськогосподарської продукції власного виробництва та продуктів її переробки, за попередній звітний (податковий) рік перевищує 50 % загальної суми валового доходу підприємства.

Об'єктом оподаткування є площа сільськогосподарських угідь, переданих сільськогосподарському товаровиробнику у власність або наданих йому в користування, у тому числі на умовах оренди.

Ставки фіксованого сільськогосподарського податку встановлені з розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь у відсотках до їх грошової оцінки: для ріллі, сіножатей і пасовищ — 0,5 %, для багаторічних насаджень — 0,3 %.

Платники податку, що здійснюють свою господарську діяльність у гірських зонах та на поліських територіях, сплачують фіксований сільськогосподарський податок за такими ставками: для ріллі, сіножатей і пасовищ — 0,3 %, для багаторічних насаджень — 0,1 %.

Платникам фіксованого сільськогосподарського податку надано право вибору сплати податку в грошовій формі або у вигляді поставок сільськогосподарської продукції впродовж податкового періоду.

Належна до сплати сума фіксованого сільськогосподарського податку визначається платником податку, виходячи із ставок податку, площі сільськогосподарських угідь та їх грошової оцінки.

Платники фіксованого сільськогосподарського податку розраховують належний до сплати податок за формулою

$$\begin{aligned} \text{ФСП} = & P_p \cdot G_p \cdot X/100 + P_c \cdot G_c \cdot X/100 + \\ & + P_n \cdot P_p \cdot X/100 + P_{б.н} \cdot G_{б.н} \cdot X/100, \end{aligned} \quad (4)$$

де ФСП — фіксований сільськогосподарський податок; X — ставка податку; P_p , P_c , $P_{б.н}$ — площа ріллі, сіножатей, багаторічних на-

саджень; $\Gamma_p, \Gamma_c, \Gamma_{\text{б.н}}$ — грошова оцінка ріллі, сіножатей, багаторічних насаджень.

Якщо у сільськогосподарських товаровиробників нарахована у 1997 р. сума податків і зборів перевищує суму фіксованого сільськогосподарського податку більш як утричі, то до суми фіксованого сільськогосподарського податку застосовуються такі коефіцієнти: у разі перевищення у 3 – 4 рази — 1,5; у разі перевищення більш як у 4 рази — 2.

Податок сплачується помісячно до 20 числа наступного місяця. Фіксований сільськогосподарський податок сплачується у розмірі третини суми податку, визначеної на кожний квартал від річної суми податку, у таких розмірах: I квартал — 10 %, II — 10, III — 50 і IV квартал — 30 %.

У разі поставки сільськогосподарської продукції в рахунок фіксованого сільськогосподарського податку за еквівалент береться 1 т м'якої пшениці третього класу за ціною, яка встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Для визначення кількості сільськогосподарської продукції з 1 га сільськогосподарських угідь, яка має поставлятися у рахунок фіксованого сільськогосподарського податку, використовується співвідношення вартості 1 т пшениці до вартості 1 т відповідної продукції. Таке співвідношення встановлюється щороку.

Платники фіксованого сільськогосподарського податку поставляють зерно у визначені ними за погодженням з райдержадміністрацією терміни, але не пізніше ніж до 15 жовтня — з продукції ранніх зернових культур; до 1 грудня — з продукції пізніх зернових культур, а продукцію тваринництва — щомісячно, але не пізніше останнього дня поточного місяця.

9.1.11. Пенсійний фонд

Платниками збору до пенсійного фонду (на обов'язкове державне пенсійне страхування) є:

1) суб'єкти підприємницької діяльності незалежно від форм власності, їх об'єднання, бюджетні, громадські та інші установи і організації, об'єднання громадян та інші юридичні особи, а також фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які використовують працю найманих працівників;

2) фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які не використовують працю найманих працівників, інші особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності і займаються діяльністю, пов'язаною з одержанням доходу;

3) фізичні особи, які працюють на умовах трудового договору (контракту), та фізичні особи, які виконують роботи (послуги) згідно з цивільно-правовими договорами;

4) юридичні та фізичні особи, які здійснюють операції з купівлі-продажу валют;

5) суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють торгівлю ювелірними виробами (крім обручок);

6) юридичні та фізичні особи при відчуженні легкових автомобілів, крім автомобілів, якими забезпечуються інваліди та які переходять у власність спадкоємцям за законом;

7) суб'єкти підприємницької діяльності (у тому числі нерезиденти) — виробники та імпортери тютюнових виробів;

8) підприємства, установи та організації незалежно від форм власності та фізичні особи, які здійснюють придбання нерухомого майна, за винятком державних підприємств, установ і організацій, а також громадян, які набувають житло і перебувають у черзі на одержання житла або отримують його вперше;

9) підприємства, установи та організації, фізичні особи, які користуються послугами стільникового рухомого зв'язку, а також оператори цього зв'язку, які надають свої послуги безоплатно. При цьому збір на обов'язкове державне пенсійне страхування не сплачується, якщо послугами стільникового зв'язку користуються річкові, морські, повітряні, космічні транспортні засоби, засоби наземного технологічного транспорту (у тому числі таксі), що мають стаціонарно вбудоване обладнання радіозв'язку.

Об'єктом оподаткування є:

1) для платників збору, визначених пунктами 1 та 2, — фактичні витрати на оплату праці працівників, які включають витрати на виплату основної і додаткової заробітної плати та інших заохочувальних та компенсаційних виплат, у тому числі в натуральній формі. Для найманих працівників, на оплату праці яких витрати не здійснюють, — сума коштів, що визначається розрахунком як добуток визначеного законом мінімального розміру заробітної плати на кількість працівників такого платника збору, на яких нараховується заробітна плата;

2) для платників зборів, визначених пунктом 3, — сукупний оподатковуваний дохід;

3) для платників збору, визначених пунктом 4, — сума операції з купівлі-продажу валют;

4) для платників збору, визначених пунктом 5, — вартість реалізованих ювелірних виробів (крім обручок);

5) для платників збору, визначених пунктом 6, — вартість легкового автомобіля;

6) для платників збору, визначених пунктом 7, — вартість вироблених ними тютюнових виробів, що підлягають продажу, та вартість тютюнових виробів, що ввозяться (імпортуються) на митну територію України;

7) для платників збору, визначених пунктом 8, — вартість нерухомого майна, зазначена в договорі купівлі-продажу такого майна;

8) для платників збору, визначених пунктом 9, — вартість будь-яких послуг стільникового рухомого зв'язку, сплачена споживачами цих послуг оператору, що їх надає. Збір на обов'язкове державне пенсійне страхування платники збору сплачують до Пенсійного фонду України в порядку, визначеному законодавством України.

Платники, визначені пунктами 1 і 2, зобов'язані зареєструватися в органах Пенсійного фонду України. Комерційні банки при відкритті відповідних банківських рахунків зобов'язані вимагати інформацію від цих платників щодо такої реєстрації.

Пенсійний фонд України не включається до Державного бюджету України. Забороняється використання коштів Пенсійного фонду України не за цільовим призначенням. Витрати на утримання органів Пенсійного фонду України та його апарату фінансуються у межах кошторису, затвердженого Кабінетом Міністрів України.

На обов'язкове державне пенсійне страхування встановлюються ставки збору в таких розмірах:

1) для платників збору, визначених пунктами 1 та 2, — 32 % від об'єкта оподаткування.

Для підприємств, установ і організацій, де працюють інваліди, збір на обов'язкове державне пенсійне страхування визначається окремо за ставкою 4 % від об'єкта оподаткування для працюючих інвалідів та за ставкою 32 % від об'єкта оподаткування для інших працівників такого підприємства.

Для підприємств всеукраїнських громадських організацій інвалідів, де кількість інвалідів становить не менш як 50 % загальної чисельності працюючих, збір на обов'язкове державне пенсійне страхування визначається за ставкою 4 % від об'єкта оподаткування для всіх працівників цих підприємств;

2) для платників збору, визначених пунктом 3, — 1 % від об'єкта оподаткування, якщо сукупний оподатковуваний дохід не перевищує 150 грн; 2 % від об'єкта оподаткування, якщо сукупний оподатковуваний дохід перевищує 150 грн;

3) для платників збору, визначених пунктом 4, — 1 % від об'єкта оподаткування;

4) для платників збору, визначених пунктом 5, — 5 % від об'єкта оподаткування;

5) для платників збору, визначених пунктом 6, — 3 % від об'єкта оподаткування;

6) для платників збору, визначених пунктом 7, — 5 % від об'єкта оподаткування;

7) для платників збору, визначених пунктом 8, — 1 % від об'єкта оподаткування;

8) для платників збору, визначених пунктом 9, — 6 % від об'єкта оподаткування.

Збір на державне обов'язкове пенсійне страхування сплачується одночасно з одержанням коштів в установах банків на оплату праці.

9.1.12. Фонд соціального страхування

Платниками збору на обов'язкове соціальне страхування є:

1) суб'єкти підприємницької діяльності незалежно від форм власності, їх об'єднання, бюджетні, громадські та інші установи та організації, об'єднання громадян та інші юридичні особи, а також фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які використовують працю найманих працівників;

2) фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які не використовують працю найманих працівників, а також адвокати, приватні нотаріуси;

3) фізичні особи, які працюють на умовах трудового договору (контракту), та фізичні особи, які виконують роботи (послуги) згідно з цивільно-правовими договорами.

Об'єктом оподаткування є:

1) для платників збору, визначених пунктом 1, — фактичні витрати на оплату праці працівників, які включають витрати на виплату основної і додаткової заробітної плати та інших видів заохочень і виплат, виходячи із тарифних ставок у вигляді премій, заохочень, у тому числі в натуральній формі, які підлягають обкладанню податком на доходи фізичних осіб (прибутковим податком з громадян);

2) для платників збору, визначених пунктом 2, — сума оподаткованого доходу (прибутку);

3) для платників збору, визначених пунктом 3, — сукупний оподатковуваний дохід.

Забороняється використовувати ці кошти не за цільовим призначенням, у тому числі на фінансування державних та інших органів, а також їхнього апарату.

Збір на обов'язкове соціальне страхування сплачується одночасно з одержанням коштів в установах банків на оплату праці.

9.1.13. Фонд сприяння зайнятості населення

На обов'язкове соціальне страхування на випадок безробіття встановлено ставки збору в таких розмірах:

► для суб'єктів підприємницької діяльності незалежно від форм власності, їх об'єднання, бюджетні, громадські та інші установи та організації, об'єднання громадян та інші юридичні особи, а також фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які використовують працю найманих працівників, — 1,5 % від об'єкта оподаткування;

► для підприємств, установ і організацій, де працюють інваліди, збір на обов'язкове соціальне страхування визначається окремо за ставкою 1 % від об'єкта оподаткування для працюючих інвалідів та за ставкою 5,5 % від об'єкта оподаткування для інших працівників такого підприємства. При цьому збір на обов'язкове соціальне страхування, визначений від об'єкта оподаткування для працюючих інвалідів, у повному обсязі зараховується до фонду соціального захисту інвалідів;

► для підприємств всеукраїнських громадських організацій інвалідів, де кількість інвалідів становить не менш як 50 % загальної чисельності працюючих, збір на обов'язкове соціальне страхування визначається за ставкою 1 % від об'єкта оподаткування для всіх працівників цих підприємств;

► для фізичних осіб, які працюють на умовах трудового договору (контракту), та фізичні особи, які виконують роботи (послуги) згідно з цивільно-правовими договорами, — 0,5 % від об'єкта оподаткування.

Об'єктом оподаткування є:

► для суб'єктів підприємницької діяльності незалежно від форм власності — фактичні витрати на оплату праці працівників, які включають витрати на виплату основної і додаткової заробітної плати та інших видів заохочень і виплат, виходячи із тарифних ставок у вигляді премій, заохочень, у тому числі в натуральній формі, які підлягають обкладанню податком на доходи фізичних осіб (прибутковим податком з громадян);

► для фізичних осіб, які працюють на умовах трудового договору (контракту), платників збору — сукупний оподатковуваний дохід.

9.2. Способи залучення фінансових ресурсів

9.2.1. Механізм випуску та обігу акцій, облігацій і векселів

Умови і порядок випуску цінних паперів, регулювання посередницької діяльності визначає Закон України «Про цінні папери і фондову біржу».

Цінні папери — це грошові документи, що засвідчують право володіння або відносин позики, визначають взаємовідносини між особою, яка їх випустила, та їх власником і передбачають виплату доходу у вигляді дивідендів або відсотків.

В Україні найбільше випускаються і обертаються такі цінні папери, як акції, облігації внутрішніх державних і місцевих позик, облігації підприємств і векселі.

Акція — це цінний папір без установленого терміну обігу, що засвідчує частку участі у статутному фонді акціонерного товариства, підтверджує членство в акціонерному товаристві та право участі в управлінні ним, дає право його власникові на одержання частини прибутку у вигляді дивідендів, а також на участь у розподілі майна при ліквідації акціонерного товариства.

Акції бувають іменні, на пред'явника, привілейовані та прості.

Обіг *іменної акції* фіксується у книзі реєстрації акцій, що ведеться товариством. До неї вносяться відомості про кожну іменну акцію, у тому числі відомості про власника, час придбання акції, а також кількість таких акцій у кожного акціонера.

Щодо *акцій на пред'явника*, то у книзі реєструється лише їх загальна кількість.

Привілейовані акції дають власникові переважне право на одержання дивідендів, а також на першочергову участь у розподілі майна акціонерного товариства у разі його ліквідації. Як правило, власники таких акцій не мають права брати участь в управлінні акціонерним товариством.

Привілейовані акції можуть випускатися із фіксованим у відсотках до їх номінальної вартості щорічно виплачуваним дивідендом. Дивіденди виплачуються у розмірі, зазначеному в акції, незалежно від розмірів одержаного товариством прибутку у відповідному році. Якщо прибуток є недостатнім, то дивіденди по привілейованих акціях виплачуються за рахунок резервного фонду. Привілейовані акції не можуть бути випущені на суму, що перевищує 10 % статутного фонду акціонерного товариства.

До акції може додаватися купонний лист на виплату дивідендів, у якому містяться такі основні дані: порядковий номер купона на виплату дивідендів; порядковий номер акції, по якій виплачуються дивіденди; найменування акціонерного товариства і рік виплати дивідендів.

Акції акціонерного товариства випускаються у розмірі його статутного фонду або на всю вартість державного підприємства у разі перетворення його в акціонерне товариство на основі рішення засновників або загальних зборів акціонерного товариства.

Облігація — це цінний папір, що засвідчує внесення її власником грошових коштів і підтверджує зобов'язання відшкодувати йому номінальну вартість цього цінного паперу в передбачений у ньому термін з виплатою фіксованого відсотка.

Облігації поділяються на такі види: облігації внутрішніх державних і місцевих позик; облігації підприємств усіх форм власності.

Облігації можуть випускатися іменними і на пред'явника, відсотковими і безвідсотковими або цільовими, що вільно обертаються або з обмеженням колом обігу.

Облігації внутрішніх республіканських і місцевих позик випускаються на пред'явника.

Облігації, запропоновані для відкритого продажу з наступним вільним обігом, крім безвідсоткових, мають і купонний лист. Купонний лист на виплату відсотків по облігації містить такі дані: порядковий номер купона на виплату відсотків; номер облігації, по якій виплачуються відсотки; найменування емітента і рік виплати відсотків.

По облігаціях підприємств доходи виплачуються за рахунок коштів, що залишаються після розрахунків з бюджетом і сплати інших обов'язкових платежів.

Кошти від реалізації облігацій внутрішніх республіканських і місцевих позик спрямовуються відповідно до республіканського і місцевих бюджетів, до позабюджетних фондів місцевих органів самоврядування. Кошти від реалізації облігацій підприємств направляються на цілі, визначені при їх випуску.

Вексель — це письмове зобов'язання, боргова розписка стандартної форми, що дає право її власникові вимагати сплати відповідної суми (визначеної у векселі) від особи, яка видала вексель, у відповідний термін і у відповідному місці.

Залік взаємної заборгованості з використанням векселів проводиться за чотири етапи: оформлення та облік платіжних документів; проведення заліку взаємної заборгованості; вексельне

оформлення прострочених заборгованостей; наступні операції з векселями.

За своєю сутністю вексель є абстрактним борговим зобов'язанням. Його абстрактність полягає у тому, що він не обумовлений попереднім виконанням будь-яких договірних зобов'язань, як, наприклад, акредитив. Боржник зобов'язаний оплатити виданий (акцептований) ним вексель незалежно від виконання або невиконання договірних зобов'язань, пов'язаних з видачею (акцептом) цього векселя.

Векселі, які застосовуються в господарському обігу як в Україні, так і в міжнародних розрахунках, досить різноманітні.

За угодами, що обслуговуються, векселі бувають фінансові і товарні, або комерційні.

Фінансовий вексель має в своїй основі депозитну природу. Якщо класичний вексель видається за реальної товарної угоди, то фінансовий в основному використовується для мобілізації грошових ресурсів.

Товарний (комерційний) вексель використовується для кредитування торговельних операцій. Він визначає умови погашення векселедавцем-боржником своїх обов'язків перед постачальником-кредитором за поставлену продукцію, надані послуги, виконані роботи.

За суб'єктами, що здійснюють оплату, векселі бувають прості і переказні.

Простий вексель (соло-вексель) виписує і підписує боржник (векселедавець). Вексель є його борговим зобов'язанням оплатити кредитором зазначену суму в установлений час. Тобто, оформляючи простий вексель, векселедавець є платником. Підписавши простий вексель, він стає на певний термін боржником особи, вказаної у векселі. Векселедавець бере на себе зобов'язання особисто сплатити за векселем певну суму грошей у точно зафіксований час у майбутньому або в час, визначений власником векселя.

Переказний вексель (тратта) виписує та підписує кредитор (трасант). Трасант — особа, що видає тратту, тобто переказує свій платіж на іншу особу. Переказний вексель означає наказ трасату (особі-боржнику векселедавця) сплатити в установлений термін визначену у векселі суму третій особі (ремітенту) або пред'явнику тратти.

Ремітент — власник переказного векселя. Ним може бути підприємство або банк, що утримує на свою користь відповідний відсоток від суми платежу — комісійну винагороду за надану банком послугу щодо переказу зазначеної у векселі суми у встановлений термін з рахунку векселедавця на рахунок власника векселя.

За наявністю застави векселі поділяються на забезпечені і не забезпечені. *Забезпечений вексель* — це вексель, гарантований заставою, яка надається кредиторіві, банку або продавцеві доти, доки борг не буде сплачено. Заставою може бути дебіторська заборгованість, товарні запаси, цінні папери, основні виробничі засоби, обладнання. *Незабезпечений вексель* немає застави.

За порядком платежу векселі класифікуються на пред'явника і строкові.

Вексель на пред'явника — це такий вексель, що оплачується негайно після прийняття його дебітором. Вексель, що оплачується в термін, зазначений у документі, називається *строковим*.

За можливістю передавання іншій особі вексель буває такий, що індосується, і такий, що не індосується, тобто має передавальний напис.

Вексель може виписувати як платник, так і постачальник. Якщо вексель виписує постачальник, то платник повинен обов'язково акцептувати такий вексель, і тільки після цього він стає виконавчим платіжним документом. Для гарантії оплати векселя в зазначений у ньому термін за проханням постачальника або платника за встановлену плату банк може акцептувати вексель.

Коли настає термін платежу по векселю, він оплачується за рахунок коштів платника з його поточного рахунка. Якщо на цьому рахунку коштів немає або їх недостатньо, то тоді акцептований вексель може оплачуватися за рахунок кредиту, який може надаватися постачальнику банком під вексель.

Застосування векселів сприяє розвитку комерційного кредиту, дотриманню платіжної дисципліни, спрощенню безготівкових розрахунків і скороченню потреби в банківських кредитних ресурсах.

9.2.2. Лізингове кредитування

При переході до ринкової економіки виникає об'єктивна необхідність розвитку нетрадиційних джерел фінансування і кредитування, які дають змогу залучити інвестиції для фінансової підтримки агропромислового виробництва. Одним із таких джерел є лізинг.

Під *лізингом* розуміють довготермінову оренду машин і обладнання або договір оренди машин і обладнання, куплених лізингодавцем для лізингоодержувача з метою виробничого використання при збереженні права власності на них за лізингодавцем на весь термін договору.

Лізинг можна розглядати як специфічну форму фінансування вкладень в основні фонди при посередництві спеціалізованої лізингової компанії, яка здійснює придбання майна для третьої особи і віддає йому в оренду на довготерміновий період. У цьому разі лізингова компанія фактично кредитує лізингоодержувача. Тому лізинг розглядається як кредит, який надається у товарній формі лізингодавцем лізингоодержувачу. Суб'єктами кредитних відносин тут виступають: кредитором — лізингодавець, позичальником — лізингоодержувач.

Об'єктами лізингу можуть бути: машини та обладнання; засоби обчислювальної техніки; транспортні засоби; виробничі будівлі і споруди та інші основні фонди. До об'єктів лізингу не належать: об'єкти оренди державного майна; земельні ділянки та інші природні об'єкти.

Класичному лізингу притаманний тристоронній характер відносин між лізингодавцем, лізингоодержувачем і постачальником.

Постачальник лізингового майна — це суб'єкт підприємницької діяльності, який виготовляє машини та обладнання і передає власне майно, яке є об'єктом лізингу.

Лізингодавець — це суб'єкт підприємницької діяльності, який передає об'єкт лізингу згідно з договором.

Лізингоодержувач — це суб'єкт підприємницької діяльності, який отримує об'єкт лізингу за договором.

Лізингодавцями можуть бути: лізингові компанії; комерційні банки; виробники машин, устаткування, обладнання; державні і місцеві органи влади.

Лізингоодержувачами є юридичні й фізичні особи.

До категорії продавців майна належать: виробники машин, устаткування і обладнання; оптово-збутові організації; торговельні фірми; власники майна та інші учасники лізингової угоди.

Розрізняють два види лізингу: оперативний і фінансовий.

Оперативний лізинг — це лізингова угода, при якій витрати лізингодавця, пов'язані з придбанням та утриманням об'єктів, що здаються в лізинг, не покриваються орендними платежами впродовж одного лізингового контракту.

Фінансовий лізинг — це лізингова угода, яка передбачає впродовж періоду своєї дії виплату лізингових платежів, що покривають повну вартість обладнання або більшу її частину, додаткові витрати і прибуток лізингодавця.

Лізингові відносини ґрунтуються на лізинговій угоді. Механізм укладання та реалізації лізингової угоди такий. Агропромислове підприємство з метою одержання потрібних машин чи обладнання в лізинговій компанії чи банку подає до них заявку на лізинг, в якій

зазначається найменування обладнання, постачальник (підприємство-виробник), тип, марка, ціна, термін користування обладнанням або іншим майном, в якому орендар має потребу. В заяві також наводяться дані, що характеризують виробничу і фінансову діяльність лізингодавця. Такими даними є: загальні відомості про підприємство (найменування, адреса, обсяг основних і оборотних засобів тощо); характер основної діяльності (вид продукції, що виробляється, дані про експортну діяльність); наявність використовуваного на підприємстві обладнання, у тому числі власного та орендованого; призначення обладнання, в якому лізингодавець має потребу.

До заяви додається: нотаріально засвідчений бізнес-план (економічне обґрунтування); копії установчих документів; бухгалтерський баланс; звіт про використання прибутку; інші документи на вимогу лізингодавця.

Лізингодавець оцінює платоспроможність агропромислового підприємства. Після схвального висновку лізингодавець доводить до відома лізингодавця загальні умови лізингового контракту, а постачальник обладнання інформується про його намір придбати обладнання. Далі лізингодавець узгоджує ціну з постачальником обладнання, а у разі потреби перевіряє надійність та ефективність об'єкта угоди. Лізингодавець, ознайомившись із загальними умовами лізингової угоди, надсилає лізингодавцю листа з підтвердженням — зобов'язанням з підписаним примірником загальних умов контракту, додавши до нього бланк замовлення на обладнання. Цей документ заповнює фірма-постачальник і візує лізингодавець.

Після отримання перерахованих документів, лізингодавець підписує замовлення і надсилає його постачальнику обладнання.

Замість бланка замовлення може використовуватись договір купівлі-продажу обладнання, який укладається постачальником і лізинговою фірмою, або наряд на постачання, в якому зазначаються загальні умови поставки. Постачальник обладнання відвантажує його лізингодавцю, який бере на себе обов'язки з приймання обладнання. Постачальник, як правило, здійснює монтаж і введення в експлуатацію об'єкта угоди. Після закінчення роботи складається протокол приймання, який засвідчує фактичну поставку обладнання, його монтаж і введення в дію без претензій до постачальника. Протокол прийому підписують усі учасники лізингової операції і лізингодавець сплачує вартість об'єкта угоди постачальнику.

Отже, лізингова угода передбачає оформлення таких документів:

1. Акт приймання-передачі об'єкта лізингу в експлуатацію.

2. Лізинговий договір між лізингодавцем і лізингоодержувачем.
3. Договір купівлі-продажу або наряд на постачання об'єкта угоди.
4. Договір на технічне обслуговування майна, якщо воно здійснюється лізингодавцем.

Важливою умовою лізингової угоди є лізингова плата. Лізингова плата — це ціна користування об'єктом лізингу. До лізингової плати належать: амортизаційні відрахування; сума відсотків; винагорода лізингодавця; страхові платежі та інші витрати лізингодавця, передбачені договором лізингу.

Останнім часом лізингові відносини набувають подальшого розвитку. Створено державний лізинговий фонд, кошти якого спрямовуються переважно в сільськогосподарське машинобудування. Вироблена техніка передається на умовах лізингу машино-технологічним станціям і аграрним підприємствам. Створюються лізингові компанії при деяких комерційних банках. Практика свідчить, що багато підприємств має потребу у залученні машин, обладнання та іншої техніки на умовах лізингу. Це важливо для сільськогосподарських підприємств, які мають відчутний дефіцит коштів для фінансування капітальних вкладень, а лізинг може значно поліпшити оновлення основних фондів. Надання лізингових послуг необхідне селянським (фермерським) господарствам у зв'язку з їхніми невеликими розмірами та обмеженими фінансовими можливостями.

9.3. Одержання і погашення кредитів

9.3.1. Види кредитів

Кредит — це позика у грошовій або натуральній формі, яка надається на умовах повернення із сплатою відсотків за користування однією юридичною чи фізичною особою іншій.

Об'єктивна необхідність кредиту в умовах ринкової економіки зумовлюється закономірностями кругообігу основного і обігового капіталу в процесі розширеного відтворення. На одних ділянках господарювання вивільняються тимчасово вільні грошові капітали, які виступають джерелами кредиту, а на інших — виникає тимчасова потреба у кредитах.

В умовах ринку розрізняють такі види кредиту: банківський, комерційний, іпотечний, податковий, споживчий (товарний), державний і міжнародний. Кредит може надаватися у грошовій або натуральній формі.

Банківський кредит — грошова позика, що надається банками та іншими кредитними установами функціонуючим підприємствам і підприємцям. Це найпоширеніша форма кредиту в період переходу до ринкової економіки.

За призначенням і характером використання серед банківських кредитів виділяють: позики торговельно-промисловим підприємствам; позики під нерухомість; сільськогосподарські позики; конкурентний кредит; кредит під цінні папери; кредит під вексельні зобов'язання; міжбанківський кредит; позики органам.

Комерційний кредит — це кредит, який надається споживачу поставачальником продукції у вигляді грошей або товарів з відстроченням платежу. В останньому випадку оформляється вексель як заставне зобов'язання покупця. У ньому зазначається сума позичених коштів і плата за кредит, терміни платежу та інші умови, узгоджені сторонами.

Іпотечний кредит — це особливий вид економічних відносин з приводу надання кредитів під заставу нерухомого майна. Кредиторами з іпотеки є іпотечні банки або спеціальні іпотечні компанії, а також комерційні банки. Позичальниками можуть бути юридичні та фізичні особи, які мають у власності об'єкти іпотеки або поручителів, які надають під заставу об'єкти іпотеки на користь позичальника. Як іпотеку при наданні кредиту доцільно використовувати житлові будинки, квартири, виробничі будівлі, споруди, магазини, земельні ділянки, що є власністю позичальника і не є об'єктом застави за іншою угодою.

Податковий кредит — це кредит, що надається фінансовим органам на основі кредитної угоди, укладеної підприємством з податковою адміністрацією, за місцем реєстрації підприємства, для сплати податків на дохід (прибуток).

Споживчий кредит — це кредит, що надається населенню у вигляді відстрочення платежу за товари довготермінового користування, на закупівлю худоби, будівництво житла, садових будиночків та інші види послуг.

Державний кредит — це сукупність кредитних відносин між позичальником, в особі держави, та підприємцями і населенням як його кредиторами. Основними формами державного кредиту є державні ощадні сертифікати, казначейські зобов'язання, облигації, займи та грошово-речові лотереї. Через ці форми держава мобілізує грошові кошти юридичних і фізичних осіб на умовах повернення і оплачування та використовує їх на покриття державних витрат.

Міжнародний (зовнішньоекономічний) кредит — це позики, що одержують держава, банки, підприємці тощо від іноземних кредиторів або надають іноземним позичальникам.

У свою чергу, серед вищеназваних видів розрізняють окремі види кредитів залежно від їхнього характеру, цільового спрямування, об'єкта кредитування та інших ознак і критеріїв.

9.3.2. Кредитний договір

Кредитні відносини агропромислових підприємств з комерційними банками, які передбачають планування, видачу і погашення позики, зменшення чи збільшення відсоткових ставок, будуються на основі кредитних договорів.

Кредитний договір визначає взаємні зобов'язання і економічну відповідальність за дотримання принципів кредитування двох сторін: підприємства та банку, що його обслуговує. Термін дії кредитного договору зумовлюється особливостями кругообігу обігових коштів агропромислових підприємств. Він може укладатися на рік чи на короткий період.

У *кредитному договорі* зазначається мета кредитування, умови, порядок надання й погашення позики, спосіб забезпечення кредиту, відсоткові ставки за кредит, права і відповідальність сторін та інші умови. Кредитний договір, як правило, містить такі розділи:

1. Загальні положення.
2. Права та обов'язки позичальника.
3. Права та обов'язки банку.
4. Відповідальність сторін.
5. Порядок вирішення спорів.
6. Термін дії договору.
7. Юридичні адреси сторін.

У *загальних положеннях* зазначають: найменування сторін; предмет договору — вид кредиту; суму і розмір відсоткової ставки; умови забезпечення виконання зобов'язань за кредитом (застава, гарантія, поручительство); порядок надання та погашення кредиту; порядок нарахування й сплати відсотків за кредит.

Права та обов'язки позичальника:

➤ підприємство-позичальник має право: вимагати від банку кредит в обсягах і в термін, зазначений у договорі; достроково погасити

заборгованість (за наявності фінансових можливостей); розірвати договір у разі невиконання банком умов;

► підприємство-позичальник зобов'язане: використовувати отриманий кредит на цілі, обумовлені договором; повернути наданий кредит в обумовлений термін; своєчасно сплачувати банку відсотки за користування кредитом; своєчасно надавати банку баланс та інші документи для здійснення контролю за позицією; забезпечити достовірність відомостей, наданих для отримання кредиту, і можливість контролю за його використанням; інформувати банк про зміни організаційно-правової форми підприємства; виконувати інші зобов'язання (згідно з договором).

Права та обов'язки банку:

► банк має право: перевіряти забезпеченість наданого кредиту і його цільове використання; припиняти видачу нових позик і пред'являти претензії щодо раніше наданих у разі порушення підприємством умов кредитного договору і виявлення недостовірної звітності, недоліків у введенні бухгалтерського обліку, затримки сплати відсотків за кредит; стягувати з підприємств за пролонгацію кредиту відповідну комісійну винагороду; переглядати відсоткові ставки за користування кредитом у разі зміни рівня облікової ставки НБУ; здійснювати нарахування і стягнення компенсації за невикористаний кредит (за офіційної відмови підприємства від кредиту чи його частини впродовж терміну дії договору).

► банк зобов'язаний: надавати підприємству кредит в обсягах і у терміни, обумовлені договором; інформувати підприємство про факти і причини дострокового стягнення банком кредиту; інформувати підприємство про зміни у нормативних актах з питань кредитування і розрахунків, внесених рішенням Національного банку України.

Відповідальність сторін. У разі порушення підприємством узятих на себе зобов'язань банк може: припинити подальшу видачу кредиту; вимагати його дострокового повернення; зменшувати суму кредиту, обумовлену договором; збільшувати відсоткову ставку за кредит; за несвоєчасне повернення кредиту й відсотків стягувати пеню у розмірі, обумовленому договором, але не більше двократного розміру офіційної облікової ставки НБУ.

Підприємство може вимагати від банку відшкодування збитків, що виникли внаслідок порушення зобов'язання надання кредиту або надання його не в повному обсязі.

9.3.3. Умови одержання кредиту

Процедура одержання фінансового кредиту підприємством передбачає: попередні переговори, подання в банк заяви та інших документів на отримання кредиту, оцінювання банком ефективності комерційної угоди (інвестиційного проекту) підприємства, підписання кредитного договору між підприємством і банком, надання кредиту і контроль банку за виконанням підприємством умов кредитування.

На *першому* етапі підприємство і банк ведуть переговори з метою можливого укладення кредитної угоди. За позитивних наслідків переговорів банк готовий взяти документи підприємства для розгляду.

На *другому* етапі підприємство звертається в банк із заявою, яка містить такі дані: мета отримання; сума і термін кредиту; економічне обґрунтування необхідності кредиту; джерела погашення.

На вимогу банку підприємство надає йому необхідні документи, до яких належать: заява про надання кредиту; статут підприємства (нотаріально засвідчений), установчий договір (нотаріально засвідчений); реєстраційне посвідчення (свідоцтво) або патент (нотаріально засвідчені); договір оренди або інші документи щодо права власності на землю або права тимчасового користування земельною ділянкою (нотаріально засвідчені); контракти (договори) між продавцем і покупцем, замовником і підрядником на виконання будівельно-монтажних робіт; довідка з банку про розмір сплаченого статутного фонду, а також витяги з розрахункового і валютного рахунка підприємства (позичальника); фінансова звітність: форма № 1 «Баланс підприємства»; форма № 2 «Звіт про фінансові результати і їх використання»; форма № 5 «Звіт про стан майна підприємства»; висновок аудиторської фірми щодо фінансового стану підприємства, техніко-економічне обґрунтування угоди або проекту; ліцензія на проект, який кредитується (якщо така потрібна); підтвердження Міністерства зовнішньоекономічних зв'язків України про наявність квоти; підтвердження наявності складських приміщень; підтвердження наявності виробничих площ і потужностей; договір застави; поручительство, гарантія, договір страхування (один із цих документів); клопотання місцевих і державних органів влади про надання підприємству кредиту; розрахунок наявних грошових надходжень.

На підставі поданих клієнтом документів установа банку проводить оцінювання кредитоспроможності та фінансового стану підприємства.

Для підприємств, які є надійними і постійними клієнтами банку, перелік документів може бути дещо меншим.

На *третьому* етапі банк: вивчає формальну і неформальну інформацію про підприємство; оцінює його ділову репутацію та імідж; аналізує кредитоспроможність підприємства, проводить поглиблене обстеження його фінансового стану і визначає міру ризику; визначає перспективи розвитку підприємства; перевіряє наявність джерел і гарантій погашення кредиту.

У разі прийняття схвального рішення підписується кредитний договір між позичальником і банком, надається кредит і здійснюється контроль банку за виконанням підприємством умов кредитування.

9.3.4. Способи погашення кредиту

Порядок погашення кредиту — це спосіб погашення основної його суми і нарахованих відсотків. Кредит погашають повністю після закінчення терміну кредитної угоди або поступово, частинами. Відсоток нараховується на суму непогашеного кредиту.

За способом погашення позики можуть бути: до запитання; з погашенням у відповідний термін; з довготерміновим погашенням.

За позиками до запитання термін повного повернення конкретно не визначається і погашення відбувається на вимогу банку.

Позика може погашатися підприємством не тільки відповідно до кредитного договору, а й достроково (на вимогу кредитора або на бажання підприємства).

За характером погашення кредити поділяються на такі види:

- дисконтні;
- позики, які погашаються поступово — щомісячно, щоквартально, раз на півроку, щорічно;
- позики, які погашаються одноразовим платежем, після закінчення терміну позики, тобто підприємство одночасно сплачує банку суму основного боргу та нарахованих відсотків;
- амортизаційні (здійснюється поступова виплата основного боргу та відсотків рівномірними внесками);
- можуть бути й інші способи погашення, які визначаються у кредитному договорі (наприклад, надання підприємству пільгового періоду кредитування, тобто відстрочки погашення кредиту). На відміну від звичайних, надання *дисконтних позик* передбачає утримання позикового відсотка (дисконту) під час видачі кредиту.

Законодавством України видачу дисконтних позик заборонено.

За погашення періодичними внесками деяка частина основної суми кредиту сплачується однаковими внесками упродовж терміну дії кредитної угоди, а більша частина його — після закінчення терміну кредиту.

За «амортизаційного» погашення основну суму кредиту підприємства сплачують поступово. Платежі здійснюються однаковими сумами регулярно і включають відповідну частину суми основного боргу і відсотків. Разом з останнім внеском погашають залишкову суму кредиту.

Погашення однаковими внесками передбачає, що кожен наступний платіж менший за попередній, оскільки відсоткові виплати з часом знижуються.

Інші способи погашення кредиту:

► порядок погашення може бути пов'язаний з доходами від заходу, що кредитується (погашення кредиту з перервою, тобто з пільговим періодом, а регулярні внески для погашення здійснюються тільки тоді, коли проект починає давати дохід);

► внески для погашення основної суми кредиту здійснюються нерегулярно й неоднаковими сумами.

Джерелами погашення кредиту, отриманого підприємством, можуть бути: виручка від реалізації продукції, що її отримає підприємство в процесі реалізації проекту кредитування; виручка від реалізації продукції власного виробництва, не пов'язаного з проектом кредитування; інші кошти від господарської діяльності.

Умови погашення кредиту умовляються під час підписання договору підприємства з банком, виходячи з: цільового спрямування кредиту; обсягів та терміну позики; порядку та термінів надходження коштів на рахунок підприємства; сезонності та циклічності виробництва; рівня платоспроможності та надійності матеріального забезпечення підприємства тощо.

Відсотки за користування кредитом нараховуються щомісячно в розмірі, передбаченому кредитним договором. Відсотки сплачуються за фактичну кількість днів користування позикою.

Підприємство може звернутися до банківської установи з проханням переглянути графік погашення заборгованості та нарахування відсотків. Банк може зважити на клопотання, якщо підприємство доведе об'єктивну неможливість отримання передбаченого бізнес-планом доходу в обсязі, достатньому для погашення позики. За згоди банку підприємство укладає з ним або додаткову кредитну угоду, або коригує лише графік зміни термінів часткових платежів.

Умови погашення кредитів істотно впливають на фінансовий стан суб'єктів господарювання.

9.3.5. Спотові, форвардні і ф'ючерсні контракти

Біржові угоди з реальним товаром (спот, форвард) укладаються з метою фізичного переходу товару від продавця до покупця на умовах, передбачених угодою.

Угоди з коротким терміном поставки, або *спот*, передбачають негайне передавання товару покупцеві на умовах контракту. Виконання угод починається з моменту їх укладання, а поставка здійснюється у термін від 1 до 30 днів. При таких угодах важливою є практика розподілу витрат на зберігання та страхування товару. Так, витрати на зберігання товару та вартість його страхування до моменту продажу відносяться на рахунок продавця, а після укладання угоди, тобто після продажу — на рахунок покупця.

Механізм використання угод на умові спот досить простий. Товар, який є на зберіганні (що підтверджено відповідними документами, наприклад, ф. ІЗ-ХПП), виставляється на продаж. Покупці відповідно підтверджують свою платоспроможність. Після укладання угоди покупець перераховує кошти на поточний рахунок біржі і тільки після цього починається відвантаження товару. У разі несплати за угодою у визначені терміни угода анулюється, а гарантійний внесок покупця (не менш як 0,5% від суми угоди) спрямовується на користь продавця.

Угоди з відстроченою поставкою, або *форвард*, — це взаємне передавання прав і обов'язків на реальний товар з відстроченим терміном поставки. Такі угоди оформляються як договори поставки. Продавець бере зобов'язання здійснити поставку закупленого товару у термін, обумовлений угодою, а покупець бере зобов'язання прийняти товар і оплатити його за цінами контракту у разі, якщо немає повного розрахунку чи передоплати при укладанні угоди.

Особливість угоди на умові форвард полягає в різниці між часом укладання угоди та поставкою товару покупцеві. Тривалість періоду між моментом укладання угоди та поставкою товару встановлюється кожною біржею залежно від його асортименту. Так, на аграрну продукцію передбачається 3, 6 і 9 місяців.

Об'єктом торгівлі при форвардних угодах, як правило, є товар, який буде вироблено (вирощено) на момент його поставки.

Переваги укладання таких угод виявляються в значній економії витрат на зберігання продукції, а основне — дають змогу товаровиробнику самому авансувати майбутнє виробництво.

Однак при укладанні угоди з відстроченою поставкою існує ризик непостачання товару в обумовлені терміни та кінцевих розрахунків у разі передбаченої угодою передоплати. На товарних біржах

України застосовується механізм страхування від таких ризиків з використанням послуг вітчизняних та іноземних страхових компаній.

Ф'ючерсні угоди — це взаємне передавання прав і зобов'язань щодо стандартних контрактів на поставку біржового товару, отже, передбачається купівля або продаж не реального товару, а тільки контракту на нього впродовж певного періоду. Реалізується не товар, а контракт. Такі угоди укладаються не з метою купівлі-продажу реального товару, а для його страхування від можливих несприятливих змін ціни. Вони укладаються за стандартизованими умовами на основі біржових типових контрактів щодо кожного виду товару. Об'єктом ф'ючерсної угоди може бути тільки один вид продукції визначеної якісної характеристики.

Ф'ючерсні угоди укладаються не на обсяги товару, а тільки на визначену кількість контрактів. Сумарні обсяги певного виду товару за ф'ючерсними угодами визначаються кількістю контрактів, а обсяги певного виду товару в кожному контракті стандартизовані.

Мета укладання ф'ючерсної угоди полягає в одержанні різниці між ціною контракту на момент його укладання та ціною на день закінчення контракту. Якщо за цей період ціна зростає, то продавець програє. Для виплати різниці між ціною в контракті та реальною ціною, що склалася на ринку, продавець укладає офсетну, або зустрічну (протилежну), угоду, тобто угоду на закупівлю такої самої партії товарів за новою, вже реальною ціною на момент закінчення терміну ф'ючерсної угоди. Покупець також укладає офсетну угоду на продаж такої самої партії товару за новою ціною і одержує виграну різницю. При укладанні офсетної угоди ф'ючерсна угода ліквідується.

Однією з умов ф'ючерсної торгівлі є наявність обслуговування з боку Розрахункової палати. Після реєстрації ф'ючерсної угоди її контрагенти (покупець і продавець) припиняють взаємовідносини як сторони, оскільки відтепер мають відносини виключно з Розрахунковою палатою.

У момент укладання ф'ючерсної угоди покупець і продавець вносять гарантійну заставу в розмірі до 18 % вартості контракту на окремий рахунок. У місяць поставки товару за цим контрактом гарантійний завдаток має становити 100 % вартості товару.

Щоденно за всіма ф'ючерсними контрактами, які не були ліквідовані впродовж біржового дня, проводяться розрахунки. У разі підвищення цін сторона, яка продала контракт (продавець), повинна до початку наступного біржового дня (сесії) виплатити брокеру,

а той — Розрахунковій палаті різницю між ціною, зареєстрованою при закритті попереднього біржового дня, та ціною, зареєстрованою при закритті поточного біржового дня.

Розрахункова палата, у свою чергу, нараховує або сплачує брокеру-покупцю, а він — своєму клієнтові позитивну для нього різницю. Якщо ціна знижується, то відбувається навпаки: покупець вносить різницю цін брокеру, а той — Розрахунковій палаті, яка направляє їх продавцю.

10.

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та його особливості в аграрній сфері

- **Організація бухгалтерського обліку і фінансової звітності**
- **Фінансова звітність, її склад та вимоги до неї**
- **Форми бухгалтерського обліку, що застосовують суб'єкти малого бізнесу**
- **Облік податків**
- **Спрощена система оподаткування, обліку та звітності**
- **Послуги аудиторських фірм, їхня сутність і значення**

10.1. Організація бухгалтерського обліку і фінансової звітності

Ринкова економіка створює передумови для використання облікової інформації і підвищення її ролі в прийнятті управлінських рішень. Ефективна підприємницька діяльність може відбуватися лише за умови добре організованого бухгалтерського обліку. Бухгалтер замість пасивного реєстратора подій і фактів стає активним учасником досягнення мети, яка поставлена перед підприємством. Це потребує нового підходу до бухгалтерського обліку з урахуванням світового досвіду.

Організація бухгалтерського обліку на підприємстві регулюється Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р. № 996-XIV.

Згідно з цим законом бухгалтерський облік на підприємстві ведеться безперервно з дня його реєстрації до ліквідації в установленому порядку. Питання організації бухгалтерського обліку на підприємстві належать до компетенції його власника (власників) або уповноваженого органу (посадової особи) відповідно до законодавства та установчих документів.

Відповідальність за організацію бухгалтерського обліку та забезпечення фіксування фактів здійснення всіх господарських операцій у первинних документах, збереження опрацьованих первинних документів, реєстрів і звітності впродовж встановленого терміну, але не менш як три роки, несе власник (власники) або уповноважений орган (посадова особа), який керує підприємством.

Підприємство самостійно обирає форму ведення і організації бухгалтерського обліку, зокрема, здійснює:

1) введення до штату підприємства посади бухгалтера або створення бухгалтерської служби на чолі з головним бухгалтером;

2) користування послугами спеціаліста з бухгалтерського обліку, зареєстрованого як підприємець, який здійснює підприємницьку діяльність без створення юридичної особи;

3) ведення на договірних засадах бухгалтерського обліку централізованою бухгалтерською або аудиторською фірмою;

4) самостійне ведення бухгалтерського обліку та складання звітності безпосередньо власником або керівником підприємства. Ця форма організації бухгалтерського обліку не може застосовуватися на підприємствах, звітність яких має оприлюднюватися.

Згідно із законом підприємство самостійно:

► визначає облікову політику підприємства;

► обирає форму бухгалтерського обліку як певну систему реєстрів обліку, порядку і способу реєстрації та узагальнення інформації в них з додержанням єдиних засад, установлених законом, і з урахуванням особливостей своєї діяльності й технології опрацювання облікових даних;

► розробляє систему і форми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, звітності та контролю господарських операцій, визначає права працівників на підписання бухгалтерських документів;

► затверджує правила документообігу і технологію опрацювання облікової інформації, додаткову систему рахунків і реєстрів аналітичного обліку;

► може виділяти на окремий баланс філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, які зобов'язані вести бухгалтерський облік, з наступним внесенням їхніх показників до фінансової звітності підприємства.

Законом визначено, що керівник підприємства зобов'язаний створити необхідні умови для правильного ведення бухгалтерського обліку, забезпечити неухильне виконання всіма підрозділами, службами та працівниками, причетними до бухгалтерського обліку, правомірних вимог бухгалтера щодо дотримання порядку оформлення та подання до обліку первинних документів.

Облікова політика підприємства передбачає сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності.

У законі наведено визначення бухгалтерського і внутрішньогосподарського (управлінського) обліку.

Бухгалтерський облік — це виявлення, вимірювання, реєстрація, накопичення, узагальнення, зберігання та передавання інформації про діяльність підприємства зовнішнім і внутрішнім користувачам для прийняття рішень.

Управлінський облік — це система опрацювання та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством. Офіційне визначення управлінського обліку в Україні наведено вперше.

Чітко визначено і перераховано десять принципів бухгалтерського обліку та фінансової звітності, а саме: обачність; повнота висвітлення; автономність; послідовність; неперервність; нарахування та відповідність доходів і витрат; превалювання сутності над формою; історична (фактична) собівартість; єдиний грошовий вимірник; періодичність. Ці принципи відповідають міжнародній практиці ведення бухгалтерського обліку.

Законом установлено, що питаннями методології бухгалтерського обліку та фінансової звітності регулює Міністерство фінансів України, яке затверджує національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку, інші нормативно-правові акти щодо ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності. Міністерства та інші центральні органи виконавчої влади у межах своєї компетенції відповідно до галузевих особливостей розробляють на основі національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку методичні рекомендації щодо їх застосування.

Міністерство фінансів України затвердило такі Положення (стандарти) бухгалтерського обліку:

1. Загальні вимоги до фінансової звітності.
2. Баланс.
3. Звіт про фінансові результати.
4. Звіт про рух грошових коштів.
5. Звіт про власний капітал.
6. Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах.
7. Основні засоби.
8. Нематеріальні активи.
9. Запаси.
10. Дебіторська заборгованість.
11. Зобов'язання.
12. Фінансові інвестиції.
13. Фінансові інструменти.
14. Оренда.
15. Дохід.
16. Витрати.
17. Податок на прибуток.
18. Будівельні контракти.
19. Об'єднання підприємств.
20. Консолідована фінансова звітність.
21. Вплив змін валютних курсів.
22. Вплив інфляції.
23. Розкриття інформації щодо пов'язаних сторін.
24. Прибуток на акцію.
25. Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва.

Міністерство фінансів України наказом від 30 листопада 1999 р. № 291 затвердило План рахунків бухгалтерського обліку підприємств і організацій та Інструкцію по його застосуванню, а наказом від 19 квітня 2001 р. № 186 — спрощений План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва.

10.2. Фінансова звітність, її склад та вимоги до неї

Фінансова звітність — це бухгалтерська звітність, що містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства. Мета, склад і принципи підготовки фінансової звітності та вимоги до визнання і розкриття її елементів визначені Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності».

Фінансова звітність складається з балансу (форма № 1), звіту про фінансові результати (форма № 2), звіту про рух грошових коштів (форма № 3) і звіту про власний капітал (форма № 4).

Згідно з «Порядком подання фінансової звітності», який затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 28 лютого 2000 р. № 149, фінансова звітність подається органам, до сфери управління яких належать підприємства, трудовим колективам на їх вимогу, власникам (засновникам) відповідно до установчих документів, а також іншим органам та користувачам, зокрема органам державної статистики. Фінансова звітність щодо використання бюджетних асигнувань, одержаних з державного бюджету, надсилається органам Державного казначейства, а щодо використання асигнувань, одержаних з місцевих бюджетів — відповідно фінансовим органам райдержадміністрацій, міськвиконкомів та фінансовим управлінням обласних, Київської і Севастопольської міських держадміністрацій.

Датою подання фінансової звітності для підприємства вважається день фактичної її передачі за належністю, а у разі надсилання її поштою — дата одержання адресатом звітності, зазначена на штемпелі підприємства зв'язку, що обслуговує адресата.

Квартальна фінансова звітність (крім зведеної та консолідованої) подається підприємствами не пізніше 25 числа наступного за звітним кварталом місяця, а річна — не пізніше 20 лютого наступного за звітним року. Якщо дата подання звітності випадає на неробочий день, то термін подання переноситься на перший після вихідного робочий день.

Перед складанням річної фінансової звітності обов'язкове проведення інвентаризації активів та зобов'язань підприємства. Інвентаризація також обов'язково проводиться у разі:

► передавання майна державного підприємства в оренду, приватизації майна державного підприємства, перетворення державного підприємства в акціонерне товариство;

➤ зміни матеріально відповідальних осіб (на день приймання— передавання справ);

➤ установлення фактів крадіжок або зловживань, псування цінностей, а також за приписом судово-слідчих органів;

➤ пожежі, стихійного лиха або техногенної аварії;

➤ ліквідації підприємства, а також в інших випадках, передбачених законодавством.

Інформація, яка надається у фінансових звітах, має бути дохідливою, достовірною, однозначно тлумачитися її користувачами, містити лише доречну інформацію, давати можливість користувачам порівнювати фінансові звіти різних підприємств і за різні періоди.

Фінансова звітність формується з дотриманням таких принципів:

1) автономності підприємства, за яким кожне підприємство розглядається як юридична особа, що відокремлена від власників;

2) неперервності діяльності, що передбачає оцінювання активів і зобов'язань підприємства, виходячи з припущення, що його діяльність триватиме далі;

3) періодичності, що припускає розподіл діяльності підприємства за певні періоди часу з метою складання фінансової звітності;

4) історичної (фактичної) собівартості, що визначає пріоритет оцінювання активів, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання;

5) нарахування та відповідності доходів і витрат, за яким для визначення фінансового результату звітного періоду слід зіставити доходи звітного періоду з витратами, які були здійснені для отримання цих доходів;

6) повного висвітлення, згідно з яким фінансова звітність має містити всю інформацію про фактичні та потенційні наслідки операцій і подій, яка може вплинути на рішення, що приймаються на її основі;

7) послідовності, який передбачає постійне (із року в рік) застосування підприємством обраної облікової політики;

8) обачності, згідно з яким методи оцінювання, що застосовуються в бухгалтерському обліку, мають запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів і доходів підприємства;

9) превалювання змісту над формою, за яким операції мають обліковуватись відповідно до їх сутності, а не лише виходячи з юридичної форми;

10) єдиного грошового вимірника, який передбачає вимірювання та узагальнення всіх операцій підприємства в єдиній грошовій одиниці.

Склад і порядок складання фінансової звітності для суб'єктів малого підприємництва і представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності встановлено Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва».

Фінансовий звіт заповнюється у тисячах гривень з одним десятковим знаком у складі двох форм: № 1-м «Баланс» і № 2-м «Звіт про фінансові результати». Форми фінансового звіту наведено нижче.

Додаток
до Положення (стандарту)
бухгалтерського обліку 25

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ суб'єкта малого підприємництва

КОДИ

Дата (рік, місяць, число)

Підприємство *кооператив «Зоря»*за ЄДРПОУ
Територія *с. Келеберда, Канівський район*.....за КОАТУУ
Форма власності *приватна*.....за КФВ
Орган державного управління.....за СПОДУ
Галузь *сільське господарство*.....за ЗКГНГ
Вид економічної діяльності *виробництво*.....за КВЕД
Середньооблікова чисельність .. *4*.....Контрольна сума
Одиниця виміру: тис. грн
Адреса: *с. Келеберда, Канівський район, Черкаська область*

01	04	01
1400032651		
80652		
10		
08561		
87210		
24160		

БАЛАНС

на 1 квітня 2001 р.

Форма № 1-м
Код за ДКУД

1801006

АКТИВ	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершене будівництво	020		
Основні засоби:			
Залишкова вартість	030	7,0	6,2
Первісна вартість	031	9,9	9,9
Знос	032	2,9	3,7
Довготермінові фінансові інвестиції	040		
Інші необоротні активи	070		
Усього за розділом I	080	7,0	6,2
II. Оборотні активи			
Виробничі запаси	100	3,8	1,2
Готова продукція	130		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги			
Чиста реалізаційна вартість	160		
Первісна вартість	161		
Резерв сумнівних боргів	162		
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	170		
Інша поточна дебіторська заборгованість	210		
Поточні фінансові інвестиції	220		
Грошові кошти та їхні еквіваленти: у національній валюті	230	1,0	3,2
в іноземній валюті	240		
Інші оборотні активи	250		
Усього за розділом II	260	4,8	4,4
III. Витрати майбутніх періодів	270		
Баланс	280	11,8	10,6

ПАСИВ	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Статутний капітал	300	7,7	7,7
Додатковий капітал	320		
Резервний капітал	340		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	350		0,8
Неоплачений капітал	360		
Усього за розділом I	380	7,7	8,5
II. Забезпечення наступних витрат і цільове фінансування	430		
III. Довготермінові зобов'язання	480		
IV. Поточні зобов'язання			
Короткотермінові кредити банків	500		
Поточна заборгованість за довготерміновими зобов'язаннями	510		
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	4,1	2,1
Поточні зобов'язання за розрахунками: з бюджетом	550		
зі страхування	570		
з оплати праці	580		
Інші поточні зобов'язання	610		
Усього за розділом IV	620	4,1	2,1
V. Доходи майбутніх періодів	630		
Баланс	640	11,8	10,6

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

за 1-й квартал 2001 р.

Форма № 2-м

Код за ДКУД

1801007

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	6,0	7,2
Непрямі податки та інші вирахування з доходу	020		1,2
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (010 – 020)	030	6,0	6,0
Інші операційні доходи	040		
Інші звичайні доходи	050		
Надзвичайні доходи	060		
Разом чисті доходи (030 + 040 + 050 + 060)	070	6,0	6,0
Збільшення (зменшення) залишків незавершеного виробництва і готової продукції	080		
Матеріальні витрати	090	2,2	2,1
Витрати на оплату праці	100	2,0	2,0

Відрахування на соціальні заходи	110	0,7	0,7
Амортизація	120	0,3	0,3
Інші операційні витрати	130		0,2
у тому числі	131		
	140		
Інші звичайні витрати	150		
Надзвичайні витрати	160		
Податок на прибуток	170		
Разом витрати (090 + 100 + 110 + 120 + 130 + 140 + 150 + 080 + + 160 + 170)	180	5,2	5,3
Чистий прибуток (збиток) (070 – 180)	190	0,8	0,7

Керівник
Головний бухгалтер

О. В. Дерева
О. М. Омельченко

Примітка: звіт подано у редакції Міністерства фінансів України (наказ № 101 від 24 лютого 2001 р.).

Баланс відображає на певну дату активи, зобов'язання і власний капітал підприємства. Баланс складається із двох частин: активу і пасиву. В активі показують ресурси, використання яких, як очікується, сприятимуть отриманню економічних вигод у майбутньому, — основні засоби, виробничі запаси, готова продукція, гроші тощо. Тут має бути дана відповідь на запитання: що є в господарстві? В пасиві показують власний капітал та зобов'язання, тобто має бути дана відповідь на запитання: чие воно? Підсумки активу і пасиву балансу підприємства завжди рівні між собою.

Залишки по бухгалтерських рахунках використовують для заповнення балансу: дебетові — записують в актив, а кредитові — в пасив.

Звіт про фінансові результати складається із двох розділів: 1. Фінансові результати; 2. Елементи операційних витрат. У першому розділі відображують дохід, витрати та визначають чистий фінансовий результат (прибуток або збиток).

Дохід показують у момент надходження активу або погашення зобов'язання, що приводить до збільшення власного капіталу підприємства.

У статті «Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)» (рядок 010) відображують загальний дохід (виручку) від реалізації продукції, товарів, робіт або послуг, враховуючи ПДВ, акциз, знижки, повернення бракованого товару тощо.

У статті «Непрямі податки та інші нарахування з доходу» (рядок 020) показують ПДВ, акциз, надані знижки, повернення товарів тощо.

Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) визначають відніманням від доходу непрямих податків (рядок 010 – рядок 020 = рядок 035).

У статті «Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)» показують виробничу собівартість реалізованої продукції.

Інші операційні, звичайні та надзвичайні доходи і витрати показують у відповідних рядках звіту.

У статті «Податок на прибуток» (рядок 210) відображують суму податку на прибуток, єдиного податку, плату за торговий патент і фіксований податок.

Чистий фінансовий результат вираховують як різницю між доходами і витратами, виконуючи арифметичні дії за даними рядків, як показано у формі звіту.

У другому розділі звіту про фінансові результати наводять елементи операційних витрат, понесених у процесі діяльності впродовж звітного періоду.

10.3. Форми бухгалтерського обліку, що застосовують суб'єкти малого бізнесу

Форма обліку визначається побудовою облікових реєстрів, їхнім взаємозв'язком і послідовністю записів у них. Є різні форми бухгалтерського обліку. Вибір їх залежить від того, які вимоги поставлені перед обліком у системі управління підприємницькою діяльністю. Форми обліку бувають *ручні*, тобто без використання персональних комп'ютерів, і *автоматизовані* — з використанням персональних комп'ютерів. У малому бізнесі вибирають ту форму обліку, яка задовольняє потреби бізнесмена. Розглянемо форми обліку, починаючи з найпростіших.

Облік у приватного підприємця. Світове визнання дістав метод обліку «витрати — випуск». Основою його є порівняння випуску продукції господарської одиниці з її витратами, пов'язаними з постачанням, виробництвом і реалізацією. Це дає змогу визначити фінансовий результат діяльності підприємства за відповідний період з урахуванням змін залишків матеріальних запасів, незавершеного виробництва і готової продукції. При цьому не обов'язково обчислювати собівартість продукції, що спрощує облік і зменшує його обсяг.

Фінансовий результат обчислюють за формулою

$$P = D - B - A,$$

де P — результат періоду (прибуток, збиток); D — доходи; B — витрати; A — амортизаційні відрахування.

Доходи складаються з виручки від реалізації, сум безповоротної фінансової допомоги, одержаних штрафів, неустойки, пені тощо. Витрати включають платежі за придбані матеріальні цінності, надані послуги, оплату праці, внески на соціальні заходи та ін. Склад валових доходів і валових витрат визначено чинним законодавством про оподаткування.

Фермер або інший підприємець за основу обліку бере метод «витрати — випуск», що ліквідує потребу в окремому податковому

обліку. Підприємець вибирає форму обліку залежно від обсягу і виду своєї діяльності.

Доходи громадян, одержані впродовж календарного року від здійснення підприємницької діяльності без створення юридичної особи, оподатковуються прибутковим податком з громадян відповідно до «Інструкції про прибутковий податок з громадян», яка затверджена наказом Головної державної податкової інспекції України від 21 квітня 1993 р. № 12, з наступними змінами та доповненнями.

Оподатковуваним доходом вважається сукупний чистий дохід, тобто різниця між валовим доходом (виручкою у грошовій і натуральній формах) і документально підтвердженими витратами, безпосередньо пов'язаними з одержанням доходу. Якщо ці витрати не можуть бути підтверджені документально, то вони враховуються податковими органами при проведенні остаточних розрахунків за встановленими нормами.

До складу витрат, безпосередньо пов'язаних з одержанням доходів, належать витрати, що зараховуються у собівартість продукції (робіт, послуг) за затвердженням переліком.

Громадяни-підприємці сплачують авансові платежі прибуткового податку впродовж року у такі терміни: до 15 березня, до 15 травня, до 15 серпня, до 15 листопада. Вони щоквартально, впродовж 40 календарних днів після закінчення кварталу, подають до податкового органу декларації, а після закінчення року — до 9 лютого наступного року.

Громадяни, які одержують доходи від здійснення будь-якої підприємницької діяльності, пов'язаної з виробництвом, реалізацією товарів, наданням послуг, зобов'язані вести Книгу обліку доходів і витрат за формою № 10:

Книга обліку доходів і витрат

Період обліку (день, тиждень, місяць, рік)	Кількість виготовленої продукції (наданих послуг)	Витрати на виробництво продукції	Кількість проданої продукції (наданих послуг)	Ціна продажу продукції (послуг)	Сума виручки (доходу)	Чистий дохід
1	2	3	4	5	6	7
Січень	400	3000	400	10	4000	1000

У графах 2 та 4 наводять кількісні показники у натуральних одиницях виміру (штук, центнерів, кубічних метрів тощо). У графі 3 показують витрати у гривнях, у графі 6 — суму виручки, а в графі 7 — чистий дохід (графа 6 мінус графа 3).

Підсумкові дані Книги за квартал (рік) є підставою для заповнення громадянами декларацій про доходи. За необхідності, з урахуванням специфіки окремих видів діяльності, у Книгу обліку дохо-

дів і витрат, за погодженням з податковою інспекцією, можуть бути внесені зміни і доповнення. Книга нумується, прошивається, затверджується підписом начальника або заступника начальника податкової інспекції та печаткою.

Приватний підприємець відраховує податки від чистого доходу в пенсійний фонд 32 %, фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності — 3 %, фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття — 3 %. Ці відрахування зараховуються у валові витрати.

Отже, підприємцю доцільно спочатку сплатити податки авансом на соціальні заходи, а потім з урахуванням такої сплати вирахувати чистий дохід і з нього розрахувати суму прибуткового податку.

Облік у малих підприємствах. Наказом Міністерства фінансів України від 31 травня 1996 р. № 112 затверджено «Вказівки про склад та порядок заповнення облікових реєстрів малими підприємствами». Згідно з цими вказівками малі підприємства, які здійснюють за місяць не більше ніж 100 господарських операцій, не мають виробництва продукції і робіт, пов'язаних з великими матеріальними витратами, застосовують просту форму обліку. Малі підприємства з простим технологічним процесом виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, які здійснюють за місяць не більш як 300 господарських операцій, можуть застосовувати спрощену форму бухгалтерського обліку.

За простої форми обліку ведуть один бухгалтерський реєстр — Книгу обліку господарських операцій (форма № К-1), яка за формою аналогічна Журналу реєстрації господарських операцій (див. табл. 10.3). На підставі первинних документів у ній реєструють господарські операції, відображуючи суми за рахунками методом подвійного запису. Дані Книги використовують для підрахунку доходів, витрат і складання звітності. Разом з Книгою ведуть відомість з нарахування заробітної плати залученим працівникам.

Книга обліку господарських операцій є комбінованим бухгалтерським реєстром, в якому поєднується хронологічний (за датами) і систематичний (за рахунками) запис. У ній спочатку записують вступні залишки за рахунками, а потім показують операції методом подвійного запису згідно з бухгалтерськими документами.

У кінці місяця за графами книги підраховують підсумки (обороті) і обчислюють залишки за рахунками.

Сума оборотів по дебету всіх рахунків дорівнює сумі оборотів по кредиту всіх рахунків і підсумку за графою «Сума обороту». Сума залишків по дебету всіх рахунків дорівнює сумі залишків по кредиту всіх рахунків. У такий спосіб перевіряють правильність записів у Книзі.

Обмежитися веденням такої книги можуть лише деякі малі підприємства. Більшість з них має паралельно вести аналітичний облік за рахунками в окремих відомостях. Отже, це по суті використання форми обліку «Журнал-Головна», при якій Головною є Книга обліку господарських операцій, а регістрами аналітичного обліку — відомості.

При спрощеній формі для обліку використовують спеціальні відомості, яких затверджено дев'ять типових форм:

Відомість обліку основних засобів, нарахованих амортизаційних відрахувань (зносу) — форма № В-1;

Відомість обліку виробничих запасів, готової продукції і товарів — форма № В-2;

Відомість обліку витрат на виробництво — форма № В-3;

Відомість обліку грошових коштів і фондів — форма № В-4;

Відомість обліку розрахунків та інших операцій — форма № В-5;

Відомість обліку реалізації — форма № В-6;

Відомість обліку розрахунків з постачальниками — форма № В-7;

Відомість обліку заробітної плати — форма № В-8;

Відомість (шахова) — форма № В-9.

Кожна відомість призначена для обліку за одним або кількома економічно однорідними рахунками. У малому підприємстві потрібно конкретно визначити, який рахунок ведеться у конкретній відомості. Для цього використовують робочий план рахунків малого підприємства.

При використанні відомостей обліковий процес такий: із первинних документів записують інформацію у відомості, по них підраховують підсумки і взаємно їх звіряють, обороти по кредиту рахунків переносять у відомість шахову (Головну книгу).

Отже, використання відомостей — це по суті застосування спрощеного варіанту журнально-ордерної форми бухгалтерського обліку.

Облік у селянському господарстві. Для обліку доходів і витрат суб'єкти малого підприємництва ведуть книгу. Порядок ведення Книги обліку доходів і витрат господарських операцій суб'єктами малого підприємництва — юридичними особами, що застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, затверджено наказом Державної податкової адміністрації України від 13 жовтня 1998 р. № 477.

У Книзі обліку доходів і витрат (табл. 10.1) у хронологічній послідовності здійснення господарських операцій на основі первинних документів показують операції, що відбулися у звітному (податковому) періоді. Тут зазначають зміст господарської операції, доходи всього і в тому числі від здійснення господарських, фінансових та інших операцій. Так само записують витрати, розшифровуючи їх.

Таблиця 10.1. Книга обліку доходів і витрат за 2001 р.

№ пор.	Дата та номер первинного документа	Зміст господарської операції	Доходи, всього, грн	У тому числі від здійснення операцій, грн			Витрати, всього, грн	У тому числі від здійснення операцій, грн		
				господарських	фінансових	інших		господарських	фінансових	інших
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	5.01, накладна № 38	Куплено мінеральні добрива	4500	4500			2000	2000		
2	3.02, платіжне доручення № 105	Від молокозаводу за молоко								
3	9.03, накладна № 64	Куплено бензин	6200	6200			3000	3000		
4	24.03, платіжне доручення № 604	Від молокозаводу за молоко								
5	30.03	Нараховано знос основних засобів	10 700	10 700			1300	1300		
	Разом за I квартал									
	Результати за I квартал (дохід)		4400				6300	6300		

У графі «Доходи» відображують всі надходження до суб'єкта малого підприємництва, отримані від реалізації товарів (робіт, послуг), майно, що належить суб'єкту малого підприємництва і реалізоване у звітному податковому періоді, а також позареалізаційні доходи, отримані у вигляді відсотків, роялті тощо. До складу доходів не зараховують суми податку на додану вартість та акцизного збору.

У графі «Витрати» показують вартість придбаних матеріалів, сировини, напівфабрикатів, комплектувальних виробів, заробітну плату найманим працівникам, відрядження, амортизацію основних засобів, виплати відсотків та інші витрати.

Різниця між сумою доходів і витрат становить результат діяльності суб'єкта підприємництва. Дані книги використовують для розрахунку сплати єдиного податку, акцизного збору і податку на додану вартість.

Книга обліку доходів і витрат реєструється органом державної податкової служби, одночасно видається свідоцтво на право сплати єдиного податку суб'єктом малого підприємництва. Книга має бути прошнурована і пронумерована. На останній сторінці вона завіряється підписом керівника і печаткою суб'єкта малого підприємництва та печаткою органу державної податкової служби, де зареєстрований суб'єкт малого підприємництва.

Виробники сільськогосподарської продукції можуть вести облік за спрощеною або повною формою. Вибирає її підприємець залежно від обсягу виробництва та інших показників. При цьому облік має забезпечувати потреби управління підприємством.

У дрібних селянських господарствах достатньо вести Книгу обліку доходів і витрат (див. табл. 10.1). Операції в ній показують у хронологічному порядку на підставі первинних документів (виписки банку, товарні чеки тощо). Запис роблять, як правило, окремо по кожному документу.

Організуючи облік, потрібно враховувати, що доходи відображують після відправлення продукції покупцям або надходження грошей від замовників, а витрати — під час їх здійснення.

Отже, в графі «Доходи» записують надходження (або нарахування) грошей за реалізовану продукцію, виконані роботи і послуги, а в графі «Витрати» — вартість одержаних (оплачених) запасних частин, будівельних матеріалів, мінеральних добрив, палива, кормів, насіння, електроенергії, робіт і послуг зі сторони, оплату банківських відсотків тощо.

Основні засоби обліковують у відомості, в якій кожний об'єкт записують окремим рядком. Витрати на придбання основних засобів у книзі не записують, оскільки вони експлуатуються більше ніж рік і їхня вартість враховується при визначенні фінансового результату в сумі нарахованої амортизації (зносу), що припадає на звітний період.

Тварин обліковують у окремій відомості, показуючи наявність і рух поголів'я в господарстві: одержання приплоду, переведення тварин із групи в групу, списання на забій, падіж тощо. У книзі не відображують такий рух тварин, бо це внутрішні обороти, які не становлять додаткових витрат або доходів. У Книзі зазначають дані про купівлю тварин і їх продаж, тобто ті операції, які враховують як витрати або доходи — зовнішні чинники. Щодо корів, то на них амортизацію не нараховують, тому, купуючи та продаючи їх, доцільно робити записи в Книзі як видатки або надходження так само, як і по матеріальних запасах.

Метод обліку «витрати — випуск», який використовується в селянському господарстві, передбачає віднесення вартості матеріалів на виробництво при їх купівлі, а не при фактичному використанні. Отже, на списання виробничих запасів власного виробництва і покушних для потреб господарства ніяких додаткових документів не складають і запис не роблять, що значно спрощує облікову роботу. Документ на купівлю цінностей або оплату послуг є одночасно підставою для відображення на відповідну суму витрат.

Проте не всі куплені цінності можуть бути використані до кінця звітного періоду, частина їх залишається на складі господаря. Тоді

на їхню вартість (за мінусом залишків на початок періоду) потрібно зменшувати витрати. Залишки матеріальних цінностей на кінець звітного періоду встановлюють проведенням інвентаризації, результати якої відображують в описах.

Якщо куплені цінності не використані і стали непридатними для споживання через псування та з інших причин, то їхня вартість уже віднесена у витрати при купівлі. Наприклад, куплено цемент на 400 грн, але він не був використаний і зцементувався. Його не списують, а просто викидають, якщо він не потрібний, не складаючи ніяких документів і не здійснюючи жодних бухгалтерських записів. Так само чинять з іншими цінностями, які куплені або виготовлені в своєму господарстві, наприклад, корми для тварин, застарілі запасні частини, одяг тощо. Якщо раніше придбані або виготовлені матеріали та вироби продані, то на суму виручки показують доходи.

За Книгою обліку доходів і витрат фінансовий результат можна визначати на будь-яку дату порівнянням сум доходів і витрат. Проте його встановлюють, як правило, один раз на місяць.

Середні селянські господарства, які мають власні основні засоби, наймають працівників зі сторони для ведення обліку, застосовують бухгалтерські рахунки. Проте кількість їх має бути обмежена. Слід пам'ятати, що чим меншу кількість рахунків застосовують, тим простіший облік.

Згідно з «Інструкцією про застосування плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій», затвердженою наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291, рахунки класів 0 – 7 є обов'язковими для всіх підприємств. Рахунки класів 8 «Витрати за елементами» та 9 «Витрати діяльності» суб'єкти малого підприємництва можуть не застосовувати.

Із класів 0 – 7 використовують ті рахунки, які необхідні для підприємства, виходячи з конкретних умов його господарювання. У малих підприємствах можна об'єднати ряд рахунків по обліку розрахунків, що дасть змогу скоротити їхню кількість. Міністерство фінансів України наказом від 19 квітня 2001 р. № 186 затвердило «План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва». Він включає всього 25 синтетичних рахунків. Субрахунки підприємства вводять самостійно, виходячи зі своїх потреб управління.

У табл. 10.2 наведено приблизний мінімальний перелік рахунків для селянського господарства. У кожному випадку господар самостійно визначає, якими рахунками він користуватиметься, що залежить від конкретних умов господарювання. При веденні обліку по рахунках використовують Журнал реєстрації господарських операцій (табл. 10.3). У нього із балансу переносять залишки на початок року. В графі «Сума обороту» показують загальну вартість засобів та

їхніх джерел, а потім у розрізі рахунків заносять статті балансу: з активу — в дебет, а з пасиву — в кредит рахунків.

Таблиця 10.2. Перелік синтетичних рахунків для селянського господарства

Код	Назва рахунка
10	Основні засоби
13	Знос основних засобів
20	Виробничі запаси
23	Виробництво
30	Каса
31	Рахунки в банках
36	Розрахунки з покупцями та замовниками
40	Статутний капітал
44	Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)
60	Короткотермінові позики
66	Розрахунки з оплати праці
79	Фінансові результати

Таблиця 10.3. Журнал реєстрації господарських операцій за 2001 р.

Дата	Зміст господарської операції	Сума обороту	Рахунок										
			10		13		20		23		30		
			Д-т	К-т	Д-т	К-т	Д-т	К-т	Д-т	К-т	Д-т	К-т	
4.01	Залишок на 1.01	14740	9900			2900	3790					10	
	Одержано матеріали від постачальника	400					400						
6.01	Оплачено за раніше отримані матеріали	400											
30.01	Нараховано оплату праці	1000							1000				
30.01	Нарахування на оплату праці	375							375				
30.01	Списано матеріали	3000					3000	3000					
30.01	Нараховано амортизацію	800			800				800				
31.01	Списано собівартість реалізації	5175								5175			
31.01	Виручка від реалізації	6000											
31.01	Одержано за продукцію	6000											
31.01	Оплачено кредиторам і за страхування	2375											
31.01	Одержано з поточного рахунка в касу	1000										1000	
31.01	Виплачено заробітну плату	1000											1000
31.01	Відображено нерозподілений прибуток	825											
Разом за січень		28350				800	400	3000	5175	5175	1000	1000	
Залишок на 1.02		14365	9900			3700	1190				10		

Кількість рахунків у журналі обмежена для зручності у користуванні. В наведеному прикладі (див. табл. 10.2) за рахунком 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» передбачається ведення обліку розрахунків з постачальниками, підрядниками, покупцями, органами державного страхування, за позиками банку та іншими розрахунками.

Після перенесення записів з балансу в журналі реєструють господарські операції у хронологічному порядку їх здійснення. Графи заповнюють на підставі первинних і зведених документів. У графі «Зміст господарської операції» запис роблять так, щоб можна було зрозуміти сутність операції і підставу для її проведення з посиленням на документ. У графі «Сума обороту» зазначають загальну суму господарської операції, яку одночасно записують у дебет і кредит відповідних рахунків (метод подвійного запису).

За певний період, як правило за місяць, підраховують обороти за рахунками і визначають залишки на кінець періоду, по яких складають баланс.

Продовження табл. 10.3

Рахунок											
31		66		36, 63, 65		44		40		79	
Д-т	К-т	Д-т	К-т	Д-т	К-т	Д-т	К-т	Д-т	К-т	Д-т	К-т
1000				40	4110				7730		
					400						
	400			400							
			1000								
					375						
										5175	
				6000							6000
6000					6000						
	2375				2375						
	1000										
			1000								
							825				825
6000	3775	1000	1000	8775	6775		825			6000	6000
3225				40	2110		825		7730		

Паралельно з журналом у разі потреби ведуть відомості для аналітичного обліку основних засобів, тварин і птиці, витрат виробництва. Наявність матеріальних запасів відображують в інвентаризаційних описах.

Оплату праці найманим працівникам нараховують в окремій відомості. Стан розрахунків з різними підприємствами можна встановити за записами в журналі. Проте якщо господарство має великий обсяг розрахункових операцій, то для їх обліку доцільно використовувати окрему відомість.

У невеликих селянських господарствах застосовують форму бухгалтерського обліку з використанням (веденням) реєстрів обліку майна малого підприємства. Для цього затверджено дев'ять відомостей. Застосування цих відомостей — це по суті ведення обліку за спрощеним варіантом журнально-ордерної форми, що забезпечує детальний синтетичний і аналітичний облік на середніх підприємствах.

У великих сільськогосподарських підприємствах, агрофірмах, асоціаціях та інших формуваннях облік ведуть на комп'ютерах або використовують журнально-ордерну форму.

10.4. Облік податків

У частині віднесення сплачених податків і зборів у бухгалтерському обліку за рахунок відповідних джерел можна виділити такі групи:

1. За рахунок прибутку — в дебет рахунка 98 «Податки на прибуток».
2. За рахунок покупців із зарахуванням податків у ціну реалізації — в дебет рахунка 70 «Доходи від реалізації».
3. За рахунок виробництва — в дебет рахунків 92 «Адміністративні витрати», 93 «Витрати на збут».
4. За рахунок оплати праці — в дебет рахунка 66 «Розрахунки з оплати праці».

Нарахування податків записують у кредит рахунка 64 «Розрахунки за податками і платежами». При сплаті податків — дебет рахунка 64 і кредит рахунка 31 «Рахунки в банках».

Порядок нарахування і сплати кожного податку регулюється відповідним законом, норми якого враховуються при організації обліку. Розглянемо особливості нарахування і сплати основних податків.

Податок на додану вартість (ПДВ) є частиною новоствореної вартості, яка сплачується до бюджету на кожному етапі виробництва

товарів, виконаних робіт, наданих послуг. Це також непрямий податок, який зараховується в ціну товару і оплачується покупцем продавцю, а продавець платить його в бюджет.

Платником податку є особа, обсяг оподатковуваних операцій з продажу товарів (робіт, послуг) якої впродовж будь-якого періоду з останніх 12 календарних місяців перевищував 3600 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Об'єктом оподаткування є операції платників податку з продажу товарів (робіт, послуг) на митній території України, ввезення (пересилання) товарів на митну територію України та вивезення товарів з України.

Об'єкти оподаткування оподатковуються за ставкою 20 %.

Платник податку зобов'язаний надати покупцю податкову накладну. Вона складається у момент виникнення податкових зобов'язань продавця у двох примірниках. Оригінал податкової накладної надається покупцю, а копія залишається у продавця товарів.

Податкова накладна дає право покупцю, зареєстрованому як платник податку, на внесення до податкового кредиту витрат, пов'язаних зі сплатою податку на додану вартість.

Платники ПДВ мають вести окремий облік з продажу та придбання товарів (робіт, послуг). Порядок ведення книг обліку придбання і продажу товарів (робіт, послуг) затверджено наказом Державної податкової адміністрації України.

У терміни, передбачені для сплати податку, тобто не пізніше 20 числа наступного за звітним періодом місяця, платник подає до податкової адміністрації декларацію щодо ПДВ. Податковий період може становити один місяць або квартал залежно від обсягу оподатковуваних операцій з продажу товарів (робіт, послуг) за попередній календарний рік.

У податковій декларації записують податкові зобов'язання, суми податкового кредиту та визначають суму зобов'язань перед бюджетом по ПДВ. Суми податку, що підлягають сплаті до бюджету або відшкодуванню з бюджету, визначаються як різниця між загальною сумою податкових зобов'язань, що виникли у зв'язку з будь-яким продажем товарів (робіт, послуг) упродовж звітного періоду, та сумою податкового кредиту звітного періоду.

Відповідно до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств» суб'єкти підприємницької діяльності, бюджетні, громадські та інші підприємства, установи та організації, які здійснюють діяльність, спрямовану на отримання прибутку, платять *податок на прибуток*. Оподатковуваний прибуток визначається зменшенням валового доходу звітного періоду на суми валових витрат

платника податку та амортизаційних відрахувань. Прибуток оподатковується за ставкою 30 % до об'єкта оподаткування.

Розмір валових витрат і валових доходів з метою визначення оподатковуваного прибутку підраховують згідно з рекомендаціями (наказ Міністерства фінансів України від 4 серпня 1997 р. № 168). Підприємство самостійно встановлює порядок накопичення даних про валові доходи і валові витрати. При цьому може бути два варіанти:

- 1) без записів у системі реєстрів і рахунків бухгалтерського обліку;
- 2) із проведенням записів у системі реєстрів і рахунків бухгалтерського обліку.

При нарахуванні податку на прибуток дебетують рахунок 98 «Податки на прибуток» і кредитують рахунок 64 «Розрахунки за податками і платежами».

Податок на прибуток сплачується до бюджету не пізніше 20 числа наступного за звітним кварталом місяця. Платники податку не пізніше 25 числа місяця, що наступає за звітним кварталом, подають до податкового органу податкову декларацію про прибуток за звітний квартал, розраховану зростаючим підсумком з початку звітного фінансового року.

Упродовж звітного (податкового) кварталу платники податку, крім нерезидентів та виробників сільськогосподарської продукції, сплачують до бюджету за перший та другий місяці такого кварталу авансові внески податку на прибуток. Вони сплачуються до бюджету за підсумками першого та другого місяців звітного (податкового) кварталу до 20 числа другого і третього місяців такого кварталу відповідно.

Авансові внески розраховуються платником податку самостійно, без подання декларацій про прибуток. Повідомлення про результати таких розрахунків надсилається до податкового органу в терміни, передбачені для оплати авансових внесків.

Акцизний збір — це непрямий податок, який включається в ціну товарів і оплачується покупцем продавцю, а продавець платить ці суми в бюджет. Порядок і терміни оплати визначено інструкцією.

Акцизний збір платять підприємства, які виробляють і продають підакцизні товари, перелік яких і ставки акцизного збору встановлюються законами та постановами уряду.

При ввезенні підакцизних товарів суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності на митну територію України акцизний збір сплачується платниками податку одночасно зі сплатою мита та митних зборів. Сплатою акцизного збору вважається момент оформлення вантажної митної декларації.

Сума акцизного збору, якщо ставка встановлена у відсотках до митної вартості, обчислюється за формулою

$$C_a = B \cdot A,$$

де C_a — сума акцизного збору; B — митна вартість; A — ставка акцизного збору.

Сума акцизного збору, якщо ставка встановлена в грошовому еквіваленті до фізичної одиниці виміру товару, визначається за формулою

$$C_a = H \cdot A,$$

де H — кількість товару у фізичних одиницях виміру.

Приклад. Ставка акцизного збору по тютюну для жування і по тютюну для нюхання 10 грн за 1 кг. Якщо ввозиться 1000 кг тютюну, то сума акцизного збору становитиме 10 000 грн ($1000 \cdot 10 = 10\,000$).

Суб'єкти підприємницької діяльності, які мають валютні цінності, доходи або майно за межами України, кожного кварталу складають і подають до податкового органу «Декларацію про валютні цінності, доходи та майно, що належать резиденту України і знаходяться за її межами».

Декларація має п'ять розділів. У розділі I «Загальні відомості» подається повна назва резидента, його адреса, код, назви країн і адреси іноземних банків, у яких відкрито рахунки. У розділі II «Фінансові вкладення» розшифровуються види фінансових вкладень і їхні суми в іноземній валюті та гривнях. Розділ III «Майно та товари за кордоном» містить інформацію про вартість майна за кордоном. Розділ IV «Доходи (дивіденди) в іноземній валюті, одержані за межами України» призначений для відображення інформації про суми одержаних доходів в іноземній валюті за межами України. У розділі V «Інформаційні відомості» наводяться різні відомості щодо валюти і майна, розміщених за кордоном.

Суб'єкти підприємницької діяльності сплачують *податок з власників транспортних засобів* та інших самохідних машин і механізмів. Ставки податку визначено Законом України від 16 липня 1999 р. № 986-XIV «Про внесення змін до деяких законів України щодо фінансування дорожнього господарства». Розмір податку залежить від об'єму циліндрів двигуна, потужності електродвигуна, довжини транспортного водного засобу.

Для визначення суми податку складається розрахунок за встановленою формою станом на 1 січня поточного року і подається платником податку до податкових органів за місцезнаходженням та місцем постійного базування транспортних засобів не пізніше 15 березня наступного за звітним року. За придбаними впродовж

року транспортними засобами такий розрахунок подається у 10-денний термін після реєстрації у відповідних органах.

Перелік пільг та сума податку, не сплаченого через отримання пільг, подається в «Звіті про суми отриманих пільг з оподаткування в розрізі окремих видів податків і пільг з кожного виду податку». Такий звіт подається до податкового органу кожного кварталу не пізніше 21 числа після звітного кварталу, а за рік — до 8 лютого.

Для сплати податків виписують платіжне доручення, яке подають до банку в установлені терміни.

Переплачені суми податків за заявою платника зараховуються в рахунок наступних платежів або повертаються йому на поточний рахунок.

При нарахуванні акцизного збору запис роблять по дебету рахунка 70 і кредиту рахунка 64; а при оплаті — дебет рахунка 64, кредит рахунка 31.

Підприємства платять також різні *місцеві податки*, які заносять у витрати. При нарахуванні таких податків дебетують рахунки 92 «Адміністративні витрати» або 93 «Витрати на збут» і кредитують рахунок 64.

Суб'єкти підприємницької діяльності мають утримувати із заробітної плати працівників *прибутковий податок*. При його утриманні дебетують рахунок 66 «Розрахунки з оплати праці» і кредитують рахунок 64. Цей податок перераховують при одержанні в банку грошей для виплати заробітної плати: дебет рахунка 64, кредит рахунка 31.

Порядок утримання прибуткового податку з громадян та його розмір визначено Декретом Кабінету Міністрів України від 26 грудня 1992 р. № 13-92 (із внесеними змінами) «Про прибутковий податок з громадян» та відповідною інструкцією.

Об'єктом оподаткування у громадян є *сукупний оподатковуваний дохід* за календарний рік. З оподаткованого доходу вилучаються:

- допомога по державному соціальному страхуванню і державному соціальному забезпеченню, крім допомоги по тимчасовій непрацездатності;

- допомога на поховання, у тому числі, яка надається за рахунок юридичних або фізичних осіб;

- суми одержуваних аліментів;

- державні пенсії, а також додаткові пенсії, що виплачуються за умовами добровільного страхування пенсій;

- виграші за облігаціями державних позик та державними лотереями, відсотки і виграші по іменних вкладах в установах банків, по іменних ощадних сертифікатах та державних казначейських зобов'язаннях;

➤ доходи громадян від продажу вирощеної в особистому підсобному господарстві, на присадибній, дачній і садовій ділянках продукції рослинництва і бджільництва, худоби, кролів, нутрій, птиці як у живому вигляді, так і продукції їх забою в сирому вигляді та у вигляді первинної обробки;

➤ суми, одержані громадянами в результаті розміщення їх власних заощаджень на поточних (депозитних) рахунках банків України, у тому числі в іноземній валюті;

➤ суми плати за утримання та навчання дітей у дошкільних виховних закладах, закладах початкової загальної, професійно-технічної освіти, а також у державних вищих навчальних закладах освіти, розташованих на території України, за рахунок фізичних або юридичних осіб;

➤ суми дивідендів, що були оподатковані під час їх виплати відповідно до закону України «Про оподаткування прибутку підприємств»;

➤ інші види доходів, перелічені в декреті.

Суми виплат, які не вносяться до складу сукупного оподаткованого доходу громадян, не враховуються при визначенні основи оподаткування податками і зборами, які нараховуються на фонд оплати праці відповідно до законодавства. Це означає, що підприємство може збільшити суму допомоги родичу померлого, заплатити за перебування дитини в дитячому садку, навчання у першому — четвертому класах початкової школи, навчання у закладах професійно-технічної освіти та вищих навчальних закладах, не здійснюючи нарахування на ці платежі до пенсійного фонду, фонду соціального страхування.

Неоподаткування прибутковим податком з громадян сум одержаних дивідендів зумовлює те, що підприємству значно вигідніше виплачувати дивіденди замість оплати праці, бо в такому разі зменшуються платежі до бюджету. Однак при цьому потрібно чітко дотримуватися норм чинного законодавства. Так, закон України «Про господарські товариства» регламентує, що акціонерне товариство виплачує частину прибутку (дивіденди) один раз на рік за підсумками календарного року. Решта товариств, тобто товариства з обмеженою відповідальністю, з додатковою відповідальністю, повні і командитні товариства, виплачують дивіденди у порядку, передбаченому їхнім статутом. Терміни виплати дивідендів законом не встановлені.

Вигідність заміни оплати праці виплатою дивідендів покажемо конкретним розрахунком.

Приклад. Виручка від реалізації становила 1500 грн, матеріально-грошові витрати 500 грн, звідси оподатковуваний дохід 1000 грн ($1500 - 500 = 1000$).

Якщо в цьому разі буде нараховано ще й оплату праці в сумі 500 грн, то нарахування на неї становитимуть 185 грн (37 % від 500), прибутковий податок з громадян — 85,55 грн, внески в пенсійний фонд — 5 грн (1 % від 500), внески на соціальне страхування на випадок безробіття — 2,50 грн (0,5 % від 500), у фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності — 2,50 грн (0,5 % від 500), сума до видачі — 404,45 грн ($500 - 85,55 - 5 - 2,50 - 2,50 = 404,45$), оподатковуваний дохід — 315 грн ($1000 - 500 - 185 = 315$), податок на прибуток 94,50 грн (30 % від 315 = 94,50). Отже, підприємство має заплатити в бюджет та в різні фонди 375,15 грн ($185 + 85,55 + 5 + 5 + 94,50 = 375,05$).

Якщо в наведеному прикладі оплата праці не нараховуватиметься, то оподатковуваний дохід становитиме 1000 грн, а податок на прибуток — 300 грн (30 % від 1000). Таким чином, у разі нарахування оплати доведеться сплатити 375,05 грн, а якщо її не нараховувати, — 300 грн, тобто менше на 75,05 грн (24,8 %). Звідси очевидно, що оплату праці вигідно замінювати дивідендами.

У разі виплати заробітної плати в натуральній формі продукцією власного виробництва її розмір у складі місячного сукупного оподаткованого доходу працівника обчислюється за відпускною ціною такої продукції стороннім споживачам у поточному місяці, в якому нараховано заробітну плату. Якщо у поточному місяці така продукція не реалізовувалася, то її розмір обчислюється за відпускною ціною попереднього місяця.

Натуральна продукція інших виробників оцінюється за цінами її придбання. Така сама продукція інших виробників, одержана по бартерних (товарообмінних) операціях у галузі зовнішньоекономічної діяльності й спрямована на оплату праці, оцінюється у складі місячного оподаткованого доходу працівника за митною вартістю, сплаченою при її ввезенні в Україну і перерахованою в гривні за курсом Національного банку України на дату одержання натурального доходу.

Законодавство надає пільги по прибутковому податку різним категоріям громадян, що потрібно враховувати при визначенні суми податку.

Прибутковий податок із сукупного оподаткованого доходу громадян за місцем основної роботи обчислюється за встановленими ставками (див. табл. 9.1). Як видно з наведеної таблиці, ставки податку збільшуються при збільшенні розміру доходу. Отже, якщо ставка перевищує 20 % (при доходах понад 1020 грн за місяць), то можна зменшити суму податку, розбивши дохід на кількох осіб, що зробити нескладно в малому підприємстві.

З метою спрощення розрахунків для утримання прибуткового податку можна користуватися спеціальною таблицею.

Упродовж року прибутковий податок обчислюють із суми місячного сукупного оподаткованого доходу. Після закінчення кален-

дарного року перераховують податок по річному доходу. Перерахунок роблять до 1 лютого наступного за звітним року, а до 15 лютого ці відомості за встановленою формою подають до податкової інспекції за місцем проживання платника.

Прибутковий податок перераховується в бюджет одночасно з одержанням в установі банку грошей для виплати оплати праці.

Із суми доходів, одержуваних громадянами не за місцем основної роботи, податок нараховується за ставкою 20 %. Сюди належать доходи за сумісництвом, за виконання разових та інших робіт, що виконуються на основі договорів підряду та інших договорів цивільно-правового характеру.

Підприємства і фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які проводять виплати не за місцем основної роботи, зобов'язані не пізніше як через 30 днів після виплати заробітної плати надіслати до податкових органів за місцем проживання громадян відомості за встановленою формою про виплачені суми доходів і суми утриманого з них податку.

Якщо трудовий договір підтверджувався довідкою організації, за участю якої він укладався, наприклад профспілкою, а також довідкою про сплату збору до фонду державного соціального страхування, то фізична особа може обкладати прибутковим податком виплачувані таким працівникам доходи за шкалою ставок прогресивного оподаткування доходів громадян, тобто як за місцем основної роботи. За відсутності таких довідок фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності утримують прибутковий податок з доходів, що виплачувались громадянам, які у нього працюють, за ставкою 20 % як із доходів, одержуваних громадянами не за місцем основної роботи, з наступним повідомленням (не пізніше як через 30 днів після виплати) податкових органів за місцем проживання громадян про суми виплаченого їм доходу і утриманого податку за формою № 2.

Фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності ведуть трудові книжки на найманих за трудовим договором працівників. Трудовий договір має укладатися у письмовій формі й у тижневий термін з моменту фактичного допущення працівника до роботи і реєструватися суб'єктом підприємницької діяльності у державній службі зайнятості за місцем його проживання.

Громадяни, які одержували доходи не за місцем основної роботи, зобов'язані до 1 березня наступного року подати до податкового органу за місцем проживання декларацію про суму сукупного доходу, одержаного за основним і не основним місцями роботи.

Згідно з поданими деклараціями податкові органи перераховують розмір прибуткового податку по сукупному річному доходу.

Приклад.

За місцем основної роботи громадянина річний сукупний оподатковуваний дохід становив 1800 грн. З нього утримано податку 190 грн. Дохід не за місцем основної роботи був 600 грн, з нього утримано податку 120 грн. За таких умов перерахунок робиться так:

$(1800 \text{ грн} + 600 \text{ грн}) : 12 = 200 \text{ грн}$ (середньомісячний сукупний дохід);

прибутковий податок із 200 грн становить 25,55 грн;

$25,55 \text{ грн} \times 12 = 306,60 \text{ грн}$ (прибутковий податок із сукупного річного доходу).

Отже, в цьому разі з громадянина утримано зайву суму прибуткового податку в розмірі 3,40 грн ($190,00 + 120,00 - 306,60 = 3,40$), яка має бути повернута або зарахована при розрахунку податку в наступні місяці.

При звільненні з основного місця роботи бухгалтерія підприємства складає остаточний розрахунок за відпрацьований період та видає громадянину довідку за формою № 3 про суми сукупного доходу, нарахованого в поточному році, та утримані суми податку. При влаштуванні на іншу роботу громадянин подає цю довідку в бухгалтерію. Після закінчення календарного року податок із сукупного річного доходу перераховується за новим місцем роботи з урахуванням одержаних доходів і утриманих податків за попереднім місцем роботи.

Коли працівник іде у відпустку, прибутковий податок утримується в такому порядку:

а) окремо утримують податок із заробітку за минулий місяць, якщо до часу, коли працівник іде у відпустку, цей податок ще не утримувався;

б) окремо утримують податок із відпускнуї суми і заробітку за поточний місяць, якщо працівник перебуватиме у відпустці до кінця місяця;

в) із суми відпускних, які припадають на неповний наступний місяць, при виході у відпустку податок не утримується. Це робиться після повернення з відпустки за сукупністю із заробітком за весь цей місяць за загальним порядком.

Приклади.

1. Дні видачі заробітної плати на підприємстві 3 і 17 числа. Працівник іде у відпустку з 11 травня по 7 червня. Заробітна плата у нього з 1 по 10 травня становила 100 грн, відпускні з 11 по 31 травня — 180 грн, а з 1 по 7 червня — 60 грн. У цьому разі із заробітної плати за квітень утримано прибутковий податок при вищлаті 3 травня. Підраховується оподатковуваний дохід за травень. Він становить 280 грн (100 грн заробітна плата + 180 грн відпускні = 280 грн). Береться прибутковий податок із 280 грн, який становить 41,55 грн. Отже, працівник одержить 289,95 грн (280 грн плюс 60 грн — відпускні за червень мінус 41,55 грн — прибутковий податок мінус 6,80 грн — збір на обов'язкове державне пенсійне страхування у розмірі 2 % мінус 1,70 грн — збір на соціальне страхування на випадок безробіття = 289,95 грн). Із відпускних з 1 по 7 червня (60 грн) та оплати праці з 8 по 30 червня (300 грн) прибутковий податок буде утримано 3 липня, коли видаватиметься заробітна плата. Сума прибуткового податку із 360 грн (60 грн + 300 грн = 360 грн) становитиме 57,55 грн.

2. Працівник іде у відпустку з 1 липня по 26 серпня. Дні видачі заробітної плати на підприємстві 3 і 17 числа. При виході у відпустку податок утримується із заробітку за червень, який видається разом із відпускними, і відпускних за липень. Після повернення з відпустки податок утримується 3 вересня із сукупного заробітку за серпень (відпускні за серпень і заробітна плата за дні роботи в серпні).

Постановою Кабінету Міністрів України від 6 листопада 1997 р. № 1232 «Про заходи щодо запровадження ідентифікаційних номерів фізичних осіб — платників податків та інших обов'язкових платежів» передбачено, що первинні, звітні та облікові документи, які містять інформацію про об'єкти оподаткування фізичних осіб або про сплату податків і зборів (обов'язкових платежів), що контролюються державними податковими адміністраціями, повинні мати ідентифікаційні номери Державного реєстру платників податків та інших обов'язкових платежів. На виконання цієї постанови Державна податкова адміністрація України затвердила форму довідки «Про суми виплачених доходів і утриманих з них податків та інших обов'язкових платежів фізичних осіб юридичними особами всіх форм власності та фізичними особами — суб'єктами підприємницької діяльності» (форма № 8ДР).

Така довідка подається до місцевих державних податкових органів за місцем реєстрації юридичної або фізичної особи — суб'єкта підприємницької діяльності щокварталу в 15-денний термін після закінчення звітного кварталу. Щоб скласти цю довідку на підприємстві, потрібно мати ідентифікаційні номери всіх працюючих.

Збір на обов'язкове державне пенсійне страхування сплачують юридичні й фізичні особи. Це регулюють такі документи:

1. Закон України «Про збір на обов'язкове державне пенсійне страхування» від 26 червня 1997 р., № 400/97-ВР з наступними змінами і доповненнями.

2. Інструкція про порядок обчислення і сплати підприємствами, установами, організаціями та громадянами збору на обов'язкове державне пенсійне страхування, інших платежів, а також обліку їх надходження до Пенсійного фонду України, затверджена постановою правління Пенсійного фонду України від 3 червня 1999 р. № 4-6.

3. Порядок сплати збору на обов'язкове державне пенсійне страхування з окремих видів господарських операцій, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 3 листопада 1998 р. № 1740.

Платники збору, об'єкт оподаткування і ставки наведено в табл. 10.4.

Платники збору щокварталу до 10 квітня, 10 липня, 10 жовтня, 15 січня подають до органу пенсійного фонду за місцем реєстрації платника збору «Звіт про нарахування збору на обов'язкове державне пенсійне страхування й інших надходжень та витрачання коштів Пенсійного фонду» (форма № 4-ПФ). «Інформація про розрахунки з Пенсійним фондом України» (форма № 5-ПФ) подається до органу пенсійного фонду щомісяця до 10 числа. Ця форма звітності містить інформацію про нарахування та сплату збору на обов'язкове державне пенсійне страхування у разі видавання заробітної плати у натуральній формі та з виручки від реалізації.

Таблиця 10.4. Платники збору до пенсійного фонду

Платники збору	Об'єкт оподаткування	Ставка збору, %
Суб'єкти підприємницької діяльності — юридичні і фізичні особи, які використовують працю найманих працівників	Фактичні витрати на оплату праці	32
Суб'єкти підприємницької діяльності — юридичні і фізичні особи, які мають найманих працівників, але не здійснюють витрат на оплату їх праці	Добуток мінімального розміру заробітної плати (165 грн) на кількість працівників	32
Суб'єкти підприємницької діяльності — фізичні особи, які використовують працю найманих працівників	Оподатковуваний дохід	32
Фізичні особи, які працюють на умовах трудового договору (контракту) або виконують роботи (послуги) згідно з цивільно-правовими договорами	Сукупний оподатковуваний дохід	1 — при доході до 150 грн; 2 — при доході понад 150 грн за місяць
Фізичні особи, які працюють на умовах трудового договору (контракту) або виконують роботи (послуги) згідно з цивільно-правовими договорами, які мають статус державного службовця або працюють на посадах, робота на яких зараховується до трудового стажу, що дає право на одержання пенсії відповідно до законів України «Про державну службу», «Про прокуратуру», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про наукову і науково-технічну діяльність», «Про статус народного депутата України», «Про Національний банк України», «Митного кодексу України», «Положення про помічника-консультанта народного депутата України»	Сукупний оподатковуваний дохід	1 — з доходу до 150 грн; 2 — з частини доходу від 151 до 250 грн; 3 — з частини доходу від 251 до 350 грн; 4 — з частини доходу від 351 до 500 грн; 5 — з частини доходу понад 501 грн
Юридичні та фізичні особи, що здійснюють операції з купівлі-продажу валют	Обсяг купівлі-продажу валют	1
Суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють торгівлю ювелірними виробами із золота (крім обручок), платини і дорогоцінного каміння	Вартість реалізованих ювелірних виробів	5
Юридичні та фізичні особи при відчуженні легкових автомобілів	Вартість автомобіля згідно з договором купівлі-продажу	3

Платники збору	Об'єкт оподаткування	Ставка збору, %
Суб'єкти підприємницької діяльності — виробники та імпортери тютюнових виробів	Продажна вартість (без ПДВ) вироблених в Україні тютюнових виробів; вартість імпортованих тютюнових виробів визначена, виходячи з митної вартості і акцизного збору	3
Юридичні та фізичні особи, які купують нерухоме майно	Вартість нерухомого майна, зазначена в договорі купівлі-продажу	1
Юридичні та фізичні особи, які користуються послугами стільникового рухомого зв'язку	Вартість будь-яких послуг стільникового рухомого зв'язку	6

Таку звітність складають на підставі розрахунків, пов'язаних з нарахуванням внесків до пенсійного фонду, та документів, які підтверджують проведену оплату — платіжні доручення та виписки з рахунків банків.

Розрахунки з пенсійним фондом, фондом соціального страхування, фондом зайнятості обліковують на рахунку 65 «Розрахунки за страхування». У разі нарахування на оплату праці внесків у ці фонди роблять запис: дебет рахунків, на які віднесена оплата праці, і кредит рахунка 65. Перерахування грошей у фонди за страхування: дебет рахунка 65 і кредит рахунка 31 «Рахунки в банках». Утримання із заробітної плати внесків за страхування: дебет рахунка 66 «Розрахунки з оплати праці» і кредит рахунка 65.

10.5. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності

19 вересня 1999 р. набрав чинності Указ Президента України від 28 червня 1999 р. № 746/99 «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва». Відповідно до цього указу спрощена система оподаткування, обліку та звітності запроваджується для таких суб'єктів малого підприємництва:

1) фізичних осіб, у трудових відносинах з якими, враховуючи членів їх сімей, упродовж року перебуває не більше ніж 10 осіб та обсяг виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 500 тис. грн;

2) юридичних осіб, у яких упродовж року середньооблікова чисельність працюючих не перевищує 50 осіб і обсяг виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 1 млн грн.

Фізичні особи — суб'єкти малого підприємництва мають право самостійно обирати спосіб оподаткування доходів за єдиним податком, отримавши свідоцтво про сплату єдиного податку. Ставка його встановлюється місцевими радами за місцем реєстрації залежно від виду діяльності і не може становити менш як 20 грн та більше ніж 200 грн на місяць.

Якщо платник єдиного податку здійснює підприємницьку діяльність з використанням найманої праці або за участю членів його сім'ї, то ставка єдиного податку збільшується на 50 % на кожну особу. Це дає можливість кільком підприємцям (до 10 осіб) працювати за одним свідоцтвом, сплачуючи лише половину суми єдиного податку. Доходи, отримані від здійснення підприємницької діяльності, що обкладається єдиним податком, не зараховуються до складу сукупного оподаткованого доходу за підсумками звітного року такого платника та осіб, що перебувають з ним у трудових відносинах.

Суб'єкт малого підприємництва — фізична особа, яка здійснює торговельну діяльність, на кожного найманого працівника, що займається реалізацією товарів, отримує Книгу обліку доходів і витрат. Суб'єкти малого підприємництва — фізичні особи мають право бути платниками податку на додану вартість. У цьому разі на них поширюється дія закону України «Про податок на додану вартість».

Юридичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які перейшли на спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, самостійно обирають одну з таких ставок єдиного податку:

► 6 % суми виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) без урахування акцизного збору у разі сплати податку на додану вартість;

► 10 % суми виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), за винятком акцизного збору, у разі зарахування податку на додану вартість до складу єдиного податку.

Для переходу на спрощену систему оподаткування, обліку та звітності до органу державної податкової служби подається письмова заява не пізніше ніж за 15 днів до початку наступного звітного (податкового) періоду (кварталу) за умови сплати всіх установлених податків та обов'язкових платежів за попередній звітний (податковий) період.

Суб'єкт малого підприємництва, який сплачує єдиний податок, не є платником таких видів податків і зборів (обов'язкових платежів):

- податку на додану вартість, крім випадку, коли юридична особа обрала спосіб оподаткування доходів за єдиним податком за ставкою 6 %;

- податку на прибуток підприємств;

- податку на доходи фізичних осіб (для фізичних осіб — суб'єктів малого підприємництва);

- плати (податку) за землю;

- збору на спеціальне використання природних ресурсів;

- збору до Державного інноваційного фонду;

- збору на обов'язкове соціальне страхування;

- відрахувань та зборів на будівництво, реконструкцію, ремонт і утримання автомобільних шляхів загального користування України;

- комунального податку;

- податку на промисел;

- збору на обов'язкове державне пенсійне страхування;

- збору за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг;

- внесків до Фонду України соціального захисту інвалідів;

- внесків до Державного фонду сприяння зайнятості населення;

- плати за патенти згідно із Законом України «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності».

Отже, фізичні особи — платники єдиного податку сплачують:

- єдиний податок;

- акцизний збір;

- збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства, з виторгу від реалізації в оптово-роздрібній торгівлі алкогольних напоїв і пива;

- прибутковий податок з громадян, найнятих фізичною особою;

- податок з власників транспортних засобів;

- місцеві податки і збори (за винятком комунального податку та збору за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг);

- збір за забруднення навколишнього природного середовища;

- орендну плату за землю.

Юридичні особи сплачують єдиний податок за ставкою 6 % або 10 % суми виторгу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), а також податки, що сплачує фізична особа (перелічені вище). Юридичні особи також здійснюють з доходів працівників відрахування до Пенсійного фонду України та на соціальне страхування на випадок безробіття.

Юридичні особи, які перейшли на спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, зобов'язані вести Книгу обліку доходів та витрат і Касову книгу, подавати до органу державної податкової служби до 20 числа місяця, що настає за звітним (податковим) періодом, розрахунки про сплату єдиного податку, акцизного збору і, у разі обрання ними єдиного податку за ставкою 6 %, розрахунок про сплату податку на додану вартість. Такі суб'єкти мають вести книги обліку придбання та продажу товарів (робіт, послуг), виписувати податкові накладні, подавати декларації з податку на додану вартість. Податковим періодом для цих платників є квартал.

Суб'єкти, що обрали ставку єдиного податку в розмірі 10 % від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), не є платниками податку на додану вартість, а тому не мають права виписувати податкові накладні.

Фізичні особи — платники єдиного податку можуть не застосовувати електронні контрольно-касові апарати для проведення розрахунків із покупцями.

На спрощену систему оподаткування, обліку та звітності не можуть перейти:

- суб'єкти підприємницької діяльності, на яких поширюється дія Закону України «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності» щодо придбання спеціального патенту;

- довірчі товариства, страхові компанії, банки, інші фінансово-кредитні та небанківські фінансові установи;

- суб'єкти підприємницької діяльності, у статутному фонді яких частки, що належать юридичним особам — учасникам і засновникам цих суб'єктів, які не є суб'єктами малого підприємництва, перевищують 25 %;

- фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють підприємницьку діяльність без створення юридичної особи і торгують лікеро-горілчаними та тютюновими виробами, пально-мастильними матеріалами;

- особи, які здійснюють спільну діяльність, визначену пунктом 7.7 Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств».

Суб'єкти малого підприємництва — юридичні особи, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, використовують Книгу обліку доходів і витрат (за наведеною нижче формою), порядок ведення якої затверджено наказом Державної податкової адміністрації України від 12 жовтня 1999 р. № 554.

КНИГА ОБЛІКУ
доходів і витрат суб'єкта малого підприємництва — юридичної особи,
яка застосовує спрощену систему оподаткування, обліку та звітності
на 2001 рік

Державна податкова адміністрація
 (інспекція) Канівського району Черкаської області

Фермерське господарство «Зоря»
 Суб'єкт малого підприємництва —
 юридична особа

Ідентифікаційний код за ЄДРПОУ
 1 4 0 0 0 3 2 6 5 1

Фермерське господарство «Зоря»
 (назва)

с. Келеберда, Канівський район
 Черкаська область

(адреса, телефон)

Номери розрахункових (поточних) та інших рахунків, відкритих в установах банків 26006301000048

№ пор.	Дата і номер банківського або касового документа	Сума виручки від реалізації продукції (товарів, послуг), грн	Сума виручки від реалізації основних фондів, грн	Позареалізаційні доходи та виручка від іншої реалізації, грн	Загальна сума виручки та позареалізаційних доходів, грн (графи 3+4+5)	Загальна сума витрат, здійснених у зв'язку з веденням господарської діяльності, грн
1	2	3	4	5	6	7
1	30.01					1400
2	2.02	1500			1500	
3	28.02					1500
4	1.03	2000			2000	
5	31.03					2275
6	31.03	2500			2500	
Разом за I квартал		6000			6000	5175

У Книзі у хронологічній послідовності на підставі первинних документів здійснюють записи про операції, що відбулися у звітному (податковому) періоді.

У графі 6 «Загальна сума виручки та позареалізаційних доходів» відображують усі надходження, отримані на розрахунковий (поточний) рахунок та в касу суб'єктом малого підприємництва від продажу продукції (товарів, робіт, послуг), майна, враховуючи основні фонди, які належать суб'єкту малого підприємництва й реалізовані у звітному (податковому) періоді, позареалізаційні доходи та виручка від іншої реалізації.

У графі 3 «Сума виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)» показують суму доходів, отриманих від виробництва та продажу продукції (товарів, робіт, послуг).

У графі 4 «Сума виручки від реалізації основних фондів» відображують різницю між сумою, отриманою від реалізації цих основних фондів, та їх залишковою вартістю на момент продажу.

У графі 5 «Позареалізаційні доходи та виручка від іншої реалізації» подають суми, фактично отримані суб'єктом підприємницької діяльності на розрахунковий (поточний) рахунок і в касу від інших операцій (фінансовий результат від продажу цінних паперів, малоцінних швидкозношуваних предметів, матеріалів, палива, орендна плата, відсотки, грошові кошти, отримані у вигляді безповоротної фінансової допомоги, кредиторська заборгованість, щодо якої минув термін позовної давності, а також дивіденди, якщо вони не були оподатковані у джерела виплати відповідно до закону України «Про оподаткування прибутку підприємств»).

У графах 3, 4, 5, 6 не зараховуються до складу виручки (доходу) суми акцизного збору.

У графі 7 «Загальна сума витрат, здійснених у зв'язку з веденням господарської діяльності» відображують фактичну суму витрат, проведених з розрахункового (поточного) рахунка та каси підприємства, у зв'язку з продажем продукції (товарів, робіт, послуг), здійсненням фінансових операцій, а також від іншої діяльності.

Суб'єкт малого підприємництва щомісяця підбиває підсумки з 3 до 7 граф зростаючим підсумком з початку року.

Книга обліку доходів і витрат має бути пронумерована та пронумерована. На останній сторінці зазначають кількість сторінок, що є в Книзі, запис про це завіряється підписом керівника, печаткою суб'єкта малого підприємництва та печаткою органу державної податкової служби, де зареєстрований суб'єкт малого підприємництва.

Застосування такої Книги є достатнім для податкового обліку. Нею можна обмежитися у дрібних підприємствах, а в більших — потрібний детальніший облік. Для цього доцільно використовувати відомості, передбачені для обліку в малих підприємствах.

Для отримання свідоцтва про право сплати єдиного податку суб'єкт малого підприємництва подає письмову заяву до органу державної податкової служби за місцем державної реєстрації. Міністерство фінансів України наказом від 30 вересня 1998 р. № 196 затвердило «Положення про спрощену форму бухгалтерського обліку суб'єктів малого підприємництва». Згідно з цим Положенням суб'єкти малого підприємництва — юридичні особи, які за чинним законодавством самостійно обрали спосіб оподаткування доходів за єдиним податком, можуть застосовувати спрощену форму бухгалтерського обліку, порядок ведення якої встановлено Вказівками про склад та порядок заповнення облікових реєстрів малими підприємствами, затвердженими наказом Міністерства фінансів України від 31 травня 1996 р. № 112. Суб'єкти малого бізнесу, незалежно від технології та наявності виробництва продукції (робіт, послуг), його матеріаломісткості та кількості здійснюваних за місяць господарських операцій (обсягу документообігу), можуть обрати один із таких варіантів ведення спрощеної форми бухгалтерського обліку:

- просту форму бухгалтерського обліку;
- форму бухгалтерського обліку з використанням (веденням) реєстрів обліку майна малого підприємства.

Якщо суб'єкти малого бізнесу обрали просту форму бухгалтерського обліку, то за наявності у них основних засобів, матеріальних цінностей, готової продукції і товарів рекомендується для ведення аналітичного обліку такого майна використовувати (вести) Відомість обліку основних засобів, нарахованих амортизаційних відрахувань (зносу) за типовою формою В-1 та Відомість обліку виробничих запасів, готової продукції і товарів за типовою формою В-2. Оплату праці обліковують у Відомості обліку заробітної плати за типовою формою В-8 або складають розрахунково-платіжну відомість за загальноприйнятою формою.

Дані бухгалтерського обліку і Книги обліку доходів і витрат не збігаються, бо в бухгалтерському обліку доходи і витрати показують згідно з діючими положеннями (стандартами), а в Книзі — лише рух грошових коштів. Якщо підприємство сплачує єдиний податок у розмірі 6% від реалізації, то відмінність від наведеного прикладу (табл. 10.5) буде щодо відображення податку на додану вартість та розміру єдиного податку.

Таблиця 10.5. Відображення господарських операцій на підприємстві, яке сплачує єдиний податок у розмірі 10% виручки від реалізації

Зміст операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн	Книга обліку доходів і витрат	
	Дебет	Кредит		Графа	Сума, грн
Одержано матеріали від постачальника	20	63	400		
Оплачено за раніше отримані матеріали	63	31	400	7	400
Нараховано оплату праці	23	66	1000		
Утримано із оплати праці:					
прибутковий податок	66	64	150		
у пенсійний фонд і фонд зайнятості	66	65	15		
Нараховано на оплату праці в фонди	23	65	375		
Списано матеріали	23	20	3000		
Нараховано амортизацію	23	13	800		
Оприбутковано продукцію з виробництва	26	23	5175		
Списано собівартість реалізації	79	26	5175		
Виручка від реалізації	31	79	6000	3	6000
Оплачено прибутковий податок	64	31	150	7	150
Нараховано єдиний податок	79	64	600		
Оплачено єдиний податок	64	31	600	7	600
Оплачено внески за страхування	65	31	375	7	375
Одержано в касу поточного рахунка	30	31	835		
Виплачено з каси заробітну плату	66	30	835	7	835
Відображено нерозподілений прибуток	79	44	225		

Юридичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності до 20 числа наступного за звітним (податковим) періодом місяця подають розрахунок сплати єдиного податку за формою, наведеною нижче. Він затверджений окремо для платників, які сплачують єдиний податок у розмірі: а) 6 %; б) 10 %. За формою ці розрахунки практично однакові. Одночасно подається розрахунок про сплату податку на додану вартість (ПДВ) тими платниками, які обрали ставку єдиного податку в розмірі 6 %, а також платіжні доручення про сплату єдиного податку за звітний період.

**Розрахунок сплати єдиного податку
суб'єктом малого підприємництва — юридичною особою,
що сплачує податок за ставкою 6 %
за 1-й квартал 2001 року**

Державна податкова адміністрація (інспекція) Канівського району Черкаської області
 Фермерське господарство «Зоря» Ідентифікаційний код за ЄДРПОУ
 Назва суб'єкта малого підприємництва — 1 4 0 0 0 3 2 6 5 1
 юридичної особи
с. Келеберда, Канівський район, Черкаська область
 (адреса, телефон платника)

№ пор.	Показник	Код рядка	За звітний квартал	У тому числі		Наростаючим підсумком з початку року
				перший місяць кварталу	другий місяць кварталу	
1	2	3	4	5	6	7
1	Середньооблікова чисельність працюючих, чол.	01	4	4	4	4
2	Виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) без урахування акцизного збору*	02	6000	1500	2000	6000
3	Виручка від реалізації основних фондів**	03				
4	Усього виручка від реалізації (рядок 02 + рядок 03)	04	6000	1500	2000	6000
5	Нараховано єдиний податок за ставкою 6 % (рядок 04 × 6 : 100)	05	360	90	120	360
6	Фактично сплачено єдиний податок за ставкою 6 % (за даними платника)	06	210	90	120	210
7	Підлягає сплаті за ставкою 6 % (за даними платника, рядок 05 – рядок 06)	07	150	—	—	150

* Виручкою від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) вважається сума, фактично отримана суб'єктом підприємницької діяльності на розрахунковий рахунок або (та) в касу за здійснення операцій з продажу продукції (товарів, робіт, послуг).

** У разі здійснення операції з продажу основних фондів виручкою від реалізації вважається різниця між сумою, отриманою від реалізації цих фондів, та їх залишковою вартістю на момент продажу.

Дата подання розрахунку 6 квітня 2001 року

Керівник суб'єкта малого підприємництва Дерева О.В. Дерева О.В.
 (підпис) (прізвище, ініціали) М.П.
 Головний бухгалтер Омельченко О.М. Омельченко О.М.
 (підпис) (прізвище, ініціали)

У підприємницькій діяльності застосовують фіксований, єдиний і фіксований сільськогосподарський податки.

Розміри *фіксованого податку* встановлює відповідна місцева рада залежно від територіального розташування місця торгівлі. Вони не можуть бути меншими ніж 20 грн та більшими ніж 100 грн за календарний місяць для громадян, які здійснюють підприємницьку діяльність самостійно. Для одержання патенту на здійснення підприємницької діяльності на всій території України фіксований податок встановлюється у розмірі 100 грн.

Якщо платник податку здійснює підприємницьку діяльність з використанням найманої праці або за участю у підприємницькій діяльності членів його сім'ї, то розмір фіксованого податку збільшується на 50 % за кожну особу.

Дохід, з якого визначається прибутковий податок у розмірі від 20 до 100 грн становить 173 – 572 грн на місяць. Отже, переходити на сплату фіксованого податку вигідно, якщо фактичний дохід буде вищим від зазначених сум.

Платник фіксованого податку звільняється від ведення обов'язкового обліку доходів і витрат. Він офіційно не звільнений від сплати податку на додану вартість (ПДВ) та акцизного збору. Проте за відсутності документів та обліку підрахувати розмір цих податків неможливо, тому вони можуть сплачуватися лише з доброї волі.

Платник фіксованого податку, особи, які перебувають з ним у трудових відносинах, а також члени його сім'ї, які беруть участь у підприємницькій діяльності, звільняються від сплати нарахувань на фонд оплати праці та інших нарахувань і зборів. Збір до пенсійного фонду перераховують місцеві ради в розмірі 10 % від суми одержаного фіксованого податку.

Єдиний податок регулюється Указом Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 28 червня 1999 р. № 746/99.

Фізичні особи мають право обирати спосіб оподаткування доходів за єдиним податком, одержавши свідоцтво про сплату єдиного податку.

«Порядок видачі Свідоцтва про право сплати єдиного податку суб'єктом малого підприємництва — юридичною особою» затверджено наказом Державної податкової адміністрації України від 18 жовтня 1999 р. № 709/4002. Свідоцтво видається терміном на один рік. Після закінчення терміну дії свідоцтво підлягає поверненню до органу державної податкової служби, який його видав.

Фіксований сільськогосподарський податок — це податок, який не змінюється впродовж визначеного терміну і стягується з одиниці земельної площі. Він визначений Законом України «Про фіксований сільськогосподарський податок» від 17 грудня 1998 р. № 320. Цей податок замінює 12 податків і зборів, перерахованих у Законі.

Платниками фіксованого сільськогосподарського податку є сільськогосподарські підприємства різних організаційно-правових форм, передбачених законами України, селянські та інші господарства, які займаються виробництвом (вирощуванням), переробкою та збутом сільськогосподарської продукції, в яких сума, одержана від реалізації сільськогосподарської продукції власного виробництва та продуктів її переробки за попередній звітний (податковий) рік, перевищує 50 % загальної суми валового доходу підприємства.

У табл. 10.6 наведено порівняння фіксованого, єдиного і фіксованого сільськогосподарського податків.

Таблиця 10.6. Порівняння фіксованого, єдиного і фіксованого сільськогосподарського податків

Параметри порівняння	Податок		
	Фіксований	Єдиний	Фіксований сільськогосподарський
Підстава для застосування	Закон України «Про внесення змін до Декрету КМУ "Про прибутковий податок з громадян"» від 13 лютого 1998 р. № 129/98	Указ Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 28 червня 1999 р. № 746/99	Закон України «Про фіксований сільськогосподарський податок» від 17 грудня 1998 р. № 320
Платник податку	Фізична особа	Фізична та юридична особи	Юридична та фізична особи, які виробляють товарну сільськогосподарську продукцію
Умови застосування			
обсяг виручки за попередні 12 місяців;	Не більше ніж 7000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (119 тис. грн)	Не більше ніж: 500 тис. грн для фізичних осіб; 1 млн грн для юридичних осіб	Виручка від реалізації сільськогосподарської продукції власного виробництва та продуктів її переробки за попередній звітний (податковий) рік перевищує 50 % загальної суми валового доходу
кількість працюючих	Не більше ніж 5 осіб	Не більше ніж 10 осіб для фізичних осіб; 50 осіб для юридичних осіб	Не існує
Основа оподаткування	Сукупний оподатковуваний дохід	Сукупний оподатковуваний дохід для фізичних осіб, обсяг виручки для юридичних осіб	Площа сільськогосподарських угідь
Розмір податку	Від 20 до 100 грн	Від 20 до 200 грн для фізичних осіб, 6 або 10 % обсягу виручки для юридичних осіб	У відсотках до грошової оцінки сільськогосподарських угідь

Параметри порівняння	Податок		
	Фіксований	Єдиний	Фіксований сільськогосподарський
Ведення обліку	Звільнений від ведення обов'язкового обліку доходів і витрат	Веде один з таких варіантів спрощеної форми бухгалтерського обліку: а) просту; б) з використанням (веденням) реєстрів обліку майна малого підприємства Облік здійснюється у Книзі обліку доходів і витрат, затвердженій Державною податковою інспекцією	Веде спрощену форму бухгалтерського обліку суб'єктів малого підприємництва, великі підприємства облік ведуть за діючими формами

Об'єктом оподаткування є площа сільськогосподарських угідь, переданих сільськогосподарському товаровиробнику у власність або наданих йому у користування, в тому числі на умовах оренди.

Ставка фіксованого сільськогосподарського податку з 1 га сільськогосподарських угідь встановлюється у відсотках до їх грошової оцінки, яка проводиться відповідно до методики, затверджені постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 1995 р. № 213, у таких розмірах:

- для ріллі, сіножатей та пасовищ — 0,5;
- для багаторічних насаджень — 0,3.

10.6. Послуги аудиторських фірм, їхня сутність і значення

Завдання аудиторської перевірки стану обліку і достовірності звітності полягає у підвищенні контролю діяльності підприємства. Метою аудиту фінансової звітності є висловлення аудитором висновку про те, чи відповідає фінансова звітність інструкціям щодо її складання.

Аудитор — особа, яка має сертифікат аудитора, здійснює діяльність у складі аудиторської фірми або як аудиторська фірма (приватний аудитор), що має ліцензію на аудиторську діяльність. При проведенні аудиту аудитор керується законами України, Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, Національними нормативами аудиту та іншими нормативно-правовими актами.

Вимоги, які регулюють аудиторську діяльність, поділяються на дві групи: етичні та методологічні. Етичні вимоги такі: незалеж-

ність, об'єктивність, компетентність, конфіденційність і доброзичливість. До методологічних вимог належать: планування аудиту, обґрунтованість аудиторських доказів, доцільність вибору методики і техніки аудиту, дотримання методики оцінювання ризику, аналіз інформації та формування висновків, відповідальність за зроблений висновок, дотримання порядку документального оформлення, взаємодія аудиторів і повне інформування клієнта.

Аудит здійснюється на підставі договору між аудитором і замовником. Результати аудиту оформляються у вигляді аудиторського висновку, який має містити чітке і зрозуміле уявлення аудитора про перевірену фінансову звітність.

Аудитор здійснює перевірку за документами, а також використовує результати перевірок і контролю, що проведені різними суб'єктами.

У підприємницькій діяльності важливим методом контролю є інвентаризація. Це перевірка в натурі наявності та стану матеріальних запасів і вкладень підприємства, розрахунків і зобов'язань, а також звірка фактичної наявності з даними бухгалтерського обліку.

Проведення інвентаризації регулюють такі нормативні акти:

1) Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р.;

2) «Інструкція по інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів і документів та розрахунків» (затверджена Міністерством Фінансів України від 11 серпня 1994 р. № 69);

3) «Порядок визначення розміру збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей» (затверджений Постановою Кабінету Міністрів України від 22 січня 1996 р. № 116);

4) «Положення про інвентаризацію майна державних підприємств, що приватизуються, а також майна державних підприємств та організацій, яке передається в оренду» (затверджене Постановою Кабінету Міністрів України від 2 березня 1993 р. №158).

Основними завданнями інвентаризації є:

► виявлення фактичної наявності матеріальних запасів, нематеріальних активів, коштів, цінних паперів та інших грошових документів, обсягів незавершеного виробництва в натурі;

► підрахунок надлишку або нестачі запасів і коштів зіставленням фактичної наявності з даними бухгалтерського обліку;

► виявлення запасів, які частково втратили свою первісну якість, застарілих фасонів і моделей, а також матеріальних цінностей, що не використовуються;

► перевірка дотримання умов і порядку збереження запасів та грошових цінностей, а також ефективності експлуатації основних засобів;

➤ установлення реальної вартості зарахованих на баланс основних засобів, виробничих запасів, цінних паперів, фінансових вкладень, грошових коштів, дебіторської і кредиторської заборгованостей.

Інвентаризації поділяються на повні і часткові. Інвентаризація, що охоплює всі засоби, кошти і розрахунки підприємства, називається *повною*. *Часткова* інвентаризація охоплює один вид засобів або проводиться в окремої відповідальній особи.

Відповідає за проведення інвентаризації керівник підприємства. Кількість інвентаризацій, дати їх проведення, перелік майна і зобов'язань, що підлягають інвентаризації, підприємством визначається самостійно, крім випадків, коли проведення інвентаризації є обов'язковим.

У випадках, коли проведення інвентаризації є обов'язковим, інвентаризації підлягають також майно і матеріальні цінності, що не належать підприємству та облік яких ведеться на забалансових рахунках.

Якщо постачальник відмовився задовольнити претензію щодо недовантаження товарів або у разі одержання від покупця претензій щодо недовантаження товарів, проводиться вибіркова інвентаризація тих товарів, на які заявлені такі претензії.

На деяких підприємствах інвентаризації проводяться не як разові заходи, а постійно.

При проведенні раптових інвентаризацій усі матеріальні цінності готуються до інвентаризації у присутності інвентаризаційної комісії, в інших випадках — заздалегідь. Вони мають бути згруповані, розсортовані й розкладені за назвами, сортами, розмірами у порядку, зручному для підрахунку.

Для проведення інвентаризаційної роботи на підприємствах розпорядчим документом їх керівника створюються постійно діючі інвентаризаційні комісії у складі керівників структурних підрозділів, головного бухгалтера. Очолює комісію керівник підприємства або його заступник.

Якщо на підприємстві через великий обсяг робіт інвентаризацію не може провести одна комісія, то для безпосереднього здійснення інвентаризації у місцях зберігання та виробництва керівник підприємства створює робочі інвентаризаційні комісії у складі інженера, технолога, механіка, виконавця робіт, товарознавця, економіста, бухгалтера та інших досвідчених працівників, які добре знають об'єкт інвентаризації, ціни та первинний облік. Робочі інвентаризаційні комісії очолює представник керівника підприємства. Забороняється призначати головою робочої інвентаризаційної комісії од-

них і тих самих матеріально відповідальних осіб, одного і того ж працівника два роки підряд.

До початку проведення інвентаризації в присутності комісії матеріально відповідальна особа складає звіт про рух матеріальних цінностей і разом з документами здає в бухгалтерію.

Відповідальні особи дають комісії розписку, в якій зазначають, що всі прибуткові й видаткові документи здані до бухгалтерії і всі матеріальні цінності, довірені їхньому зберіганню, знаходяться в приміщенні складу або в інших місцях.

Наявність цінностей при інвентаризації встановлюється обов'язковим підрахунком, зважуванням, обміром у порядку їх розміщення у певному приміщенні. Інвентаризація має проводитися у присутності матеріально відповідальних осіб. Її результат заносять в інвентаризаційні описи.

Якщо інвентаризаційна комісія залишає об'єкт інвентаризації, матеріально відповідальна особа в присутності комісії зачинає і відчинає приміщення, що інвентаризується, а голова комісії опечатує його контрольним пломбінатором, який видається йому перед початком проведення інвентаризації.

Для оформлення наслідків інвентаризації застосовуються типові форми документів. Вони можуть бути заповнені від руки або засобами обчислювальної техніки. У цих документах помарок і підчисток не допускається. Помилки виправляють, закреслюючи неправильні записи і роблячи зверху правильні. Виправлення підтверджуються підписами членів комісії та матеріально відповідальної особи.

Якщо після інвентаризації матеріально-відповідальні особи виявляють помилки в описах, то вони мають негайно заявити про це комісії, яка після перевірки наведених фактів та їх підтвердження виправляє помилки.

Результати інвентаризації з пропозиціями про врегулювання інвентаризаційних різниць відображуються в протоколі комісії та акті.

Під час інвентаризації приймання і видавання матеріальних цінностей обмежується. На прибуткових документах, які надійшли під час інвентаризації, матеріально відповідальна особа у присутності членів інвентаризаційної комісії за підписом її голови робить позначку «Після інвентаризації». Позначка робиться в аналогічному порядку також на видаткових документах. Цінності, що надійшли під час інвентаризації, заносять в окремий опис.

Якщо інвентаризацію проводять для приватизації, то матеріали інвентаризації (описи, акти, звіральні відомості, протоколи) оформляються не менш як у двох примірниках, один з яких передається державному органу приватизації або орендодавцю, а другий зали-

шається на підприємстві або в організації і є підставою для відображення результатів інвентаризації в бухгалтерському обліку.

Для визначення результатів інвентаризації бухгалтерія підприємства складає зрівняльні відомості щодо цінностей, з яких встановлені відхилення від даних обліку.

Щодо надлишків, нестач і псування цінностей інвентаризаційна комісія повинна мати письмові пояснення відповідних працівників.

При регулюванні інвентаризаційних різниць взаємний залік надлишків і нестач унаслідок пересортування допускається тільки щодо товарно-матеріальних цінностей однакового найменування і в тотожній кількості за умови, що надлишки і нестачі утворилися за один і той самий період, який перевіряється, та у однієї і тієї ж особи, яка перевіряється.

Інвентаризаційні різниці регулюються у такому порядку:

1. Виявлені надлишки оприбутковуються: дебет рахунків 10, 20, 21, 22, 26, 27 і 28 (рахунки для обліку матеріальних цінностей), кредит рахунка 74 «Інші доходи».

2. Нестачі списуються: дебет рахунка 94 «Інші витрати операційної діяльності», кредит рахунків 10, 20, 21, 22, 26, 27, 28.

Кореспонденцію рахунків з відображення результатів інвентаризації показано в табл. 10.7.

Таблиця 10.7. Відображення на рахунках результатів інвентаризації

Операція	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
	Дебет	Кредит	
Оприбутковано виявлені надлишки запасів	20, 21, 22, 26, 27, 28	716, 746	1000
Списано суму уцінки запасів до чистої вартості їх реалізації	946	20, 21, 22, 26, 27, 28	500
Списано запаси, втрачені внаслідок надзвичайних подій (стихійне лихо, крадіжки тощо)	99	20, 21, 22, 26, 27, 28	800
Отримано відходи (дрова, металобрухт, цегла, шкури тощо) від списання запасів, знищених унаслідок надзвичайних подій	209	75	200
Списано нестачу запасів за їх балансовою вартістю (якщо винна особа не встановлена, то виявлену суму нестачі зараховують також у дебет забалансового субрахунка 072)	947	20, 21, 22, 26, 27, 28	1500
Сума, що підлягає відшкодуванню винними особами	375	716	2400

Операція	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
	Дебет	Кредит	
Списано нестачу основних засобів:			
а) на суму зносу	13	10	1800
б) на залишкову вартість	976	10	2000
Сума, що підлягає відшкодуванню	375	716	2400
Відображено суму ПДВ	716	641	400

Якщо встановлено, що нестачі та втрати виникли внаслідок зловживань, то відповідні матеріали впродовж 5 днів після встановлення нестачі і втрат підлягають передачі органам попереднього слідства, а на суму виявлених нестачі і втрат подається цивільний позов.

Оцінювання нестачі матеріальних цінностей проводять згідно з «Порядком визначення розміру збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей», затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 22 січня 1996 р. № 116 з наступними змінами. Відповідно до цього порядку розмір збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей визначається за їх балансовою вартістю (з вирахуванням амортизаційних відрахувань), але не нижче ніж 50 % від балансової вартості на момент установлення такого факту, з урахуванням індексів інфляції, відповідного розміру податку на додану вартість та розміру акцизного збору, за формулою:

$$P_3 = \{ (B_B - A) I_{\text{інф}} + \text{ПДВ} + A_{36} \} 2,$$

де P_3 — розмір збитків; B_B — балансова вартість на момент установлення факту розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей; A — амортизаційні відрахування; $I_{\text{інф}}$ — загальний індекс інфляції; ПДВ — розмір податку на додану вартість; A_{36} — розмір акцизного збору.

Вартість вузлів, деталей, напівфабрикатів та іншої продукції, що виготовляється підприємствами для внутрішньовиробничих потреб, а також вартість продукції, виробництво якої не закінчено, визначається, виходячи із собівартості її виробництва з нарахуванням середньої по підприємству норми прибутку на цю продукцію із застосуванням коефіцієнта 2.

Вартість спиртів етилового питного, етилового ректифікованого, етилового сирцю, а також спирту, що використовується для виготов-

лення вин, шампанського, коньяків оброблених, спирту коньячного, соків спиртових, зброджено-спиртових та спиртових настоек визначається, виходячи з оптової ціни підприємства-виробника з урахуванням акцизного збору та податку на додану вартість. До визначеної таким чином ціни застосовується коефіцієнт 3.

Вартість плодово-ягідних соків, консервованих з використанням сірчаного ангідриду або бензокислого натрію, визначається, виходячи з оптових цін підприємства-виробника і податку на додану вартість із застосуванням коефіцієнта 2.

У разі розкрадання чи загибелі тварин сума збитків визначається за закупівельними цінами, які склалися на момент відшкодування збитків із застосуванням коефіцієнта 1,5.

Продовольчі товари, роздрібні ціни на які дотуються, оцінюються з додаванням до роздрібних цін суми дотацій.

Розмір збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) бланків цінних паперів та документів суворого обліку обчислюється із застосуванням коефіцієнта 5 — до номінальної вартості, зазначеної на бланках цінних паперів та документів суворого обліку, або до вартості документів суворого обліку, встановленої законодавством; 50 — до вартості придбання (виготовлення) бланків цінних паперів та документів суворого обліку, на яких не зазначена номінальна вартість або вартість яких не встановлена законодавством.

Розмір збитків від розкрадання банкнотного або захищеного паперу, персоніфікованої захисної стрічки обчислюється із застосуванням коефіцієнта 1,5 до максимальної суми грошей, які можуть бути виготовлені на цьому банкнотному папері; у п'ятитисячократному розмірі від вартості захищеного паперу та персоніфікованої захисної стрічки.

У разі розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей, що підлягають списанню на видатки у міру відпуску їх у виробництво або експлуатацію та обліковуються лише у кількісному виразі, розмір збитків визначається, виходячи з ринкових цін на аналогічні матеріальні цінності, зменшених пропорційно фактичному зносу, але не нижче ніж на 50 % ринкових цін.

Із стягнутих сум відшкодовують збитки, завдані підприємству, а залишок коштів перераховується до Державного бюджету України.

Дані про діючі ціни і розрахунки розміру шкоди, що підлягає покриттю, подаються судово-слідчим органам підприємствами, установами і організаціями-позивачами.

Протокол інвентаризаційної комісії має бути у 5-денний термін розглянутий і затверджений керівником підприємства або органом, який призначив інвентаризацію.

Результати інвентаризації відображуються в бухгалтерському обліку в тому місяці, в якому закінчена інвентаризація, але не пізніше грудня звітного року. У пояснювальній записці до річного бухгалтерського звіту наводяться відомості про результати проведених у звітному році інвентаризацій за встановленою формою.

11.

Розвиток взаємовідносин підприємницьких структур агробізнесу

- **Організація матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств**
- **Організація підсобних виробництв і промислів**
- **Організація зберігання, перероблення та реалізації продукції сільськогосподарських підприємств**

Серед найважливіших питань розвитку агропромислового виробництва провідне місце належить організації виробничо-економічних зв'язків підприємницьких структур агробізнесу. Зокрема, це питання матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств. Техніко-технологічне переозброєння сільського господарства є основним напрямом виходу агропромислового комплексу з економічної кризи. Адже тут зосереджено майже п'яту частину основних виробничих фондів держави, зайнято 20 % працездатного населення, формується дві третини роздрібного товарообігу.

Кризовий стан агропромислового виробництва, як і інших галузей народного господарства, значною мірою зумовлений істотними недоліками в матеріально-технічному забезпеченні галузей АПК, різким погіршенням платоспроможності сільськогосподарських товаровиробників. Сформований раніше ресурсний потенціал з кожним роком вичерпується, знижуються темпи оновлення сільськогосподарської техніки. Капітальні вкладення в галузі АПК зменшилися майже на 40 %. Значно відстає від сучасних вимог матеріально-технічне оснащення переробних підприємств, що призводить до великих втрат сировини, стримує глибоку її переробку, розширення асортименту продовольчих товарів.

Потребує поліпшення також організація виробничого обслуговування сільськогосподарських підприємств, розвиток економічних взаємовідносин між обслуговуючими підприємствами і товаровиробниками.

Удосконалення організації зберігання, перероблення, формування ринку сільськогосподарської продукції та продуктів харчування розглядається як один з основних шляхів економічного зміцнення сільськогосподарських товаровиробників.

В умовах ринкової економіки оптова купівля-продаж сільськогосподарської продукції відбувається переважно в комерційних центрах, які називаються *біржами*. Основними функціями їх є забезпечення безперервного руху товарів сільськогосподарського виробництва та продукції переробки, їх сертифікація, стабілізація цін тощо.

Вирішення цих проблем є необхідною умовою розвитку агробізнесу в Україні.

11.1. Організація матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств

11.1.1. Система матеріально-технічного забезпечення в Україні та формування ринку засобів виробництва

Необхідною умовою успішної діяльності всіх підприємницьких структур АПК є ефективне функціонування системи їх матеріально-технічного забезпечення.

Система матеріально-технічного забезпечення — це сукупність підприємств-виробників матеріально-технічних ресурсів, торговельно-посередницьких організацій, сервісних підрозділів, формувань з машиновикористання та державних органів, що регулюють відносини у сфері техніко-технологічного забезпечення.

Діяльність цієї системи має спрямовуватися на відтворення і розвиток матеріально-технічної бази, комплексну механізацію і автоматизацію технологічних процесів, відновлення і збереження родючості ґрунту в сільському господарстві на основі вітчизняного машинобудування та виробництва матеріальних ресурсів.

Проект Закону України «Про матеріально-технічне забезпечення агропромислового комплексу» передбачає такі принципи створення і функціонування цієї системи:

- спрямування цінової, фінансово-кредитної і податкової політики держави на відновлення і підтримку платоспроможності підприємств агропромислового комплексу для досягнення розширеного відтворення основних засобів виробництва;

- забезпечення однакових економічних умов у взаємовідносинах споживачів матеріально-технічних ресурсів із структурами їх вироб-

ництва, постачання, технічного обслуговування та надання виробничих послуг;

- рівноправність розвитку всіх форм власності й господарювання;
- вільний вибір структурами системи сфери діяльності;
- вільний вибір товаровиробниками постачальників техніки, обладнання, матеріальних ресурсів і технологій, а також сервісних структур;
- створення умов для розвитку конкуренції в усіх ланках системи;
- обмеження економічними методами монопольних формувань у сфері матеріально-технічного забезпечення;
- дотримання гарантій і відповідальності партнерів агропромислового комплексу за високу якість технічних засобів та наданих послуг, термінів і умов їх поставок, своєчасність взаєморозрахунків;
- створення умов для забезпечення мінімальної кількості посередників у ланцюгу виробник — споживач;
- забезпечення через амортизаційну політику своєчасного відтворення матеріально-технічних засобів.

Виробничими структурами у системі матеріально-технічного забезпечення є заводи сільськогосподарського, продовольчого і торговельного машинобудування, хімічні підприємства, торговельно-посередницькі організації, підприємства з ремонту і технічного обслуговування машин і обладнання, машинно-технологічні формування для надання виробничих послуг, центри з випробування техніки, конструкторські та науково-дослідні установи. У межах свого регіону і сфери діяльності вони вивчають попит, купівельну спроможність споживачів, умови реалізації товарів, терміни поставок і на основі зібраної інформації налагоджують виробництво та реалізацію продукції.

Виробництво та реалізація матеріально-технічних засобів, технічне обслуговування і надання виробничих послуг набувають характеру цілісного технологічного процесу. Управління та координацію цим процесом здійснюють органи, діяльність яких ґрунтується на особливостях функціонування агропромислового комплексу, загальнодержавних і регіональних програмах соціально-економічного розвитку, які визначає Кабінет Міністрів України. На них покладаються такі функції:

- формування і проведення єдиної технічної політики виробництва та постачання матеріальних ресурсів, сервісного забезпечення підприємств; закупівля критичних видів ресурсів;
- координація діяльності державних і приватних структур для поліпшення матеріально-технічного забезпечення;
- державна підтримка пріоритетних напрямів технічного і технологічного переоснащення сільськогосподарського, продовольчого

та торговельного машинобудування і виробництва продукції, придбання ліцензій та освоєння наукомістких технологій;

- реалізація державних і регіональних програм розвитку сільськогосподарського, продовольчого і торговельного машинобудування, технічного сервісу і виробничого обслуговування;

- координація замовлень на виконання та освоєння науково-дослідних, дослідно-конструкторських і проектно-технологічних робіт для підвищення ефективності матеріально-технічного та сервісного забезпечення;

- формування єдиного інформаційного простору та координація маркетингу в системі матеріально-технічного забезпечення;

- проведення протекціоністської політики щодо вітчизняного товаровиробника матеріально-технічних ресурсів.

Регіональні структури координаційного органу входять у систему державних установ управління. Їхні функції і діяльність спрямовуються на підвищення ефективності розвитку підприємств, організацій та інших виробничих структур у системі матеріально-технічного забезпечення.

У сучасних умовах ця система ґрунтується на створенні ринку матеріально-технічних засобів. Основними її складовими є реформовані концерни «Укראгротехсервіс», «Укראгрохім», «Укראгропромбуд», «Укראгроенергопостач», «Укрзооветпостач» та ін. У країні діє багато комерційних фірм оптової торгівлі технікою з пунктами прокату, комерційних магазинів, фірм з матеріально-технічного забезпечення. Великого поширення набувають товарні біржі, дистриб'юторські контори, аукціони, лізинг та інші види матеріально-технічного забезпечення.

Організаційно-господарський механізм матеріально-технічного забезпечення агропромислового комплексу країни сформувався в умовах централізовано-розподільної системи. Такий механізм не відповідає принципам ринкових відносин, недостатньо оперативно реагує на зміни попиту і пропозиції, не повною мірою відображує дієвість економічних важелів, стимулів, спрямованих на збільшення виробництва матеріальних ресурсів, яких не вистачає, недостатньо враховує вимоги споживачів, у ньому не відображено весь рівень матеріальної відповідальності за ефективність та якість забезпечення споживачів продукцією виробничо-технічного призначення.

Відповідно до проекту Закону України «Про матеріально-технічне забезпечення агропромислового комплексу», *матеріально-технічне забезпечення* — це система принципів, форм, методів, важелів і структур, які спрямовані на виробництво і постачання технічних засобів, запасних частин, пально-мастильних матеріалів, інших енергоносіїв, пестицидів, а також на техніко-технологічне обслуговування та надання виробничих послуг.

Матеріально-технічні ресурси — це сукупність матеріально-речових засобів і предметів праці, що постачаються промисловістю, за допомогою яких виробляється продукція або надаються відповідні послуги.

Функціонування агропромислового комплексу потребує забезпечення широким асортиментом матеріально-технічних засобів, які класифікують за такими основними товарними групами: автомобілі та причепа до них; трактори і причепа до них, будівельно-дорожні машини, сільськогосподарські машини і тваринницьке обладнання, електрообладнання та електроматеріали, інструмент, будівельні вироби, лісоматеріали, гумотехнічні вироби, нафтопродукти та інші види палива, господарські товари виробничого призначення, запасні частини, автотракторне електрообладнання тощо.

Важливим народногосподарським завданням у сучасних умовах є постійне формування ринку засобів виробництва для АПК, який є сукупністю фінансово-економічних та організаційно-правових відносин у процесі купівлі-продажу матеріально-технічних засобів.

В основу створення ринку засобів виробництва доцільно покласти поступовий перехід від централізованого забезпечення матеріальними ресурсами і закріплення споживачів за постачальниками до вільної їх купівлі-продажу на комерційних засадах з урахуванням попиту і пропозиції, фінансових можливостей споживачів.

На стадії переходу до ринку слід виходити з того, що до системи матеріально-технічного забезпечення АПК належать дві групи продукції виробничо-технічного призначення: перша — продукція, що вільно реалізується (понад 8 % загального обсягу), друга — продукція, що розподіляється централізовано (близько 20 % загального обсягу).

Надалі у міру стабілізації товарного ринку, збалансування попиту і пропозиції матеріально-технічне забезпечення споживачів АПК відбуватиметься тільки шляхом вільної купівлі-продажу засобів виробництва, а це створить необхідні умови для посилення комерційно-ділових зв'язків у процесі виробництва, обігу та споживання товарів виробничого призначення.

Діюча система матеріально-технічного забезпечення АПК може трансформуватися в ринкову інфраструктуру при дотриманні таких основних принципів:

- економічна рівність постачальницько-посередницьких формувань з постачальниками і споживачами;
- демонополізація сфери обігу, створення умов для конкуренції;
- використання різних форм власності, організаційних структур і видів господарської діяльності постачальницько-посередницьких формувань та надання їм самостійності;

► підвищення економічної зацікавленості працівників постачальницько-посередницьких формувань у збільшенні видів і підвищенні якості наданих послуг.

В умовах ринкової економіки важливим завданням системи матеріально-технічного забезпечення є створення на різних регіональних рівнях служби менеджменту та маркетингу.

На районному рівні залежно від характеру діючих виробничо-економічних відносин і форм власності можуть функціонувати різні види постачальницьких служб, об'єднаних у різні міжгосподарські асоціації. Ними можуть бути державні підприємства з матеріально-технічного забезпечення, міжгосподарські асоціації, орендні підприємства на умовах колективної власності і підприємства з приватною формою власності. Районний рівень є основною ланкою в системі постачання АПК, яка має виконувати функції посередника між виробником і споживачем матеріально-технічних ресурсів.

Районна служба постачання складається з постачальницьких підрозділів, ремонтно-технічних підприємств з обмінними пунктами, станцій технічного обслуговування, створених на основі «Райсільгосптехніки», районного об'єднання «Сільгоспхімія», аптеки «Зооветпостач». Ця служба створює підрозділи з надання виробничих послуг, ремонту складної сільськогосподарської техніки, пункти прокату сільськогосподарської техніки, а також надає інші послуги для всіх підприємницьких структур АПК незалежно від форм власності. Великого поширення набувають приватні фірми з матеріально-технічного постачання АПК.

На обласному рівні функціонують госпрозрахункові постачальницькі виробничі асоціації, до яких належать постачальницькі й комплектуючі підприємства, обласні товарні біржі, ремонтно-технічні та обслуговуючі підприємства, сервісні центри і станції технічного обслуговування, реформовані обласні виробничі об'єднання «Сільгоспхімія», «Зооветпостач» та інші об'єднання і кооперації області. Ці структури займаються переважно оптовим забезпеченням регіону засобами виробництва.

В умовах ринку під *оптовою торгівлею* розуміють оптові закупівлі і продаж продукції на товарних біржах, ярмарках тощо, які проводяться виробниками цієї продукції і різними оптовими посередниками матеріально-технічного забезпечення.

У сучасних умовах для оптової торгівлі великого поширення набули біржі. Вони є невід'ємною частиною інфраструктури ринку засобів виробництва для АПК. Їх організують з метою створення необхідних умов для купівлі-продажу та обліку продукції виробничо-технічного призначення і сільського господарства.

Товарна біржа АПК — це самостійна госпрозрахункова організація добровільних засновників (заводів-виробників, постачальниць-

ких організацій, великих споживачів, інших юридичних осіб), що об'єдналися з метою підвищення надійності матеріально-технічного забезпечення, виявлення резервів виробництва продукції для його потреб, залучення в господарський обіг невикористаних і вторинних ресурсів, встановлення паритету цін на продукцію та їх регулювання з урахуванням вимог ринку (попиту і пропозиції, платоспроможності споживачів тощо).

Агропромисловий комплекс через свою специфіку (залежність виробництва під природно-кліматичних умов, сезонність, територіальне розташування споживачів тощо) більшою мірою, ніж інші галузі, потребує створення надійної резервної системи постачання, до якої мають належати:

- облік і прогнозування змін потреби АПК в основних видах матеріальних ресурсів по країні у цілому та по окремих регіонах упродовж року;

- формування потрібних матеріальних резервів та їх розміщення по території країни;

- оперативний облік і маневрування запасами матеріальних ресурсів для потреб АПК залежно від ситуації, що складається під час виконання основних виробничих процесів у сільському господарстві (сівба, збирання та реалізація урожаю тощо).

У зв'язку з дією нового механізму господарювання, багатокладністю економіки в АПК, розвитком селянських (фермерських) господарств, сільськогосподарських орендних колективів і кооперативів, а також з підвищенням вимог до своєчасності, асортименту задоволення потреб у засобах виробництва особливого значення набувають питання розвитку та зміцнення виробничої інфраструктури ринку засобів виробництва.

Усі елементи цієї інфраструктури мають отримати такий розвиток, який дасть змогу в перспективі механізувати й автоматизувати вантажно-розвантажувальні та транспортні роботи, повністю звільнити споживачів усіх категорій від невластивих їм постачальницьких функцій і взяти на себе всю відповідальність за пошук і доставку потрібних споживачеві матеріальних ресурсів, надання їм комплексу інших сервісних послуг з матеріально-технічного забезпечення.

11.1.2. *Форми матеріально-технічного забезпечення АПК в умовах ринку*

Важливою умовою подальшого розвитку агропромислового виробництва є його техніко-технологічне переозброєння. В цій галузі зосереджено п'яту частину основних виробничих фондів держави, зайнято майже 20 % працездатного населення, формується близько двох третин роздрібного товарообігу.

Кризовий стан галузі значною мірою зумовлений істотними недоліками в матеріально-технічному забезпеченні галузей АПК, різким погіршенням платоспроможності сільськогосподарських товаровиробників. Зниження ресурсного потенціалу негативно впливає на обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, падають темпи оновлення сільськогосподарської техніки. Капітальні вкладення в галузі АПК останніми роками зменшилися більш як на 40 %.

Не враховуються сучасні вимоги матеріально-технічного забезпечення переробних підприємств, що зумовлює великі витрати сировини, стримує проведення глибокої її переробки, розширення асортименту продовольчих товарів.

Низький рівень забезпеченості матеріально-технічними ресурсами та неповне використання природного і виробничого потенціалу в сільському господарстві спричинені також істотними недоліками структури господарського комплексу, соціально-економічними причинами. В Україні продовжує повільно розвиватися машинобудування для потреб аграрної сфери та будівельної індустрії на селі.

Нееквівалентний обмін сільськогосподарської і промислової продукції призвів до значного зростання ступеня зносу основних засобів, зниження темпів науково-технічного прогресу. В багатьох сільськогосподарських підприємствах знос будівель і споруд становить понад 60 %, машин та обладнання — близько 70 %. Вартість основних засобів зростає в основному шляхом їх індексації без додаткового введення нових потужностей. Більше половини парку тракторів, збиральних комбайнів і вантажних автомобілів відпрацювали свій амортизаційний термін. Унаслідок цього витрати на ремонт і технічне обслуговування становлять близько 70 % суми коштів на придбання нової техніки, до 40 % машин простоюють з технічних причин.

Рівень забезпеченості сільськогосподарських підприємств матеріально-технічними засобами здебільшого не перевищує 50 % від нормативної технологічної потреби.

Диспропорції в забезпеченні сільського господарства матеріальними і технічними засобами виникли через те, що не були враховані зміни економічного механізму функціонування аграрного виробництва розвитку багатокладності у сільському господарстві, рівня та напрямів спеціалізації, розмірів і форм виробництва, особливостей розвитку ринкових відносин.

Ураховуючи такий стан матеріально-технічного забезпечення галузей АПК, у країні слід впровадити схему реформування цієї системи. Вона має передбачати збереження цілісної інфраструктури інженерно-технічного і технологічного виробництва (господарський рівень), створення на базі діючих ремонтно-транспортних підприємств (РТП), райагропостачів акціонерних товариств відкритого типу з правом участі в їхній діяльності юридичних і фізичних осіб. За

такими самими критеріями треба створювати акціонерні товариства обласного рівня, до яких можуть входити підприємства обласної і міжрайонної спеціалізації, ремонтні заводи, товаровиробники.

Ринок матеріально-технічних засобів має реформуватися в міру створення організаційно-правових та економічних умов розвитку товарного виробництва. Це забезпечить право товаровиробника самостійно визначати форми організації матеріально-технічного забезпечення, вільного вибору партнерів.

Удосконалення матеріального і технічного забезпечення АПК має ґрунтуватися на реформуванні відносин власності ремонтно-транспортних і постачальницьких підприємств, створенні розгалуженої мережі посередницьких підприємств, що розташовані поблизу своїх споживачів, розвитку прямих зв'язків між виробниками та споживачами матеріальних і технічних засобів. Посередниками на селі мають стати створені на базі РТП, райагropостачів технічні центри та універсальні дилерські контори заводів на основі різних форм власності, які візьмуть на себе функції і відповідальність за постачання не тільки нової техніки, а й запасних частин, матеріалів і обладнання, організацію гарантійного ремонту, технічного обслуговування сільськогосподарської техніки впродовж усього періоду її експлуатації, відновлення та продаж частково зношених машин, забезпечення матеріалами відповідно до потрібного асортименту і термінів використання, надання техніки в оренду і прокат, виконання окремих робіт і послуг.

Відповідно до цього і з урахуванням кризового стану фінансово-кредитної системи особливого значення в системі технічного забезпечення галузей АПК набуває лізинг.

|| **Лізинг** — це довготермінова оренда машин і обладнання за ||
умови збереження права власності на них за орендодавцем.

Фінансовий лізинг передбачає виплату впродовж певного періоду своєї дії сум, які покривають повну вартість амортизації обладнання або більшу її частину, а також прибуток орендодавця. *Операційний лізинг* охоплює термін, менший від амортизаційного періоду об'єкта лізингу. Після закінчення дії угоди з фінансового лізингу його об'єкт може бути переданий у власність орендаря. Після закінчення дії угоди з операційного лізингу предмет договору може бути повернений власникові або знову наданий в оренду.

Виходячи з класичних уявлень про оренду і лізинг, їхніх тлумачень і світової практики, можна назвати такі істотні відмінності оренди від усіх видів лізингу:

а) оренда, як уже зазначалося, — це двостороння угода між орендодавцем і орендарем, а лізинг — щонайменше тристороння, де крім лізингодавця та лізингоодержувача фігурує ще й продавець

лізингового майна. За деяких видів лізингу одна юридична особа може виступати як два суб'єкти. Так, у разі зворотнього лізингу продавець є одночасно і лізингоодержувачем. Лізингову угоду оформляють, як правило, двома договорами: купівлі-продажу між продавцем і лізингодавцем і власне лізингу — між лізингодавцем і лізингоодержувачем. Лізингоодержувач має схвалити умови договору купівлі-продажу, а продавець (постачальник) — знати мету придбання майна;

б) діяльність лізингодавця принципово відрізняється від діяльності орендодавця. Якщо орендодавець здає в оренду своє майно, то лізингодавець передає майно, яке він спеціально придбав, у лізинг, як правило, за прямою вказівкою майбутнього лізингоодержувача. Сутність бізнесу лізингодавця полягає в передаванні майна у користування, тобто діяльність лізингодавця передбачає фінансування лізингоодержувачем тимчасового користування майном наданням йому майнового кредиту;

в) роль лізингоодержувача більш активна, ніж роль орендаря. У разі першого передавання майна в лізинг лізингоодержувач, як правило, сам знаходить виробника (власника) лізингового майна і вибирає конкретний вид цього майна. На відміну від орендаря, лізингоодержувач має такі самі права і обов'язки, як і покупець. Хоча формально покупцем є лізингодавець, майно передається продавцем безпосередньо лізингоодержувачу, який виконує всі процедури, пов'язані з прийманням майна;

г) у разі оренди орендодавець несе відповідальність перед орендарем за виявлені недоліки об'єкта оренди, а у разі лізингу лізингодавець відповідає за такі недоліки лише тоді, коли сам вибирав продавця (постачальника) об'єкта лізингу або втручався у вибір лізингоодержувачем постачальника майна, виду майна, його характеристик тощо.

Дефіцит фінансових ресурсів у сільському господарстві спричинений істотним послабленням його матеріально-технічної бази, руйнуванням економічних основ її оновлення і розвитку. Нестача фінансових ресурсів на рівні сільськогосподарських підприємств означає, що зменшується парк сільськогосподарських машин, скорочується закупівля запасних частин, унаслідок чого не проводяться в потрібних обсягах капітальні й відновлювальні ремонти.

Останніми роками списано сільськогосподарських машин майже вдвічі менше, ніж треба було списати за нормативними термінами їх експлуатації. Це призвело до різкого старіння парку машин, збільшення навантаження на одиницю застарілої техніки, подовження термінів польових робіт, тривалих простоїв машин з технічних причин. За оцінками вчених і фахівців, загальні втрати сільського господарства, пов'язані з нестачею та низьким технічним станом

машин, становлять: за перевитратами пального 10 – 12 %, за недобором урожаю — понад 30 %.

Відсутність в Україні визначеного права власності як об'єкта власності під заставу створює великі перешкоди на шляху до практичного фінансування підприємницької діяльності, значною мірою зумовлює той факт, що останніми роками практично припинилося надання сільськогосподарським товаровиробникам довготермінових банківських кредитів, які відігравали ключову роль в оновленні їх матеріально-технічної бази.

Проведення реформ і подолання соціально-економічної кризи потребують значних витрат фінансових і матеріальних ресурсів. Залучити кошти в необхідних обсягах для підприємницької діяльності в сільському господарстві надто складно. Потреби в значних обсягах коштів і надто малі потужності українських банків не дають їм змоги резервувати кошти для видачі сільськогосподарським товаровиробникам гарантій по кредитах на оновлення та закупівлю машин і обладнання. Існують різні варіанти залучення коштів в економіку сільського господарства. Однією із реальних і ефективних форм подолання проблем відсутності інвестиційних коштів є лізинг.

Ефективний вплив лізингу на оновлення матеріально-технічної бази сільськогосподарських товаровиробників пояснюється тими потенційними можливостями, які закладені в лізинговій формі підприємницької діяльності, а саме:

- кредитуванню у формі машин і обладнання на відміну від грошового кредиту зменшує ризик неповернення коштів, оскільки за лізингодавцем зберігається право власності на передане майно, тобто лізингове майно виступає як застава. У зв'язку з цим за кордоном багато лізингових компаній не вимагає від лізингоодержувача ніяких додаткових гарантій, тому підприємству простіше отримати майно за лізингом, ніж кредит на його придбання;

- лізинг передбачає 100 % кредитування і не потребує негайного початку сплати платежів, що дає змогу без різкого фінансового напруження поновлювати виробничі фонди, придбавати дороге майно;

- умови лізингової угоди більш гнучкі порівняно з кредитом, бо вони дають можливість двом сторонам вибрати вигідну схему виплат;

- лізингове майно не перебуває на балансі лізингоодержувача, що не збільшує його активи і звільняє від сплати податку на це майно;

- лізингові платежі зараховуються на витрати виробництва (собівартість) лізингоодержувача і відповідно знижується оподаткування прибутку.

Досвід країн з розвинутою ринковою економікою засвідчує дедалі зростаючий вплив лізингу на процес відтворення основних фондів і

відкриває широкий доступ користувачам до передової техніки і технологій.

По-перше, лізинг дає змогу отримати додаткові інвестиції від іноземних партнерів у формі машин і обладнання.

По-друге, до лізингових операцій залучаються значні кошти банків, страхових компаній, акціонерних товариств та інших фінансових установ, що перебувають безпосередньо в Україні.

По-третє, привабливість лізингу для сільськогосподарських підприємств пояснюється тими потенційними можливостями, які закладені в лізинговій формі підприємницької діяльності. Так, якщо сільськогосподарські товаровиробники мають гостру потребу в техніці й не мають достатніх коштів для її придбання, то вони можуть отримати техніку шляхом лізингу, причому на вигідніших умовах, ніж за договором купівлі-продажу.

Для порівняння: якщо підприємство закуповує техніку за рахунок власних коштів і довготермінових банківських кредитів, то фінансує це з фонду розвитку, який формується за рахунок прибутку після його оподаткування у встановленому законодавством порядку; крім того, сплачує податок на додану вартість із купівлі-продажу.

Зовсім інший механізм фінансування виробничих інвестицій при укладанні лізингового контракту. Лізингові платежі, що сплачуються лізингоодержувачем, зараховуються на собівартість його продукції чи послуг, а після повної сплати лізингового майна підприємство, як правило, стає його власником. У цьому разі кошти, що витрачаються на лізингові платежі, формуються з прибутку підприємства до його оподаткування.

Лізинг вигідний також державі, оскільки заборгованість підприємств іноземним лізингодавцям не зараховується до загальної фінансової заборгованості країн-імпортерів, на чий території перебувають лізингоодержувачі.

З господарської точки зору, лізинг є засобом реалізації продукції, розвитку виробництва, впровадження науково-технічного прогресу, створення нових робочих місць, тому держава зацікавлена у підтримці й розширенні лізингових операцій.

Отже, лізинг можна розглядати як одну з найпривабливіших і найперспективніших форм інвестування, здатну значно покращити процес оновлення матеріально-технічної бази сільськогосподарських товаровиробників та входження економіки України в структуру світового ринку.

Новою формою вдосконалення матеріального та технічного забезпечення АПК є створення постійно діючих виставок-ярмарків. Основна мета їх діяльності — купівля-продаж матеріально-технічних засобів агропромислового комплексу, сільськогосподарської продукції і товарів її переробки. На них сільськогосподарський товаровиробник може не тільки реалізувати свою продукцію, а й укласти договори на придбання матеріальних і технічних засобів безпосередньо з їх виробниками або з посередницькими структурами. Така постійно діюча виставка-ярмарок створена і успішно діє в с. Чубинському Бориспільського району Київської області. Вирішення питань поліпшення матеріально-технічного забезпечення галузей АПК має стати визначальним у розробленні аграрної політики держави. Зміцнення матеріально-технічної бази сільського господарства, впровадження досягнень науково-технічного прогресу є основними напрямками виходу АПК з економічної кризи.

У проекті Закону «Про матеріально-технічне забезпечення агропромислового комплексу» визначено, що основним напрямом організації ринку матеріально-технічних ресурсів та послуг в агропромисловому комплексі є розвиток прямих зв'язків між їх виробниками та споживачами, скорочення ланцюга посередників. Таке скорочення досягається, коли матеріально-технічні ресурси постачаються за схемами: завод — товаровиробник; завод — дилер — товаровиробник; завод — агротехсервісні структури — товаровиробник; завод — лізингові компанії — товаровиробник. Машинобудівні заводи та інші підприємства-виробники матеріально-технічних ресурсів розвивають фірмове технічне обслуговування на основі створення ринкової інфраструктури: технічних центрів, дилерських та прокатних пунктів, машинно-технологічних формувань, фірмових магазинів. На заводи і створені ними сервісні структури покладаються функції і відповідальність за реалізацію технічних і хімічних засобів, технологічного обладнання, запасних частин та ремонтних матеріалів, організацію ремонту і технічного обслуговування машин упродовж усього періоду експлуатації, відновлення та продаж частково спрацьованої техніки.

Прискорюється процес реформування колективних сільськогосподарських підприємств. Їхні ремонтні майстерні, машинні двори, пункти технічного обслуговування та прокату техніки можуть трансформуватися в самостійні підприємства, які діють на умовах оренди або приватної власності, зберігаючи цілісність інфраструктури інженерно-технічної служби.

Ремонтно-обслуговуючі структури реформованих колективних сільськогосподарських підприємств можуть функціонувати як окремі підрозділи, якщо господарства переходять до кооперативної форми господарювання; розподіляються між окремими галузями або

виділяються в самостійні підрозділи при реформуванні за галузевою ознакою; виділяються в окремі підприємства та організації з наданням повної юридичної та економічної самостійності при створенні фермерських господарств. Поряд з ремонтно-обслуговуючими підрозділами цих підприємств створюються і функціонують на селі приватні та кооперативні структури технічного сервісу для надання послуг селянським і фермерським господарствам і окремим споживачам, пункти прокату техніки, підприємства з діагностування і технічного обслуговування, ремонту окремих складних систем машин. Це розширює ринки збуту матеріально-технічних ресурсів і техніко-технологічних послуг, створює сприятливе конкурентне середовище.

Обласні структури концерну «Украгротехсервіс» можуть перетворюватись на сервісні технічні центри з такими функціями: розміщення замовлень на поставку ресурсів; організація нових виробництв у агротехсервісних підприємствах регіону; відновлення спрацьованих деталей; координація сервісних підприємств у наданні послуг; регулювання економічних взаємовідносин і ціноутворення на період кризових явищ та недостатнього забезпечення деякими видами матеріально-технічних ресурсів і послуг; освоєння нової техніки і досягнень науково-технічного прогресу.

Упорядковується закупівля технічних засобів за кордоном. Насамперед купується тільки та техніка, аналогі якої не виробляються в Україні, переважно на умовах створення спільних підприємств та їх одночасного інвестування. Поєднання цілеспрямованого імпорту зарубіжних технічних засобів з нарощуванням власного виробництва високоякісних машин на рівні кращих світових зразків за передовими технологіями створить сприятливе конкурентне середовище на ринку техніки.

11.1.3. Організація виробничого обслуговування сільськогосподарських підприємств

Аграрна політика держави в сучасних умовах спрямована на повне оснащення агропромислового комплексу засобами механізації, хімізації та енергетичними ресурсами, асортимент, якість і надійність яких відповідають досягненням науково-технічного прогресу, забезпечують своєчасне виконання всіх технологічних процесів виробництва продукції з найменшими витратами праці і коштів. Держава сприяє освоєнню випуску різних типів машин та засобів хімізації, які враховують зональні відмінності, розміри господарств і вимоги сільськогосподарського виробництва. Проводяться роботи, пов'язані з постійним удосконаленням техніко-економічних показників вітчизняних машин і обладнання, що випускаються вітчиз-

няними машинобудівними заводами із застосуванням нових прогресивних і енергозберігаючих технологій. Модернізуються машинобудівна і хімічна галузі, здійснюються програми виробництва комплексів машин і обладнання для сільського господарства, харчової та переробної промисловості, засобів хімізації.

Сільськогосподарське машинобудування, виробництво засобів хімізації, нафтопереробка визначені пріоритетними галузями економіки України.

Особливо гостро стоять питання виробничого обслуговування сільськогосподарських підприємств. Для їх вирішення в Україні створено підприємства системи «Украгротехсервіс», «Украгрохім», «Украгропробуд», «Украгроенергопостач», «Укрзооветпостач» та ін. На них покладено завдання щодо максимального і своєчасного виробничого обслуговування сільськогосподарського виробництва.

Поряд з цими підприємствами в країні успішно працюють комерційні структури «Украгробізнес», «Агроінком» та ін. Вони надають сільськогосподарським підприємствам послуги, пов'язані з виконанням основних виробничих процесів у рослинництві (підготовка ґрунту до сівби, сівба, догляд за посівами, збирання врожаю, заготівля кормів). Такі послуги виконуються переважно технікою та матеріальними засобами цих структур.

Економічні взаємовідносини між підприємницькими структурами з виробничого обслуговування та сільськогосподарськими підприємствами ґрунтуються на основі прямих договорів, у яких зазначаються всі умови щодо виробничого обслуговування та розрахунки за надані послуги.

Економічні відносини з виробничого обслуговування сільського господарства мають ґрунтуватись на принципах взаємовигідного партнерства. Сучасні умови потребують принципово нової системи виробничого обслуговування сільськогосподарських товаровиробників. Це передбачає виникнення нових організаційних форм у сільськогосподарському виробництві та перехід засобів виробництва переважно у приватну власність, що зумовлює більш економічне використання коштів і майна сільськими товаровиробниками і дає їм можливість вибору, враховуючи економічну доцільність, між виконанням робіт власними силами та передаванням їх на сторону.

Зменшення обсягів виробництва засобів механізації для сільського господарства та зростання цін на них через брак коштів у сільськогосподарських підприємств призводять до збільшення термінів експлуатації наявних засобів, а це знижує їх технічну готовність і спричинює порушення агротехнічних термінів виконання сільськогосподарських робіт. Зміна форм власності підприємств з виробничого обслуговування сільського господарства дала їм змогу проводити самостійну економічну політику.

Для вирішення цих питань підприємствам агросервісу потрібно змінювати форми організації обслуговування сільських товаровиробників. Кожне таке підприємство має самостійно визначати перспективу своєї діяльності, формувати плани, пропонувати такі види та форми обслуговування, які необхідні для споживачів. Діяльність таких підприємств має бути орієнтована на потреби ринку та стимулювання надання послуг.

Для визначення напрямів розвитку сфери виробничого обслуговування, а також прийнятних для споживачів економічних відносин важливий розвиток маркетингової діяльності. Вона має визначати потребу сільських товаровиробників у виробничих послугах та механізм забезпечення виявлених потреб. На обслуговуючих підприємствах ці заходи здійснюють маркетингові служби. Вони розробляють плани маркетингу, які можуть бути короткотерміновими (деталізованими на поточний рік) та довготерміновими (стратегічними). Для їх розроблення потрібно мати повну інформацію, яка ґрунтується на маркетингових дослідженнях.

На першому етапі маркетингових досліджень обслуговуюче підприємство має визначити такі види послуг, які користуються попитом. Адже чимало сільських товаровиробників через низьку платоспроможність відмовляється від багатьох видів послуг і проводить їх власними силами. Попит визначають за видами послуг та групами споживачів. Потреби кожної групи визначаються, виходячи з обсягів сільськогосподарського виробництва, забезпечення їх власними матеріально-технічними засобами та кваліфікованою робочою силою, віддаленості від обслуговуючого підприємства.

Визначення попиту на кожний вид можливих послуг погоджується із споживачами. Вони самі визначають загальний обсяг робіт, частина яких виконуватиметься власними силами, а частина передаватиметься обслуговуючому підприємству.

Перед виконанням цих обсягів послуг розраховують економічну ефективність виконання окремих видів робіт за різних варіантів їх організації, тобто виконання робіт власними силами товаровиробників і обслуговуючими підприємствами. Основним економічним показником при цьому є максимум прибутку. Крім цього, використовують і додаткові показники оцінки ефективності, зокрема:

- економія витрат і матеріально-технічних ресурсів сільськогосподарських підприємств при наданні виробничих послуг;
- економія капітальних вкладень, потрібних для проведення робіт власними силами;
- дохід від отримання додаткової сільськогосподарської продукції та підвищення її якості.

Після визначення цих показників ухвалюють рішення про доцільність виконання робіт власними силами чи підприємствами виробничого обслуговування.

Найбільша частка виробничих послуг у сільському господарстві належить агрохімічному обслуговуванню. Основним в організації виробничого обслуговування агрохімічними підприємствами сільськогосподарських товаровиробників є розроблення економічного механізму взаємовідносин між партнерами. Визначення обсягів робіт і послуг з агрохімічного обслуговування та їх розподіл не завжди забезпечують вимоги обох сторін. Інтеграція партнерів має відбуватися у напрямі створення агрохімічних підприємств ринкового типу на основі приватизації, спрямованої на поєднання інтересів обслуговуючих підприємств і сільськогосподарських товаровиробників їх кооперуванням або передачею контрольного пакета акцій агрохімічного підприємства сільськогосподарським товаровиробникам при створенні акціонерного товариства. Потрібно впровадити такий фінансовий механізм управління діяльністю агрохімічного підприємства з надання послуг сільським товаровиробникам та механізм взаєморозрахунків між ними, який задовольняв би всіх контрагентів.

З розвитком ринкових відносин необхідно послаблювати монопольне становище підприємств і організацій агрохімічного сервісу, збільшуючи обсяги виробництва хімічних засобів, розгортаючи власне виробництво агрохімікатів, особливо сучасних засобів захисту рослин, які не виробляються в Україні.

Для вирішення цих проблем важливо на державному рівні підтримувати і матеріально заохочувати вітчизняних виробників засобів хімізації, випускати конкурентоспроможну й економічно нешкідливу хімічну продукцію та реалізовувати її на вітчизняному ринку.

Створення ринку мінеральних добрив і хімічних засобів захисту рослин має передбачати налагодження прямих зв'язків між виробником і споживачем, забезпечувати вільний вибір партнера по комерційних відносинах, наявність конкуренції між виробниками та посередниками, а також скасування існуючої розподільної системи мінеральних добрив в обмін на сільськогосподарську продукцію. Для формування цивілізованого ринку цих матеріальних засобів в Україні слід подолати диспропорції в суспільному господарстві та в окремих його галузях, нормалізувати діяльність податкової та кредитної систем, перейти до нових принципів ціноутворення. Потрібно створити паралельно діючі структури багатоканальної торгівлі: кооперативи, дилерські пункти, акціонерні товариства, спеціалізовані біржі, лізингові компанії тощо.

У перспективі ринок агрохімічного сервісу має розвиватися завдяки удосконаленню відносин між виробником і споживачем, тобто його диверсифікації, що передбачає не лише поставки мінеральних добрив, пестицидів та інших агрохімікатів, а й забезпечення машинами та обладнанням для їх приготування і внесення, пропонуван-

ня виробничих послуг фермерам, їх кредитування, надання їм технічної і наукової допомоги. З розширенням агрохімічного обслуговування слід ураховувати вітчизняний досвід вирощування сільськогосподарських культур, впроваджувати технології, що знижують потребу в мінеральних добривах і засобах захисту рослин з метою одержання екологічно чистої сільськогосподарської продукції.

11.2. Організація підсобних виробництв і промислів

11.2.1. Об'єктивна необхідність і передумови розвитку підсобних виробництв

Розвиток ринкових відносин в економіці України потребує створення нових і розширення існуючих видів підприємницької діяльності. Особливо така тенденція спостерігається в агропромисловому комплексі. Це зумовлено тим, що сільське господарство відрізняється від інших сфер матеріального виробництва і має багато специфічних особливостей. Воно найуспішніше розвивається при раціональному поєднанні основних і підсобних (допоміжних) галузей. При цьому підсобні галузі сприяють розвитку основного виробництва, надають йому певні види послуг, виготовляють матеріальні засоби, переробляють сільськогосподарську продукцію. За таких умов знижується сезонність використання робочої сили, забезпечується рівномірна її зайнятість упродовж року, раціонально використовуються матеріальні, сировинні та енергетичні ресурси, відбувається додаткове надходження грошових коштів.

Крім того, розвинене підсобне виробництво дає змогу сільськогосподарським підприємствам в умовах економічної кризи розвивати основне виробництво, зберігати трудові колективи, тобто воно є чинником економічної стабільності.

Доцільність поєднання сільськогосподарського виробництва з іншими видами діяльності зумовлена дією таких чинників: природних, соціально-економічних, організаційних, технологічних тощо. Їх взаємодія безпосередньо впливає на результати господарювання сільськогосподарського підприємства в цілому.

Різниця між робочим періодом і періодом виробництва у сільському господарстві створює необхідні умови для поєднання землеробства з підсобними промислами. Наприклад, період виробництва озимих зернових культур триває 250 – 300 днів, а робочий період, що охоплює обробіток ґрунту, сівбу, догляд за посівами, збирання врожаю, — близько трьох тижнів. Така сама закономірність виявляється в садівництві, виноградарстві та інших галузях рослинництва, що зумовлює сезонність в сільському господарстві, нерівномірний

розподіл та використання трудових ресурсів упродовж року, створення їх надлишку в міжсезонний період і нестачу в період масових польових робіт. Одним з напрямів більш повного та рівномірного використання трудових ресурсів є організація підсобних виробництв.

Іншим важливим чинником, що зумовлює розвиток підсобних виробництв і належить до природних, є наявність сировинних ресурсів місцевого значення. Природними джерелами сировини є ліси, надра, родовища корисних копалин, мінеральні джерела. Зокрема, використовуються дари лісів (плоди, ягоди, березовий сік, лікарські рослини), поклади граніту, бутового каменю, черепашнику.

Здебільшого для створення потужних промислових підприємств з перероблення цієї сировини її запаси малі або діючі підприємства не спроможні охопити всю мережу сировинних джерел. Тому доцільно організувати невеликі виробництва місцевого значення на основі одного або кількох сільськогосподарських підприємств.

Раціональне використання природної сировини для виготовлення будівельних матеріалів (гравію, цегли, вапна тощо) частково дає змогу забезпечити потребу в них господарств та населення, збільшити прибутки. У цьому разі природні чинники взаємодіють з виробничими та соціально-економічними.

Додатковим джерелом грошових надходжень є перероблення в господарстві виробленої сільськогосподарської продукції. Це, зокрема, виробництво плодоовочевих консервів, сухофруктів, борошна, олії, круп, м'ясних та молочних виробів.

Необхідність перероблення цієї продукції спричинена також технологічним чинником — максимальним збереженням вихідних властивостей виробленої продукції, що досягається дотриманням оптимальних термінів її збирання, закладанням на зберігання або переробку, тобто запобіганням якісним втратам. Наприклад, при перевезенні томатів на відстань до 50 км частка першосортної продукції знижується до 10 %, на відстань до 100 км — до 15 %. До того ж у господарствах можна переробляти нестандартну плодоовочеву сировину, яка становить до 20 % валового збору. Ця сировина (перезрілі помідори, дрібні яблука, пошкоджені кісточкові плоди та ягоди), зберігаючи свої технологічні властивості, не може бути реалізована у свіжому вигляді, а продукція її переробки (соки, джеми, повидло) має високі смакові якості та поживність. Підраховано, що в умовах ринку за існуючих цін на сировину і готову продукцію реалізація 1 ц некондиційних томатів у вигляді соку забезпечує вдвічі більші грошові надходження порівняно з тими, які були б у разі продажу такої продукції у свіжому вигляді. За рахунок цього в господарствах, які мають плодоовочепереробні цехи, урожайність плодів і овочів на 20 % вища, ніж у тих, де таких цехів немає. Відходи

переробки плодоовочевої продукції і картоплі залишаються в господарстві і використовуються на корм худобі.

Підсобні промислові виробництва виконують важливу соціально-економічну функцію не тільки щодо сільського господарства та сільського населення. Виробляючи продукти харчування, продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання нехарчової групи, художні вироби, будівельні матеріали, вони забезпечують потреби внутрішнього ринку, створюючи конкуренцію імпортним товарам за рахунок нижчих цін.

Наявність плодоовочепереробних заводів (цехів) у сільськогосподарських підприємствах дає можливість раціонально використовувати надлишки овочів і плодів, вирощених на присадибних та садово-городніх ділянках, площі яких останніми роками збільшилися в десятки разів. Закуповуючи їх за договірними цінами, переробні виробництва створюють свої сировинні запаси і, що найважливіше, звільняють господарства від турбот, пов'язаних зі збутом. Особливо актуальним це є для мешканців населених пунктів, віддалених від міст і промислових центрів.

Збільшенню грошових надходжень сприяє робота сільських млинів, олійниць, крупорушок.

Останніми роками грошові надходження сільськогосподарських підприємств України від функціонування підсобних підприємств і промислів становлять до 10 % їх загальної суми, а в деяких регіонах (Прикарпаття, Закарпаття) вони досягають 50 % і більше. Для таких підприємств наведені види діяльності лише умовно належать до категорії підсобних (допоміжних), оскільки забезпечують роботою більшу частину сільського працездатного населення. Вони є основою функціонування сільськогосподарських галузей, насамперед вівчарства, ведення якого, незважаючи на низьку прибутковість, необхідне і найбільш можливе. В цій зоні промислове виробництво — єдине джерело соціального розвитку села, основна життєзабезпечувальна галузь.

Підсобні виробництва і промисли організовують на базі агрофірм, агрокомбінатів, агроторговельних підприємств, агропромислових об'єднань, колективних сільськогосподарських підприємств фермерських господарств та їх об'єднань. Функціонують вони в цих формуваннях на правах їхніх виробничих підрозділів. Основним завданням діяльності їх є раціональне використання продукції, збільшення обсягів виробництва продуктів харчування та виробів виробничо-технічного призначення, повнішої зайнятості та закріплення робочої сили, зміцнення економіки господарств у цілому, прискорення соціального розвитку села. Кінцева мета їх діяльності, як і будь-якого іншого підприємництва в умовах ринку, — це отримання максимального прибутку. В разі потреби підсобні виробництва мож-

на створювати на міжгосподарській основі як безпосередньо в одному з господарств-учасників, так і на самостійному балансі.

Організуються і ліквідуються підсобні виробництва в колективних сільськогосподарських підприємствах за рішенням загальних зборів (зборів уповноважених), на міжгосподарських підприємствах (в організаціях) — за рішенням зборів уповноважених представників господарств-учасників. Як правило, вони створюються на території господарств, в окремих випадках (заготівля деревини, видобуток нерудних матеріалів тощо) — за їхніми межами.

Засновники підсобних підприємств мають створювати всі необхідні умови для їх ефективності діяльності. Це, зокрема:

- забезпечення нормативно-технічною документацією;
- закріплення за ними потрібного обладнання, транспортних засобів, будівель та іншого майна, а у разі потреби — земельних ділянок;
- розроблення і здійснення заходів щодо впровадження прогресивних технологій, удосконалення умов виробництва, підвищення якості та розширення асортименту продукції, що виробляється;
- матеріально-технічне постачання;
- контроль за обліком сировини та готової продукції;
- проведення маркетингових досліджень та розширення ринків збуту.

Матеріально-технічне забезпечення підсобних підприємств здійснюється засновниками у такий спосіб:

- проведення розрахунків і обґрунтування потреби в машинах, транспортних засобах, обладнанні, матеріалах, паливі тощо;
- придбання на договірних засадах у торговельних організаціях окремих товарів ринкового фонду, що використовуються як сировина та допоміжні матеріали для виробництва товарів народного споживання;
- закупівля в інших господарствах та населення залишків сільськогосподарської продукції, а також дикорослих плодів, ягід, грибів для їх переробки;
- приймання від інших підприємств та організацій, а також від населення сільськогосподарської та іншої сировини для переробки її на давальницьких умовах.

Продукція підсобних підприємств реалізовується згідно з договорами, укладеними з організаціями споживчої кооперації, державної та приватної торгівлі, промисловими підприємствами та іншими господарськими формуваннями на колгоспних ринках, а також через систему власної торгівлі. Останнє особливо стосується агрофірм, агрокомбінатів та агроторговельних підприємств.

Ціни на продукцію підсобних виробництв і промислів, як правило, є договірними з урахуванням вимог чинного законодавства.

Підсобні підприємства забезпечуються трудовими ресурсами переважно за рахунок працівників господарств, де вони створені, особливо тих, які вивільняються із сільськогосподарського виробництва в міжсезонний період. Деякі спеціалісти, в основному технологи, можуть залучатися зі сторони. Широко використовується праця громадян, які постійно проживають на території господарства, враховуючи пенсіонерів, осіб з обмеженою працездатністю. Застосовується практика організації праці вдома, використовується можливість працювати в підсобному господарстві неповний робочий день або тиждень. Працівникам, які виконують роботу вдома, видається сировина, матеріали, обладнання згідно з договором, укладеним із засновником підсобного підприємства.

Загальні управлінські функції підсобних підприємств виконують керівники підприємств-засновників. Безпосереднє керівництво підсобним господарством здійснюють начальники цехів, майстерень, дільниць тощо. Вони відповідають за раціональну організацію виробництва, ефективного використання фондів і матеріальних ресурсів, виконання завдань з виробництва і реалізації продукції, її якості, дотримання встановлених правил санітарного, протипожежного, екологічного стану виробництва.

Економічний контроль виробничо-господарської діяльності здійснює переважно бухгалтерія господарства, а у великих підсобних господарствах можуть призначатись окремі бухгалтерські працівники, які підпорядковані центральній бухгалтерії.

Підсобні підприємства функціонують на основі затвердженого Положення про їх діяльність, яке розробляється з урахуванням конкретних умов.

Створення підсобних підприємств і промислів у сільському господарстві є економічно закономірним етапом агропромислової інтеграції. Він зумовлений постійно зростаючими потребами людей у нових видах праці, об'єктивною необхідністю розвитку продуктивних сил, удосконалення виробничих відносин.

Народного господарського значення підприємств і промислів полягає в тому, що вони дають змогу ефективніше використовувати сільськогосподарську техніку за рахунок організації ремонту її на місцях, забезпечують будівництво на селі місцевими будівельними матеріалами, створюють вироби господарського і естетичного призначення (сувеніри, художні вироби, товари культури), збільшують грошові надходження.

11.2.2. Класифікація підсобних підприємств і подальший розвиток їх

Діяльність підсобних підприємств спрямована на збільшення доходів і прибутків сільськогосподарських підприємств завдяки ефективнішому використанню трудових ресурсів, сільськогосподарської продукції, природних ресурсів тощо. Це питання особливо актуальне в умовах економічної кризи народного господарства.

Підсобне підприємство має функціонувати як повноправний структурний госпрозрахунковий підрозділ. По суті, підсобні виробництва на сучасному етапі агропромислової інтеграції є одним із видів агропромислових формувань, які мають компенсувати недостатню роботу галузей, що обслуговують сільське господарство. Саме цим в основному і спричинена поява різних агрофірм, агрокомбінатів, міжгосподарських підприємств, кооперативів (рис. 11.1).

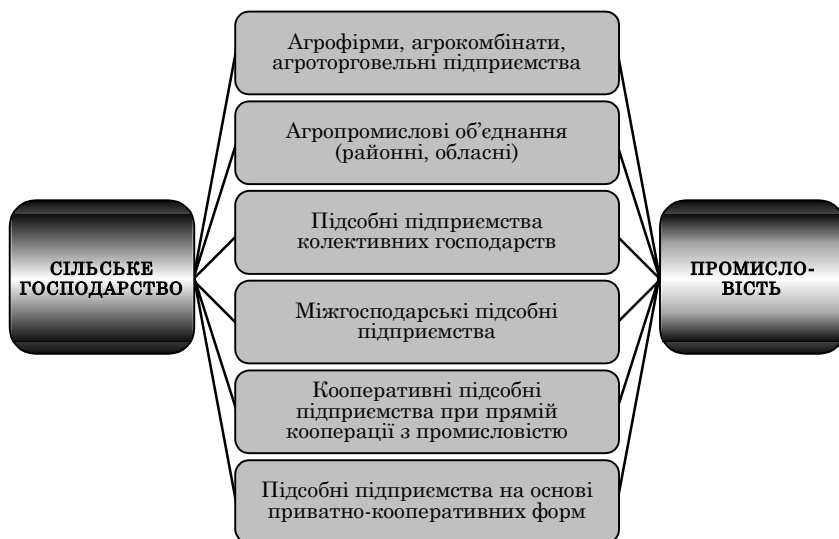


Рис. 11.1. Види агропромислових формувань

Усі види підсобних підприємств і промислів класифікуються за спеціалізацією, принципом організації діяльності, характером використання праці, розмірами тощо. Найбільш істотною є класифікація за спеціалізацією, тобто підсобні підприємства, що:

- 1) обслуговують основне виробництво;
- 2) переробляють сільськогосподарську продукцію;
- 3) випускають промислову продукцію.

Найширше підсобну діяльність в Україні характеризують підприємства *першої групи*. До них належать кузні, ремонтні майстерні сільськогосподарської техніки, цехи для виробництва трав'яного борошна, приготування кормових сумішей, комбикормові заводи тощо. Основна мета діяльності цих підприємств — забезпечення безперебійної роботи основного сільськогосподарського виробництва.

До підприємств *другої групи* належать млини, крупорушки, олійниці, консервні та плодоовочеві цехи і заводи, цехи з перероблення молока і м'яса та ін. Перероблення сільськогосподарської продукції широко розвинене в усіх економічних районах України, але найбільше в південних областях, де особливо розвинене перероблення овочів і фруктів.

Підприємствами *третьої групи* є швейні, цегляні виробництва, видобування та перероблення нерудних будівельних матеріалів, виробництво півки, лісозаготівля, лісопильні, столярні майстерні, художні промисли, випуск металовиробів, товарів культпобуту, різних комплектуючих виробів і деталей для промислових підприємств. Підприємства цієї групи найпоширеніші в Західному регіоні України.

Функціонування підсобних підприємств і промислів останніми роками показало, що економічно доцільним є поєднання розвитку підприємств у всіх трьох групах. Це підтверджує приклад агрофірми «Зоря» Рівненської області. Загальна земельна площа агрофірми 5090 га, з них 4294 га сільськогосподарських угідь, у тому числі 3248 га ріллі. Великі обсяги виробництва сільськогосподарської продукції створили умови для розвитку та успішної роботи підсобних підприємств і промислів. У господарстві функціонує ремонтна майстерня, цех для приготування кормосумішей і комбикорму, плодоконсервний завод потужністю 10 млн умовних банок, крупорушка, цех для калібрування насіння кукурудзи, фруктосховище на 3000 т, цехи для перероблення молока, м'яса, завод з виробництва скляної тари потужністю 70 млн умовних банок, розливу мінеральної води. Крім того, в господарстві створено невеликі цехи для виробництва асфальту і залізобетону, будівельних матеріалів, лісозавод з виробництва лісоматеріалів і тари. У цій сфері зайнято близько 15 % працездатного населення, а грошові надходження становлять до 30 % загального прибутку фірми. Саме тому в агропромисловому комплексі України потрібно продовжувати створення нових підсобних підприємств та ефективніше використовувати існуючі.

Розвиток підсобних підприємств і промислів продиктований умовами, характерними для сучасного етапу функціонування сільськогосподарського виробництва, які спричинені:

► об'єктивною необхідністю зміни характеру сільськогосподарської праці, перетворення її на різновид індустріальної, вирішення проблем власності;

- вимогами раціональнішого використання сільських трудових ресурсів, особливо їхніх резервів у міжсезонні періоди;
- доцільністю виробництва деяких товарів культпобуту, виготовляти які великим промисловим підприємствам невігідно;
- бажанням поліпшити соціально-демографічну ситуацію на селі;
- пошуком шляхів зменшення нераціональних перевезень продукції за рахунок організації її перероблення на місцях, зменшення втрат сільськогосподарської продукції, особливо тієї, що швидко псується, скорочення транспортних витрат;
- різким підвищенням культурно-побутових умов життя сільських працівників, розвитком інфраструктури села, закріпленням молоді на селі.

В умовах переходу підприємств до ринкової економіки головним є ефективне використання всіх наявних ресурсів: трудових, грошово-матеріальних, сировинних. За таких умов підприємства отримали можливість вільно їх використовувати.

В умовах зміни всього господарського механізму, виникнення приватної власності на землю об'єктивним стає розвиток нових форм підсобного виробництва на основі кооперації, оренди, акціонерних товариств, створення приватних фірм і підприємств. Необхідним стає розвиток нової форми підсобної діяльності — прямої кооперації сільськогосподарських підприємств з промисловими.

Підсобні підприємства сільськогосподарських виробників, що існують на сучасному етапі, в перспективі трансформуватимуться в нові організаційні традиційні та нетрадиційні форми. З розвитком агрофірм і агрокомбінатів у подальшому підсобні підприємства як складова системи «виробництво — переробка — реалізація» набудуть більшого значення і самостійності. Вони трансформуватимуться у великі агроіндустріальні комплекси з перероблення сільськогосподарської продукції (рис. 11.2), філії промислових підприємств, кооперативи з надання населенню побутових та інших послуг. Такі кооперативи створюватимуться переважно на основі приватної власності.

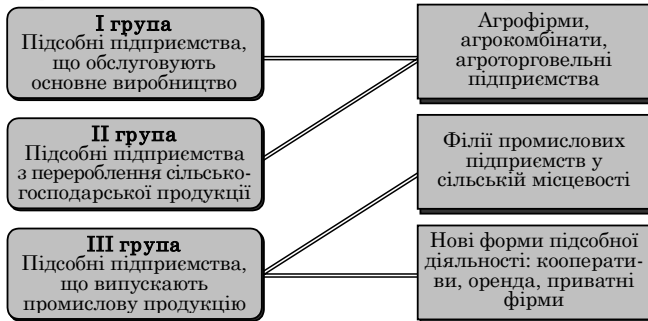


Рис. 11.2. Трансформація видів підсобної діяльності

Якісно новим витком у розвитку підсобних підприємств в умовах формування ринкового механізму є розширення сфери нетрадиційної підсобної діяльності — надання послуг у сільській місцевості на основі приватного підприємництва.

У перспективі в сільській місцевості створюватимуться філії промислових підприємств. Таким чином міста частково звільняються від міграції сільського населення.

З розвитком агрофірм і агрокомбінатів підсобні підприємства стануть невід'ємною частиною сільськогосподарського виробництва.

11.3. Організація зберігання, перероблення та реалізації продукції сільськогосподарських підприємств

11.3.1. Зберігання та перероблення сільськогосподарської продукції в сучасних умовах

Важливим елементом агропромислового комплексу України є галузі, які забезпечують зберігання та перероблення сільськогосподарської продукції. Від ступеня їх розвитку, технічного оснащення, досконалості економічних зв'язків з сільськогосподарським виробництвом, розміщення споживачів значною мірою залежить раціональне використання продукції рослинництва і тваринництва, рівень забезпеченості потреб населення у продуктах харчування.

Вирішення продовольчої проблеми поряд з нарощуванням виробництва сільськогосподарської продукції залежить від збільшення виходу кінцевої продукції за рахунок впровадження прогресивних технологій зберігання та розвитку переробних галузей. Причому впровадження прогресивних технологій має бути пріоритетним напрямом у сучасній інвестиційній політиці агропромислового комплексу.

Сільськогосподарська продукція зберігається безпосередньо у товаровиробників, а також централізовано на великих пунктах її зберігання (елеватори, овочесховища, холодильні камери тощо). Такі пункти можуть бути державними, акціонерними, міжгосподарськими і приватними.

Основна кількість виробленої продукції з метою скорочення витрат зберігається безпосередньо на підприємствах, де вона вироблена. Так, зерно і зернова продукція зберігаються в основному в спеціально обладнаних зерносховищах з урахуванням його цільового призначення — продовольче, фуражне, насіння. Найкраще зберіга-

ється зерно за температури + 10 °С і нижче. Картоплю і овочі зберігають в овочесховищах у спеціальній тарі або насипом за температури близько 0 °С. Такою тарою можуть бути контейнери, ящики, кошики тощо.

Поряд з цим в умовах розвитку ринкової інфраструктури особливого значення набуває також розвиток так званої малої промисловості безпосередньо у місцях виробництва сировини — в сільськогосподарських підприємствах.

Існує кілька важливих чинників, що зумовлюють доцільність поєднання переробки сільськогосподарської продукції на місцях з функціонуванням великої переробної промисловості. В сучасних умовах особливо значення набуває необхідність збільшення виробництва продуктів харчування за рахунок повнішого використання сільськогосподарської сировини, усунення її втрат; забезпечення населення відповідних регіонів продуктами переробки сільськогосподарської сировини, яка в них виробляється; досягнення соціально однакових умов щодо постачання сільського та міського населення продуктами переробки; зміцнення економічного стану господарств.

Принципи розміщення переробних підприємств, які в багатьох випадках враховували переваги концентрації виробництва, призвели до певної їх гігантманії. При розміщенні великих переробних підприємств не завжди враховувались потенціал сировинної зони і потреба в реалізації продукції для реалізації у свіжому вигляді. Особливо це характерно для плодоовочеконсервного виробництва, концентрація якого в промислових центрах негативно позначилась не лише на діяльності переробних галузей, а й на забезпеченні населення свіжими овочами і плодами. Висока концентрація м'ясопереробної галузі у містах призводить до негативних явищ. Унаслідок цього виробники несуть великі транспортні витрати і втрати живої маси тварин при перевезенні, перетримуванні їх у господарствах і на майданчиках м'ясокомбінатів. За таких умов частина виробленої в сільському господарстві продукції на стадії заготівлі та перероблення втрачається, а населення недоотримує продукти харчування.

При розміщенні переробних підприємств у великих містах і промислових центрах не завжди враховується забезпечення виробленою ними продукцією сільського населення.

В умовах переходу різних регіонів України до ринку особливо важливим є самозабезпечення населення продуктами, які воно виробляє. Розвиток переробних галузей безпосередньо в господарствах, де виробляється сільськогосподарська продукція, при економічно обґрунтованому їх розміщенні покликаний певною мірою сприяти вирішенню продовольчого питання та досягненню соціальної рівності сільських і міських трудівників у забезпеченні їх продоволь-

чими товарами. Перероблення частини або всієї сільськогосподарської продукції на місці її виробництва має і суто економічну доцільність: істотно зменшуються втрати виробленої продукції, на яку здійснено матеріально-грошові витрати, що є неминучим при доставлянні її переробним підприємствам на великі відстані, особливо продукції, що швидко псується. Крім того, чимало коштів витрачається на транспортування, в той час як реалізація всіх видів готової продукції забезпечує господарствам вищі прибутки порівняно з реалізацією самої сировини.

Виробництво сільськогосподарської сировини поєднується з її переробкою у різних формах. У господарствах України нині функціонують переробні виробництва, що виробляють продукцію харчової групи, які можна поділити за шістьма класифікаційними ознаками¹:

1. *За характером сировини, що споживається*, виробництва поділяються на переробні і добувні. Переробними є виробництва з перероблення сировини рослинного і тваринного походження (плодоовочеконсервне, олійне, борошномельне, круп'яне, картоплепродуктове, виноробне, м'ясо- та молокопереробне тощо), добувними — виробництво мінеральних вод і рибне господарство.

2. *За характером призначення готової продукції* виробництва належать до групи «А» — ті, які частину своєї продукції направляють іншим галузям як сировину (олійне, крохмальне, борошномельне тощо), і групи «Б» — ті, що направляють продукцію (у тому числі і групи «А») для безпосереднього споживання населенням (переробка м'яса, молока, овочів, плодів, винограду, картоплі, олійних, зернових, круп'яних культур тощо).

3. *За періодом роботи упродовж року* функціонують виробництва сезонної дії — ті, які переробляють сировину, що надходить сезонно (овочі, плоди, виноград, картопля), і цілорічної дії (борошномельно-круп'яні, олійні, вторинне виноробство, хлібопекарне та ін.).

4. *За терміном роботи упродовж доби* — виробництва безперервної дії (олійне, хлібопекарне), решта — інші галузі, які не потребують безперервності технологічного процесу.

5. *За способом одержання готової продукції* виробництва поділяють на такі чотири групи: що вилучають цінні речовини з вихідної сировини (олійне, виноробне, борошномельне, крохмальне тощо); що видаляють вологу із сировини і підвищують концентрацію харчових речовин у продукті (сушіння овочів і плодів, виготовлення томато- і картоплепродуктів тощо); що виробляють готову продукцію з різних компонентів (хлібопекарне, пивобезалкогольне та ін.); що виробляють продукцію з напівфабрикатів первинного виробництва (вторинне виноробство).

¹ Промислові виробництва на селі / За ред І. Ф. Богдана. — К. : Урожай, 1992.

6. *За рівнем механізації і автоматизації виробничих процесів* виділяють чотири групи виробництв: механізовані, де механізовані процеси основного виробництва; комплексно-механізовані, де повністю механізовані процеси основного і допоміжних виробництв; автоматизовані, де процеси основного виробництва автоматизовані, допоміжного — механізовані; комплексно-автоматизовані, де процеси основного і допоміжного виробництв автоматизовані.

Перелічені ознаки зумовлюють специфіку організації переробних виробництв, характер організації праці на них. Наприклад, вони характеризуються високою матеріаломісткістю. У структурі собівартості продукції, що вони виготовляють, витрати на сировину становлять понад 80 %. Тому впровадження досконалої технології, зниження втрат і зменшення відходів, підвищення якості продукції є резервами нарощування обсягів виробництва та здешевлення продуктів.

При переході до ринку господарський комплекс України має зазнати глибоких змін, пов'язаних з переорієнтацією економіки на галузі, які необхідні для повного задоволення потреб населення, розширення експорту та раціонального використання сировинної бази. Тому пріоритетним у структурі сільської промисловості має бути виробництво продуктів харчування.

Світовий досвід засвідчує, що виробник одержує найбільший ефект тоді, коли реалізує не сировину, а продукти її переробки, кінцеві продукти споживання. Тому високорозвинені країни ніколи не експортують сировину. Їхні галузі промисловості забезпечують комплексне перероблення сировини і реалізацію кінцевого продукту споживання. Це стосується не лише великих компаній і фірм, а й індивідуальних виробників. У таких країнах навіть фермери намагаються реалізувати сільськогосподарську продукцію тільки після її первинного перероблення і навіть доводити її до стадії кінцевого споживання. Для цього вони створюють на кооперативних засадах сферу первинного перероблення та зберігання сільськогосподарської продукції. Ними організуються кооперативи з перероблення молока, виробництва сиро-молочної продукції, кооперативні м'ясопереробні підприємства. Великі фермерські господарства мають власні невеликі сучасні цехи з первинного перероблення сільськогосподарської продукції.

Цей напрям спостерігається і в наших сільськогосподарських підприємствах. Реалізація ними кінцевого продукту (вироби із м'яса, олія, масло, сири, консерви тощо) дасть змогу впливати на реалізаційну ціну продуктів харчування, еквівалентний обмін між містом і селом.

11.3.2. Ринок сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки

Створення ринку сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки є важливою складовою аграрної політики в Україні на сучасному етапі.

Економічна сутність ринку виражається насамперед як категорія обміну, який організований за законами товарного виробництва і обігу, сукупність відносин товарного і грошового обміну. Його організація дає змогу реалізувати господарські зв'язки, а в кінцевому підсумку і весь процес виробництва. Без нього неможливо досягти основної мети будь-якої підприємницької діяльності — отримання прибутку.

Ринкові відносини розвиваються на основі ринкового механізму, головними функціями якого є:

- ▶ регулювання системи «попит — пропозиція» та організація виробництва, що відповідає суспільним потребам;
- ▶ розвиток підприємницької діяльності та підвищення економічної зацікавленості товаровиробників;
- ▶ організація ділових контактів між виробниками і споживачами, їхні стабільні взаємовигідні зв'язки;
- ▶ накопичення достовірної економічної інформації для ухвалення необхідних рішень.

Ринок України є системою грошових відносин, яка діє на основі вільного ціноутворення, економічної самостійності, рівноправності та конкуренції товаровиробників.

Ринок сільськогосподарської продукції складається із сукупності відносин «продавець — покупець», за допомогою яких реалізується сільськогосподарська продукція. Його структура визначається співвідношенням різних форм реалізації цієї продукції.

Оскільки значна частина сільськогосподарської продукції використовується безпосередньо для харчування або переробляється і споживається населенням як продовольство, її ринок доцільно розглядати в контексті формування продовольчого ринку. Ринок продовольства належить до найскладніших ринкових систем, що охоплює майже всі галузей суспільного господарства. Цей ринок на відміну від інших ринкових систем має свої особливості, а саме: постійне функціонування; сезонність виробництва і споживання багатьох продуктів харчування.

За економічною сутністю продовольчий ринок є саморегульованою системою відтворення. Структурні елементи економічних відносин формуються на основі прямих і зворотних ринкових зв'язків, перебувають під впливом платоспроможного попиту і пропозиції.

Розширення дії ринку супроводжується перебудовою системи ціноутворення та обігу товарів і формування ринкових структур.

Ринок сільськогосподарської продукції (зерна, овочів, картоплі, олійних та інших культур, молока, м'яса) і продуктів її переробки формують суб'єкти ринкових відносин, якими виступають приватні та державні підприємства, підприємства системи заготівлі, зберігання, перероблення і реалізації продукції. Залежно від особливостей суб'єкти ринку, що вступають у товарообмін, формують різні ринкові структури (оптовий, роздрібний ринки), забезпечують державну і кооперативну торгівлю або входять у більш складну систему товарообігу основних видів продукції.

Найважливіша особливість формування ринкових відносин в аграрній сфері економіки виявляється в тому, що сільське господарство більше, ніж будь-яка інша галузь залежить від кон'юнктури ринку, а продовольчий ринок найвразливіший з соціальної точки зору, оскільки його розвиток безпосередньо пов'язаний з рівнем життя населення, його платоспроможністю.

Успішному функціонуванню ринку сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки в Україні сприяє проведення таких макроекономічних заходів:

- стимулювання безпосередніх виробників продукції АПК з метою нарощування виробництва і товарообігу;

- економічне регулювання раціональної структури ринку і ринкових відносин розробленням перспективних цільових продовольчих програм, інвестиційної політики, фінансово-економічних заходів;

- введення системи контролю за цінами і забезпечення відповідного співвідношення попиту та пропозицій на ринку, захисту прав споживачів;

- запровадження відповідної фінансово-кредитної і податкової політики;

- регулювання експортних потоків сировини і продукції переробки, зменшення залежності від імпорتنих поставок.

Формування ринку продовольчої продукції, особливо в умовах спаду виробництва, — важлива функція держави, яка має забезпечувати створення державного фонду і запасів сировини та продуктів її переробки; централізовані державні закупівлі потрібної кількості сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки.

З переходом до ринкових відносин виникає потреба у принципово нових, прямих зв'язках сільськогосподарських підприємств із закупівельними організаціями, в основу яких покладено економічну зацікавленість і відповідальність за виконання договірних зобов'язань. Саме тому і відмінене держзамовлення. Нині загальнодержавні потреби в продуктах харчування забезпечуються через закупівлю на товарних біржах, аукціонах.

Товарні біржі, аукціони, виставки-ярмарки, система споживчої кооперації, сільськогосподарські ринки є основними складовими

ринкової інфраструктури сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки.

Відповідно до Закону України «Про товарну біржу» *товарна біржа* є організацією, яка створюється на принципах добровільності й об'єднує зацікавлені юридичні та фізичні особи, які здійснюють виробничу та комерційну діяльність з метою надання послуг в укладанні біржових угод, визначенні товарних цін, попиту і пропозиції на товари, створення умов для забезпечення товарообігу та пов'язаних з ним торговельних операцій.

Товарна біржа — це комерційне підприємство, яке функціонує постійно. На ній укладаються угоди купівлі-продажу великої товарної маси, регулюються торговельні операції.

Товарна біржа функціонує на основі статуту, затвердженого її засновниками. У ньому зазначаються: назва та місцезнаходження біржі; склад засновників; мета діяльності біржі та розміри фондів, що нею створюються; органи управління, порядок їх формування та компетенція; організаційна структура біржі; права і обов'язки членів біржі.

Основною метою створення товарних сільськогосподарських (продовольчих) бірж є організований збут сільськогосподарської продукції, регулювання ринку і більш стале забезпечення населення продовольчими товарами, а переробні підприємства — сировиною. Основне завдання біржі — це визначення реальної ціни біржових товарів і страхування ризиків небажаної зміни ціни на них.

За енциклопедичним визначенням, *біржа* розглядається як ринок, на якому через біржових посередників здійснюється оптова торгівля товарами або цінними паперами у вигляді торговельних (часто спекулятивних) угод купівлі-продажу.

Для стратегічного управління біржами створено Національну асоціацію бірж України, основне завдання якої полягає в розбудові біржової інфраструктури, організації ефективної торгівлі переважно сировинними і продовольчими товарами за зразками або стандартами, що вироблятимуться в майбутньому. Через біржі мобілізуються кошти для вкладень у сільське господарство, агропромисловий комплекс.

Нині товарна біржа визначається як форма організації ринку, що забезпечує вільну торгівлю товарами і взаємопов'язана з фондовою біржею, біржею праці тощо. На рис. 11.3 показано місце товарної біржі в сучасній інфраструктурі ринку.

Біржа функціонує на основі угод, укладених на певний термін (термінові) і за змістом (тверді або умовні). *Термінові* угоди обов'язкові для виконання, *тверді* або *умовні* надають одній із сторін угоди право виконати або не виконати її. До твердих належать форвардні та ф'ючерсні угоди, а до умовних — опціонні.

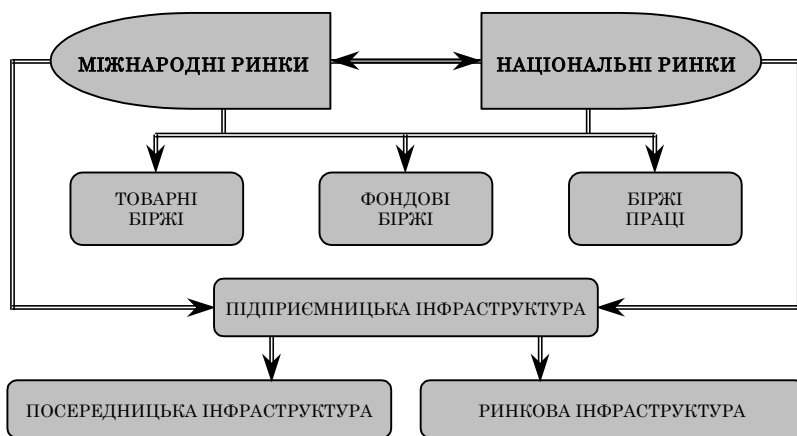


Рис. 11.3. Товарна біржа в сучасній інфраструктурі ринку

Форвардний контракт — це угода між контрагентами про майбутнє постачання товару. Він виконується відповідно до умов контракту в зазначений термін. Угоди, що передбачають негайне постачання товару, називають *касовими*, або *спотовими (наявними)*, а ринок таких угод — *касовим*, чи *спотовим*.

Ф'ючерсний контракт істотно відрізняється від форвардного. Насамперед він є стандартним за умовами і процедурою виконання. Ф'ючерсний контракт ліквідний, для нього існує широкий вторинний ринок. Такий контракт є більш гарантованим. На момент його укладання ф'ючерсна ціна товарів може бути вищою або нижчою за спотову, а до моменту закінчення терміну контракту вона має дорівнювати ціні спот.

Біржовий ринок сільськогосподарської продукції України активізував свою діяльність з січня 1995 р. Виробники сільськогосподарської продукції почали самостійно реалізовувати її за контрактами через торговельні біржі та контрактні форми, заготівельні посередницькі організації. Після ухвалення у вересні 1995 р. постанов Кабінету Міністрів України № 768 та № 916 від 17 листопада 1995 р. «Про прискорення організації біржового сільськогосподарського ринку» фактично створено біржовий ринок сільськогосподарської продукції. Останніми роками її частка в торговельному обігу бірж становить близько 50 %.

В Україні почали створюватись інші елементи інфраструктури оптового ринку сільськогосподарської продукції, зокрема міжрегіональні та районні агроторговельні домівки. Їх створення у регіонах як важливої ланки ринкового середовища сприяло розвитку товарно-

грошових відносин у сільській місцевості, більш вигідній реалізації виробленої сільськогосподарської продукції, акредитуванню та авансуванню товаровиробників через систему форвардних контрактів, що дало змогу поліпшити матеріально-технічне забезпечення сільських товаровиробників.

Ефективна біржова торгівля в Україні може відбуватися лише за певних умов, зокрема:

- функціонування бірж неможливе, якщо немає вільного ринку, не діють базари, оптові ринки і ярмарки, виробник не розпоряджається своєю продукцією, заборонено торговельно-посередницьку діяльність і бракує великих торговельних фірм, які і є головними клієнтами біржі;

- біржова торгівля може існувати за умови конкуренції між продавцями і покупцями. Вона приречена на невдачу, якщо на біржі з'являються державні монополісти, які володіють основною масою певного товару;

- біржова торгівля може відбуватися лише за умови обмеженого втручання в неї держави.

Виконання цих умов дасть змогу розвиватись біржовій торгівлі за законами ринкової економіки.

Важливим елементом у розвитку ринкових відносин в Україні є створення і функціонування на її території міжнародних спільних підприємств (СП), які розширюють внутрішні та зовнішні ринки збуту сільськогосподарської продукції, особливо продуктів її переробки. В основі спільних міжнародних підприємств лежить самостійна ініціатива, діяльність на власний ризик з виробництва продукції, надання послуг та торгівлі з метою одержання прибутку. Це довготермінова форма кооперації, яка об'єднує партнерів майном, управлінням, розподілом доходів, а також ризиком.

Підприємництво з участю іноземних інвесторів за сутністю і призначенням є об'єктивним процесом. В аграрному секторі України його об'єктивний характер зумовлюється:

- а) необхідністю якомога швидшого й ефективнішого виведення продовольчої сфери країни з активної кризи з одночасним створенням передумов для подальшого прискорення розвитку агропромислового комплексу;

- б) дедалі більшим розумінням керівниками підприємств, інших агропромислових формувань, фермерів, управлінських структур неможливості або надмірного малоефективного затягування виведення виробництва на вищий рівень лише власними силами;

- в) зростанням зацікавленості в спільній діяльності з боку інвесторів з інших країн, які вбачають можливість ефективного використання власних капіталів і найновіших науково-технічних досягнень у сільському господарстві України;

г) загальнодержавною спрямованістю на залучення іноземного капіталу в економіку, в тому числі в її продовольчу сферу;

д) наявністю відповідної законодавчої бази; за її певної недосконалості вона все-таки дає змогу розширювати й поглиблювати взаємовигідні зв'язки із зарубіжними партнерами, в тому числі щодо створення спільних підприємств.

Перший досвід співробітництва з іноземними партнерами дає підстави для висновку про те, що воно може стати важливим джерелом повнішого задоволення продовольчих потреб країни, залучення прогресивних в науково-технічному і екологічному відношеннях зарубіжних технологій, матеріальних і фінансових ресурсів, розвитку експортної бази та скорочення імпорту, управлінського досвіду.

За його участю вищий техніко-технологічний і організаційний рівень сільського господарства, переробної бази, агросервісних структур передових зарубіжних країн швидше проникатиме у продовольчий сектор нашої країни, створюючи передумови для розвитку в ньому глибоких кількісних і якісних структурних змін. Це допоможе на першому етапі швидше й ефективніше стабілізувати виробництво, а надалі — нарощувати його обсяги, поліпшувати якість продукції, зменшувати її втрати. Виняткове значення має також те, що виробництво зможе здійснюватися з меншими трудовими й енергетичними витратами і стати на цій основі більш ефективним.

Це, так би мовити, безпосередній, прямий результат. Водночас виявлятимуться опосередковані наслідки, значення, роль і місце яких у вирішенні продовольчих проблем поступово зростатиме. Особливе значення має те, що спільні підприємства зможуть зашкодити розвитку підприємництва як способу господарювання. Очевидно, що сьогодні небагато керівників володіють навичками підприємництва у його сучасному розумінні з багатьох причин, а опанування ними дається нелегко і потребує часу. Робота ж з іноземними інвесторами, які діють винятково на засадах підприємництва і мають великий досвід, сприятиме прискореному формуванню підприємницьких рис в українських керівників. Пряме перенесення іноземної підприємницької практики в нашу економіку неможливе і потрібно певний час для того, щоб якомога краще трансформувати її в наші умови. Проте освоєння загальноприйнятих підходів до підприємництва відбуватиметься швидше і ефективніше.

Через спільне підприємництво в агропромисловий комплекс впроваджуватимуться прогресивні технології, нова техніка, досконаліші форми організації виробництва. На цій основі не тільки зростатиме ефективність виробництва, а й розширюватимуться виробничий кругозір і кваліфікація працівників. Спільне підприємництво сприятиме підвищенню культури агропромислового виробництва.

Нині спільні підприємства за участю іноземних партнерів набули великого поширення. Організація та функціонування їх є одним із шляхів подолання економічної кризи.

Основними принципами створення спільних підприємств є:

а) створення та виробниче функціонування СП відповідно до чинного законодавства. Порушення цього принципу може призвести до значних економічних втрат. Крім того, юридичні чи економічні ускладнення, що виникатимуть через порушення правових норм, можуть спричинити зниження надійності української сторони як партнера і небажання зарубіжних сторін працювати з нею;

б) переконаність у безумовній вигідності спілкування з іноземними інвесторами. У практичному відношенні це означає необхідність глибокого попереднього розроблення всіх матеріалів, обґрунтування напряму діяльності створюваного підприємства, опрацювання альтернативних варіантів. При цьому визначальною має бути впевненість, що від спільної діяльності з іноземними партнерами виграє певне підприємство і не буде нанесено будь-якої шкоди державі. Інтереси держави мають оберігатися не менше, ніж інтереси самого підприємця;

в) добровільність об'єднання капіталу, тобто як і інші аспекти підприємницької діяльності, робота з іноземними інвесторами має ґрунтуватися лише на добровільних засадах;

г) об'єктивна оцінка внесків у спільне підприємство договірних сторін. Важливість цього принципу полягає в тому, що в майбутньому відповідно до частки внесків розподілятимуться одержані прибутки;

д) найповніше врахування соціально-психологічного чинника. Перехід у результаті створення СП на нові техніко-технологічні та організаційні вирішення у багатьох випадках зумовлює вивільнення робочої сили. Це може створити соціальну напругу в підприємстві, погіршити психологічну обстановку. Такі явища потрібно передбачати і завчасно готуватися до їх подолання, створюючи нові робочі місця, розробляючи і здійснюючи заходи соціального захисту працівників. Не можна допустити, щоб унаслідок переходу на партнерські виробничі зв'язки з іноземцями соціально, економічно чи психологічно постраждали люди, які тривалий час працювали на цьому підприємстві;

ж) висока екологічна безпека створюваних спільних підприємств з іноземними інвесторами. Цього можна досягти попереднім проведенням незалежної екологічної експертизи, впровадження відповідних технологій виробництва, захисту рослин тощо, які застосовуватимуться в цьому спільному підприємстві.

Спільні підприємства розвиваються в умовах поглиблення інтернаціоналізації виробництва, об'єктивних процесів усупільнення

капіталу, розвитку форм і методів його концентрації та вивезення. На масштаби й динаміку створення СП на території конкретних держав впливають рівень їх розвитку, природно-ресурсний та інноваційний потенціали, а також відповідна стратегічна орієнтація.

Мотивація закордонних партнерів спрямована на: скорочення капітальних витрат і зниження ризику при створенні нових потужностей; придбання джерел сировини або нової виробничої бази; розширення діючих виробничих потужностей; можливість уникнення циклічності виробництва; підвищення ефективності існуючого маркетингу; придбання нових каналів торгівлі; можливість упровадження в конкретний географічний ринок; вивчення потреб, набуття управлінського досвіду на нових ринках тощо.

Очевидними є виробничо-економічна і маркетингова мотивації іноземних партнерів. При цьому, за їхньою оцінкою, можливість безпосереднього виходу на ринок України й ринки інших країн — це не тільки основний, а й найбільш стійкий збуджувальний мотив створення СП.

Не слід нехтувати також іншими, як правило, не повністю вивченими мотивами: національними, коли інвесторами держави є громадяни цієї країни або коли СП створюють засновники однієї національності; особистими, коли СП створюється на основі родинних зв'язків.

Основна мета створення СП в Україні:

- найбільш повне задоволення потреб в окремих видах промислової продукції та продовольчих товарах;

- використання високопродуктивної зарубіжної техніки, прогресивної технології та управлінського досвіду;

- залучення додаткових фінансових і матеріальних ресурсів;

- розвиток експортної бази і скорочення нераціонального імпорту.

Безпосередні учасники СП реалізують свої конкретні інтереси, які залежать від типу підприємства, його виробничого та інноваційного потенціалів тощо. Багато підприємств, не конкурентоспроможних на світовому ринку, розглядають СП як можливість збуту товарів на ринку їхніх партнерів. Деякі підприємства, які мають певні науково-технічні досягнення, не завжди мають достатньо власного капіталу (в твердій валюті) чи управлінського досвіду, щоб вийти на світовий ринок і успішно там працювати. Через це маркетингова (переважно зовнішньоекономічна) мотивація українських партнерів СП більш очевидна, ніж у зарубіжних партнерів.

Враховуючи вимоги валютної самоокупності, що орієнтують СП на зовнішній ринок, виникають протиріччя в маркетинговій мотивації партнерів. Проте західні підприємці розраховують на конкурентоспроможність продукції СП і на світовому ринку, наприклад за рахунок низької вартості елементів виробництва. Так, за західними оцінками, реальна заробітна плата в промисловості України

майже у п'ять разів нижча, ніж у США, а продуктивність праці становить близько 40 % американського рівня. Відповідно витрати на робочу силу майже втричі менші, ніж у США. Відомі також більш низькі рівні цін на сировину та енергоресурси.

Крім дешевих сировини, енергії та робочої сили очевидною перевагою вкладення західного капіталу в інноваційну сферу України є високорозвинений науковий потенціал і пріоритет в ряді напрямів технології та науки.

Поряд із загальним протиріччям у мотивації партнерів, яке пов'язане з проблемою вибору ринків збуту та валютної окупності СП, існують також специфічні протиріччя, наприклад інноваційного характеру. Україна хоче отримати через СП доступ до прогресивних технологій, хоча західні фірми прагнуть реалізувати в СП насамперед не найновіші технології, які перестали давати максимальні прибутки на світових ринках, але ще досить ефективні, на їхню думку, на «ринку продавця» в Україні та інших східноєвропейських країнах.

У цілому рух іноземного капіталу визначається максимальним прибутком. Через це основним показником є рентабельність операцій в Україні, яка має бути не меншою, ніж у своїй країні або країнах, де певна фірма має філії. Більше того, прибуток має бути отриманий у вільно конвертованій валюті (ВКВ).

Спільне підприємництво може стати також важливим чинником прискорення виходу сільськогосподарської продукції України та продуктів її переробки на зарубіжний ринок.

Важливою складовою ринку АПК України залишається споживча кооперація, через яку здійснюється понад 60 % роздрібного товарообігу на селі. Вона закупає в сільськогосподарських підприємств усіх форм власності та населення продукцію рослинництва і тваринництва.

У сучасних умовах роль споживчої кооперації в торгівлі має зрости, особливо в глибинних сільських районах, де розвиток торгівлі на низькому рівні, незадовільна насиченість ринку продовольчими і промисловими товарами.

Значущим у ринковій інфраструктурі є подальший розвиток кооперативних ринків. Їхнє значення зростає з розвитком селянських господарств, розширенням особистих підсобних господарств на селі, коли зростає потік сільськогосподарської продукції на колгоспні ринки.

Система кооперативних ринків значно знижує витрати обігових коштів на кожну гривню товарообігу. Вона зменшує транспортні витрати та поліпшує торговельне обслуговування населення.

Успішне функціонування ринку агропромислової сфери в Україні потребує також подальшого розвитку інформаційної служби, маркетингових служб, особливо реклами вітчизняних товарів, яка є важливим елементом конкуренції та боротьби за ринок збуту.

12.

Ризики підприємця та страхування у підприємництві

- **Сутність і зміст ризиків у підприємницькій діяльності**
- **Можливі збитки від ризиків**
- **Чинники, що формують підприємницький ризик. Класифікація ризиків**
- **Критерії та показники підприємницького ризику**
- **Попереджувальні заходи, способи нейтралізації та мінімізації негативних наслідків можливих ризиків**
- **Страхування як метод зниження ризиків**

12.1. Сутність і зміст ризиків у підприємницькій діяльності

Відповідно до Закону України «Про підприємництво» ринкова економіка ґрунтується на вільному підприємстві. У Законі зазначається, що підприємці мають право без обмежень ухвалювати рішення і здійснювати будь-яку діяльність, яка не суперечить чинному законодавству.

Підприємництву властиві такі принципи, як вільний вибір діяльності, самостійне формування програм виробництва, вільне розпорядження прибутком, що залишився після внесення платежів, установлених законодавством, залучення до підприємницької діяльності на добровільних засадах майна і коштів юридичних і фізичних осіб.

Підприємництво здійснюється в умовах значної невизначеності ситуації, на яку впливає внутрішнє і зовнішнє середовище фірми.

Внутрішнє середовище характеризується організаційною і виробничою структурою підприємства, кількісним і якісним складом працівників, обсягом і структурою виробничих фондів, технологією виробництва продукції та іншими чинниками.

Зовнішнє середовище включає:

- середовище прямого впливу (постачальники сировинних ресурсів, матеріалів і капіталу, споживачі, конкуренти, державні органи, профспілки);

- середовище непрямого впливу (стан економіки, міжнародні події, науково-технічний прогрес, політичні, соціально-культурні чинники тощо).

Не слід вважати, що внутрішньому середовищу не властиві елементи невизначеності. Наприклад, не можна уникнути таких несприятливих для виробництва випадків, як хвороба працівника, нещасні випадки, передчасні поломки засобів праці тощо.

Крім цього, внутрішнє середовище не є самоізолюваним. Воно тісно залежить від зовнішнього середовища, яке значною мірою схильне до змін.

У цих умовах будь-який результат виробничо-господарської діяльності очікується з певною ймовірністю. Він зумовлюється якістю прийнятих рішень і наявністю достатньої кількості інформаційного матеріалу, причому кількість можливих рішень і результатів від їх прийняття може бути різною.

Це твердження переконливо доводить так звана «матриця рішень» (табл. 12.1). У таблиці наведено символи, які означають таке: S_1, \dots, S_m — можливі варіанти стану навколишнього середовища (дії конкурентів, споживачів, постачальників та ін.); P_1, \dots, P_m — імовірності можливого конкретного стану навколишнього середовища; a_1, \dots, a_n — можливі дії на підприємстві; J_{11}, \dots, J_{nm} — можливі результати, одержані від дії a при стані навколишнього середовища S .

Таблиця 12.1. Матриця рішень

Стан навколишнього середовища	a	S_1	S_2	...	S_j	...	S_m
Імовірності конкретного стану навколишнього середовища		P_1	P_2	...	P_j	...	P_m
Можливі дії на підприємстві	a_1	J_{11}	J_{12}	...	J_{1j}	...	J_{1m}
	a_2	J_{21}	J_{22}	...	J_{2j}	...	J_{2m}
	a_j	J_{j1}	J_{j2}	...	J_{jj}	...	J_{jm}
	a_n	J_{n1}	J_{n2}	...	J_{nj}	...	J_{nm}

Отже, в умовах можливості багатоваріантного стану навколишнього середовища та різних дій є ймовірність появи різних результатів виробничо-господарської діяльності фірм як позитивних, так і негативних.

Економічна свобода і певна невизначеність ситуації, в яку потрапляє фірма, зумовлюють можливість несення нею втрат або одержання надприбутків. Інакше кажучи, підприємства ризикують. Оскільки ризик властивий підприємницькій діяльності, то його називають *підприємницьким ризиком*. В економічній літературі підприємницький ризик трактується по-різному. Так Б. Райзберг під підприємницьким ризиком розуміє ризик, який виникає при будь-яких видах діяльності, пов'язаних з виробництвом продукції, това-

рів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими і фінансовими операціями, комерцією, здійсненням соціально-економічних і науково-технічних проектів. Це визначення ризику не дає відповіді на його сутність, а лише вказує на види діяльності, в яких він може виникнути.

Більш точне і водночас лаконічне визначення ризику наводять американські економісти. На їхню думку, ризик — це шанси на понесення втрат або збитків унаслідок здійснення будь-якої справи. Однак таке трактування ризику є одностороннім. Воно характеризує його лише як імовірність певних втрат (прибутку, доходу, майна), тобто додаткових витрат виробничих ресурсів підприємництва порівняно із заздалегідь установленими розмірами їх. Отже, підприємницький ризик у цьому трактуванні розглядається як категорія, що призводить лише до негативних наслідків. Тоді виникає запитання: чому підприємці ризикують? Вони йдуть на ризик тому, що він може дати як негативні, так і позитивні результати. Відомо чимало прикладів, коли підприємці, ризикуючи, одержують надприбутки. Тому, даючи визначення сутності ризику, слід мати це на увазі.

Отже, **підприємницький ризик** — це ймовірність понесення фірмою у процесі здійснення господарських операцій втрат або одержання додаткового прибутку, зумовлених багатоваріантністю прийняття можливих рішень чи невизначеністю виробничих ситуацій.

Із цього визначення сутності підприємницького ризику випливають три важливі його риси:

➤ ризик — це категорія ймовірнісна. Він або може бути, або ні. Ця характеристика підприємницького ризику є принциповою. Господарські ситуації, заздалегідь визначені й кількісно оцінені, не вважаються на певний момент ризикованими. Інша справа, коли внаслідок впливу непередбачених чинників можуть бути відхилення реальних результатів від очікуваних. Саме в цьому і виявляється ризик;

➤ ризик може спричинити як негативні, так і позитивні наслідки;

➤ ризик може бути лише в процесі здійснення господарських операцій.

Ризик як необхідність успіху в підприємницькій діяльності. Ризик тісно пов'язаний з ринком. Ринок нормально функціонуватиме як мінімум за двох умов:

➤ бажання іти на ризик;

➤ бути готовим до будь-яких можливостей, які надає ринок.

Підприємницький ризик є елементом, властивим ринковій економіці. Практично жоден підприємець, який хоче мати зиск, не мо-

же не враховувати цього. Підприємницька активність і готовність іти на ризик настільки тісно переплітаються, що їх часто розглядають як синоніми. Спроби уникнути ризику можуть призводити підприємців до великих невдач і навіть до краху.

Неминучість ризику зумовлюється такими чинниками:

- свободою дій підприємця;
- орієнтацією підприємницької діяльності на одержання високого прибутку;
- діяльністю фірм у конкурентному середовищі.

Неминучість ризику змушує підприємців виробляти певну стратегію поведінки в ринковій економіці. Вона полягає не в пошуку справи із заздалегідь відомим результатом, без ризику, а в умінні своєчасно його відчутти, правильно оцінити, розробити заходи щодо зменшення рівня ризику або навіть підвищення результативності діяльності фірми. Процвітання і крах, підйом і банкрутство — це наслідки ефективного чи неефективного управління ризиком.

В умовах командно-планової економіки ризик теж був. Однак порівняно з ринковою економікою він характеризувався такими особливостями:

1) об'єктом ризику виступала держава. Вона встановлювала і доводила до первинних ланок народного господарства планові завдання, визначала правила і норми, в межах яких відбувалася виробничо-господарська діяльність підприємств. Якщо навіть виконання доведених директив і було ризикованою справою, ніхто за це не ніс індивідуальної відповідальності. Збитки списувались за рахунок держави. Тому в колишньому СРСР було чимало ризикованих об'єктів, за спорудження яких не взявся б жоден серйозний підприємець. Автор книги «Предпринимательство и деньги» С. Жизнін зауважує, що він побував у різних районах СРСР, проте найбільш негативне враження справила на нього ТЕЦ в Анадирі, що на Чукотці. Вона споруджена на тому березі Анадирської затоки, де є мало промислових підприємств. Усі виробничі потужності та вугільні шахти були на другому боці. Прокладення ліній електропередач уздовж затоки, враховуючи характер місцевості, було неможливим, а підводного кабелю по її дну могло спричинити значні негативні екологічні наслідки. Отже, ризик проекту, пов'язаний із використанням підводного кабелю, великий. Зарубіжний підприємець не наважився б здійснювати такий варіант спорудження ТЕЦ.

Оскільки держава виступала об'єктом ризику, то вона проводила політику дотування збиткових підприємств. У ринковій економіці об'єктами ризику є підприємства, об'єднання і фірми. У разі банкрутства вони підлягають ліквідації або реорганізації;

2) ризик здебільшого набував негативної форми. Про це свідчить той факт, що показники державного плану рік у рік недовиконувалися.

лись (за обсягом виготовленої продукції, зростанням продуктивності праці, прибутком тощо);

3) керувати ризиком було неможливо. Примусове формування економічної поведінки підприємств і об'єднань виключало можливість вибору постачальників, покупців, своєчасне реагування на зміну господарської ситуації. Командно-планова економіка навіть не користувалась термінами, які характеризують ризик. Він повністю належав до явищ капіталістичного господарства. До 1990 р. не було опубліковано жодної серйозної праці з питань оцінювання і управління ризиком;

4) виявлення наслідків ризику в таких негативних формах, як дефіцит певних виробів, низька їх якість, затовареність неякісною продукцією. Нині кожна фірма діє у межах законів за своїми правилами і змушена враховувати нестабільність економічної ситуації, передбачати результати конкурентної боротьби, можливі зміни законодавчих актів. Це зумовлює підвищений рівень підприємницького ризику. Він властивий будь-яким господарським операціям, зокрема поставкам продукції, сировини, матеріалів, напрямам використання фінансових ресурсів, робочої сили тощо. Завдання фірми полягає не в уникненні ризику взагалі, а в передбаченні, оцінюванні й зведенні його негативних наслідків до мінімального рівня.

Вихідні поняття, що використовуються для характеристики ризику. Вивчення підприємницького ризику потребує чіткого розмежування таких понять, як «планові витрати», «планові збитки» і «втрати».

Планові витрати — це передбачувані витрати живої та уречевленої праці, пов'язаної з виробництвом продукції, її реалізацією або фінансовою діяльністю.

До таких витрат належать витрати виробничих ресурсів, які є миминучими, раціональними, необхідними і зараховуються до собівартості продукції. Вони можуть бути плановими і фактичними. Розмір планових витрат встановлюється завчасно, наперед. Фактичні витрати ресурсів можуть бути більшими або меншими, ніж їхній плановий розмір.

Планові збитки — це запланований негативний результат виробничо-господарської діяльності фірми.

Наприклад, у період панування командно-планової економіки збитковими було чимало підприємств промисловості будівельних матеріалів, підприємств з виробництва дитячих виробів та ін. Так само як і витрати, збитки можуть бути плановими і фактичними.

В умовах ринкової економіки планово-збиткових підприємств стало значно менше. Вони, як правило, збанкрутували. Проте у державному секторі, в окремих структурних підрозділах великих компаній тимчасово можуть бути збиткові ланки.

Втрати — це додаткові непередбачувані витрати виробничих ресурсів, які призводять до зниження прибутку, доходу, зростання збитків порівняно з очікуваними розмірами.

Слід зазначити, що є певні види втрат, які систематично повторюються. Їх можна завчасно передбачити і віднести до витрат. Вони не повинні вважатися втратами.

Як саме співвідносяться наведені категорії та ризик?

Розмір планових витрат, так само як і планових збитків, не може характеризувати рівень ризику. Лише порівнюючи їхні фактичні показники з плановими, можна встановити абсолютний розмір перевищення витрат чи збитків, який і є нічим іншим, як втрати.

Отже, ризик характеризується розміром втрат виробничих ресурсів. Планові показники витрат і збитків є вихідною базою, порівняно з якою і визначається розмір втрат (ризик).

Втрати від ризику складаються з трьох основних частин:

► випадкові втрати, які є результатом перевищення фактичних витрат ресурсів над їх передбачуваним розміром. До них належать втрати від пожежі, втрати, пов'язані з хворобою працівників, порушенням умов матеріально-технічного постачання тощо. Окрему групу становлять втрати, зумовлені причинно-наслідковими залежностями між певними подіями — носіями втрат;

► втрати, що виникають унаслідок змін технічного рівня виробництва (впровадження нових технологій, реконструкції цехів), існуючого законодавства, курсів валют, акцій тощо;

► втрати від допущених прорахунків окремими службовими особами. Причинами їх можуть бути:

- а) відсутність належного досвіду роботи працівника;
- б) недостатній рівень його теоретичної підготовки;
- в) відсутність, нестача або неточність інформації;
- г) суб'єктивні помилки.

Втрати, а отже, і ризик можуть вираховуватись як в абсолютному (різниця між фактичними і плановими показниками), так і у відносному виразі (зіставлення абсолютного розміру втрат з відповідними плановими показниками).

12.2. Можливі збитки від ризиків

Можливість ризикувати зафіксована в Законі України «Про підприємство». У цьому документі зазначається, що підприємство — це самостійна ініціатива, систематична, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг та заняття торгівлею з метою одержання прибутку.

Отже, підприємницький ризик може забезпечити фірмі зростання чи зменшення прибутку або доходу.

Збільшення прибутку підприємств завжди асоціюється з більш високим ризиком «прогоріти». Перед підприємцями постають два основних можливих варіанти:

- 1) або ризикувати і одержувати високі прибутки;
- 2) або вкладати кошти в менш ризиковані справи з відносно меншим прибутком і, відповідно, доходом. У цьому разі, втрачаючи певну його частину, фірма забезпечує собі більш стійкі фінансові позиції.

Звичайно, сказане не заперечує того факту, що у разі здійснення невдалих ризикованих справ підприємство несе втрати, причому негативний вплив ризику на доходність підприємств може бути значним.

Виникає питання, чому і коли зростання ризику приводить до збільшення доходів? При здійсненні ризикованих операцій доходи можуть зростати тому, що, ризикуючи, підприємець при цьому діє. У цьому разі результат таких дій може бути позитивним (фірма одержує прибутки) або негативним (фірма несе втрати). Не ризикувати — це означає не братися за справу. Результат неризикування один — недоодержання прибутків.

Отже, чим частіше підприємець ризикує, тим вища ймовірність одержання вищих прибутків.

Проте, щоб ризик не призводив до негативних наслідків, підприємці мають налагодити ефективну систему управління ним, детально аналізувати виробничо-господарські процеси, прораховувати варіанти виробничих ресурсів, здійснювати заходи щодо попередження втрат тощо.

У цьому разі ризик, на який іде фірма, є обґрунтованим і може забезпечити фірмі високий прибуток.

Отже, між прибутком і ризиком можуть складатися різні співвідношення, варіанти яких наведено на рис. 12.1.

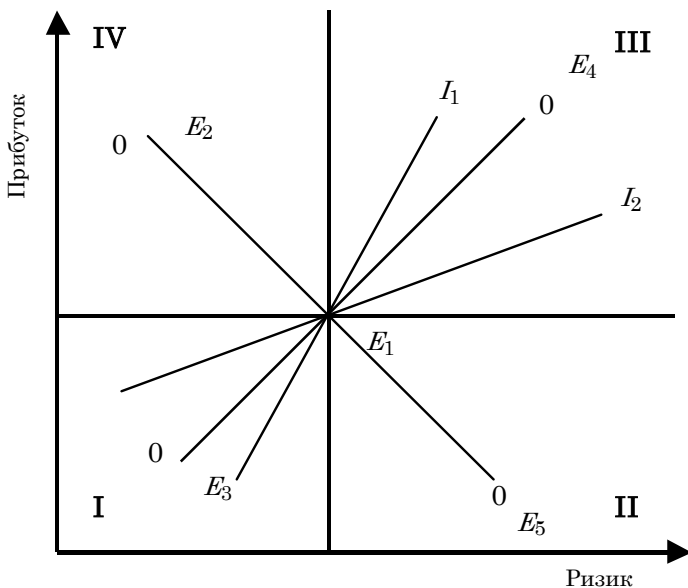


Рис. 12.1. Варіанти можливого співвідношення прибутку і ризику

Точка E_1 показує розмір прибутку, який може бути, якщо ризик встановлено точно. Він є вихідним моментом при розгляді можливих варіантів залежності прибутку від розміру підприємницького ризику.

Зона IV характеризується невеликим ризиком і високим прибутком. При цьому ризик є наслідком здійснення фірмою заходів щодо його попередження. Однак тут витрати на проведення превентивних заходів є меншими, ніж можливі втрати. Тому і прибуток E_2 у зоні IV буде максимальним, тобто $E_2 \geq E_1$.

Для зони II характерним є високий ризик і низький прибуток. У цьому разі вкладені ресурси, що мають на меті попередження ризику та зменшення втрат від нього, не дають бажаного результату. Тому і розмір прибутку E_5 буде меншим від аналогічного вихідного показника: $E_5 \leq E_1$.

У зоні I і прибуток E_3 , і ризик малі. Для цього варіанту характерним є проведення попереджувальних заходів щодо зниження невисокого рівня ризику, які потребують великих втрат. Тут $E_3 \leq E_1$. Такий варіант для фірми не вигідний.

У зоні III і прибуток E_4 , і ризик високий, тобто $E_4 \geq E_1$. Така ситуація можлива, наприклад, унаслідок зміни дій ринкових чинників.

Прямі I_1 і I_3 характеризують стиль поведінки підприємців щодо ризику. Зокрема, пряма I_1 відображує нерішучі дії, що призводять у зоні I до зменшення прибутку. І навпаки, пряма I_2 показує, що дії підприємця є агресивними, тому і прибуток у цьому разі вищий від E_3 .

Отже, залежність між розміром прибутку і ризиком може виявлятися у таких варіантах:

- а) невеликий ризик і високий прибуток;
- б) великий ризик і високий прибуток;
- в) великий ризик і низький прибуток;
- г) невеликий ризик і низький прибуток.

Можливість виникнення того чи іншого варіанта співвідношення прибутку і ризику зумовлюється ефективністю дій фірми щодо попередження негативних впливів, які призводять до втрат.

12.3. Чинники, що формують підприємницький ризик. Класифікація ризиків

Побудувати цілісну ефективну систему управління підприємницьким ризиком неможливо без розкриття сутності чинників, джерел та наслідків і класифікації ризиків.

|| **Чинник ризику** — це причини або рушійні сили, що породжують ризиковані процеси. ||

Наприклад, ступінь надійності транспортних організацій, послугами яких користується фірма, може бути чинником ризику, бо своєчасне і в повному обсязі виділення підприємству вантажних автомобілів вплине на результати виробничо-господарської діяльності.

|| **Джерела ризику** — це конкретні складові елементи чинників, що зумовлюють можливість втрат. ||

У наведеному вище прикладі джерелом ризику може бути якість керівництва, рівень організації виробництва на підприємствах, з якими певна фірма має ділові контакти, тощо.

Знання чинників і джерел ризику дає змогу розробляти систему попереджувальних заходів щодо зменшення їх негативного впливу на результати діяльності підприємств і об'єднань.

Відповідно до визначення сутності ризику до його чинників належать лише ті, що мають випадковий характер, не піддаються завчасному передбаченню. Якщо чинник, що призводить до втрат, завчасно відомий, систематичний, то його наслідки слід ураховувати в бізнес-планах і не вважати ризикованим. Такого самого підходу по-

требує і теорія ймовірності, положення якої використовуються у розрахунках показників ризику, оскільки вона має справу з випадковими, а не детермінованими величинами.

У зв'язку з цим доцільно зауважити також, що планування діяльності первинних ланок промисловості при командно-плановій економіці ґрунтувалося на передумові, що виробничо-господарські процеси відбувалися винятково в нормальних умовах. Тому різного роду порушення, які мали систематичний характер, у плані не враховувалися. Це призводило до того, що планова за формою діяльність підприємств набувала за своєю сутністю ознак виробництва з непередбачуваними заздалегідь результатами.

Звичайно, нормальна діяльність фірм у ринкових умовах не може обійтися без добре поставленої системи планування ланок господарства. Це підтверджує досвід зарубіжних фірм. Проте вона мусить ураховувати і дію негативних чинників, яка систематично відбувається і наслідки якої можна прорахувати. Тому в бізнес-планах мають ураховуватися негативні чинники, які завдають втрат і які можна безпосередньо визначити. З іншого боку, внесення до його складу такого розділу, як оцінювання ризику, дасть змогу зменшити вплив на результати діяльності випадкових чинників, які не є неминучими.

У системі ефективного управління ризиками важливе місце належить їх класифікації.

Автори, які вивчають проблеми ризику, мають різні позиції щодо побудови кваліфікації ризиків. Пропонуючи ту чи іншу класифікацію ризиків, вони часто не враховують її призначення і роль у системі управління ризиком. Питання, пов'язані з визначенням розмірів ризику, розробленням заходів, спрямованих на його попередження, вони висвітлюють, як правило, без взаємозв'язку із запропонованими видами ризику. В окремих випадках передбачені кваліфікаціями різновиди ризику позбавлені логічної сутності. Важко, наприклад, погодитися з точкою зору тих авторів, які у своїх класифікаціях виділяють об'єктивний і суб'єктивний ризики. Під першим вони розуміють ризик, що діє незалежно від волі людей. Суб'єктивний ризик пов'язується ними з вольовими діями людей.

Насправді ризик завжди об'єктивний, навіть тоді, коли він пов'язаний з діями працівників, оскільки його результат зумовлюється об'єктивними чинниками. Наприклад, ризик, який є наслідком прорахунків, допущених виконавцями, має об'єктивну основу: недостатній теоретичний рівень підготовки працівника, відсутність практичного досвіду тощо.

Сумнівним є поділ видів ризику, який запропоновано тими самими авторами, на такі, що піддаються вимірюванню, і такі, які неможливо виміряти.

По-перше, питання про можливість чи неможливість вимірювання розміру ризику залежить від глибини дослідження ризикованої ситуації.

По-друге, якщо ризик є невимірюваним, то це губить до певної міри сенс необхідності його вивчення, оскільки без кількісної характеристики розміру ризику неможливо ним ефективно управляти.

Отже, класифікація видів ризику має відповідати, як мінімум, двом вимогам:

► мати практичне застосування і вписуватися у систему управління ризиком;

► відображати певну сторону сутнісної характеристики ризику. Залежно від конкретних ознак він може поділятися на різні види. У табл. 12.2 наведено класифікаційні ознаки та види ризиків, що їм відповідають.

Таблиця 12.2. Види підприємницького ризику

Ознаки класифікації ризику	Види ризику
Характер впливу на кінцеві результати	1. Позитивний 2. Негативний
Вид підприємницької діяльності	1. Виробничий 2. Комерційний 3. Фінансовий 4. Валютний (на підприємстві) 5. Банківський 6. Страхувальний
Розміри втрат	1. Допустимий 2. Критичний 3. Катастрофічний
Можливість здійснення ризикованих операцій	1. Прийнятний 2. Надмірний (недопустимий)
Період часу, в якому ризик відбувається	1. Перспективний 2. Поточний 3. Оперативний
Можливість страхування втрат	1. Ризик, який може бути застрахований 2. Ризик, який не підлягає страхуванню
Обґрунтованість заходів щодо зменшення негативних наслідків від ризику	1. Виправданий 2. Невиправданий
Характер поведінки юридичних осіб	1. Моральний

Негативним ризиком називається ризик, який призводить до втрат виробничих ресурсів.

Позитивний ризик передбачає одержання фірмою додаткових доходів порівняно із заздалегідь визначеним їх розміром.

Наприклад, підприємство може внести вільні кошти на рахунок у банк або вкласти їх у підприємницький проект. У першому випадку воно одержить гарантований за наперед встановленим розміром дохід у вигляді відсотків. У другому — розмір прибутку, що надійде інвестору, може бути більшим або меншим від доходу, який гарантує банк. Отже, тут є ризик. Якщо другий варіант є у кінцевому підсумку ефективнішим від першого, то маємо позитивний ризик, у протилежному разі — негативний ризик.

Дослідження негативного підприємницького ризику передбачає розроблення таких заходів, які б дали змогу уникнути або знизити розмір впливу ризику на кінцеві результати діяльності фірми.

Виробничий ризик — це ризик виробничих ланок, пов'язаний з виготовленням продукції, виконанням робіт, наданням послуг, призначених для реалізації споживачам.

Комерційний ризик характерний для товарно-грошових і торговельно-обмінних операцій.

Фінансовий ризик пов'язаний зі здійсненням купівлі-продажу таких товарів, як гроші, валюта, цінні папери.

Інколи фінансовий ризик називають ринковим. Так, Б. Курилін, характеризуючи ринковий ризик, властивий банківській діяльності, зазначає, що він виникає у зв'язку з проведенням банками операцій з цінними паперами і залежить від можливої несприятливої зміни ринкового курсу цінних паперів на момент продажу порівняно з моментом їх купівлі. Звичайно, це фінансовий, а не ринковий ризик.

Коли йдеться про вид ризику, то слід виходити з його сутнісної характеристики, а не місця виникнення. До речі, у зазначеній праці автор виділяє, і цілком обґрунтовано, валютний ризик. Не має сумніву, що він може бути лише на певних ринках. Проте було б нелогічно з урахуванням цього чинника називати його ринковим. Ринкові умови, в яких здійснюються господарські операції, є окремою, досить важливою групою чинників ризику.

Валютні ризики — це певна група ризиків, пов'язана із зовнішньоекономічною діяльністю фірм.

Зміст цієї діяльності різний, а саме: здійснення експортно-імпорتنих торговельних операцій; одержання кредитів від інших держав у іноземній валюті; відкриття дочірніх фірм за кордоном тощо.

Тому валютний ризик, у свою чергу, можна поділити на такі різновиди:

- операційний;
- трансляційний;
- економічний.

Операційний валютний ризик — це можливість понесення втрат, пов'язаних із впливом на грошові потоки зміни обмінного курсу іноземної валюти.

Втрати від ризику для національного експортера товару відбуватимуться у разі зниження курсу іноземної валюти, яка є ціною укладання контракту.

Вітчизняний імпортер матиме втрати від ризику також тоді, коли курс іноземної валюти зросте.

Трансляційний валютний ризик є ризиком втрат при перерахунку статей балансу фірм чи дочірніх компаній за кордоном у національну валюту. Його ще називають балансовим ризиком.

Економічний валютний ризик — це потенційний ризик втрат унаслідок несприятливих змін обмінного курсу валют, які впливають на позиції компаній на ринку.

Це стосується обсягу продажу товарів, рівня цін на матеріальні ресурси та готові вироби тощо. Особливо відчутний цей вид валютного ризику в умовах посилення конкурентної боротьби між товаровиробниками.

Операційний, трансляційний та економічний ризики іноді можуть набирати прихованої форми і на перший погляд не є очевидними. Наприклад, певна фірма не здійснює експортно-імпортні операції, проте вона може користуватися послугами вітчизняного постачальника, який імпортує матеріальні ресурси з-за кордону. Коли вартість витрат постачальника внаслідок знецінення національної валюти підвищується, ця фірма може понести втрати від зростання цін на матеріальні ресурси.

Банківський ризик може бути при здійсненні різних банківських операцій (кредитних, валютних, фінансових тощо), що зумовлюють відхилення фактичних результатів від очікуваних.

Страхового ризику зазнають страхові компанії тоді, коли частота і розміри виплат платежів за договорами страхування для покриття понесених збитків фізичними і юридичними особами перевищують імовірнісні розміри їх.

Оскільки ми досліджуємо ризик виробничих структур (підприємств, об'єднань, фірм), то банківський і страховий ризики не розглядатимуться.

За видами підприємницької діяльності ризик класифікується при визначенні розміру втрат, методика якого для виробничого, комерційного та фінансового ризиків різна. Крім цього, класифікація

застосовується при розробленні конкретних заходів щодо зменшення ризику та скорочення втрат від нього.

Допустимим вважається ризик, який призводить до втрат, що не перевищують розміру прибутку.

Критичний ризик — це ризик, що може спричинити втрати в межах, які вищі за розмір очікуваного прибутку і досягають розміру доходу.

Катастрофічний ризик — це ризик, який вимірюється втратами, що перевищують розмір очікуваного доходу до вартості майна фірми.

Прийнятним є такий ризик, при якому підприємець зважується на проведення господарських операцій. Ними можуть бути допустимий, критичний і катастрофічний ризики, які не перевищують їх граничного рівня.

Для надмірного ризику характерні високі втрати виробничих ресурсів. Тому підприємницькі справи, яким він властивий, не слід здійснювати взагалі або здійснювати їх, попередньо розробивши програму заходів щодо зменшення втрат.

Знання цих різновидів ризику дає змогу фірмі правильно вирішувати питання, пов'язані зі здійсненням чи відмовою від реалізації підприємницьких проектів.

Перспективний ризик — це ризик, що може виникнути за межами поточного року.

Такий ризик важче прогнозується, є більш прихованим. Його передбачення та виявлення потребує значних зусиль.

Поточний ризик — це ризик, який може бути в плановому році.

Результати такого ризику безпосередньо впливають на річні техніко-економічні показники. Тому цей вид ризику потрібно найдетальніше вивчати і аналізувати.

Оперативний ризик пов'язаний зі здійсненням підприємницької діяльності в межах короткого періоду часу (до одного місяця).

Здебільшого оперативний ризик є додатковим (новоутвореним) стосовно поточного ризику. Заходи щодо зменшення втрат від нього мають бути терміновими і дієвими.

До ризиків, які можуть бути застраховані, належать ризики, втрати від яких відшкодовуються страховими компаніями. Їх перелік визначається відповідними нормативними актами. Більшість

ризиків у нашій країні поки що не підлягають страхуванню. Поділ ризиків на ті, що підлягають, і ті, що не підлягають страхуванню, дає змогу розробляти ефективну систему заходів щодо їх попередження і зниження втрат від негативних явищ.

Виправданим є ризик, обґрунтований заходами щодо зменшення втрат від нього, причому кошти, витрачені на здійснення цих заходів, є меншими від розміру вигоди, яку буде одержано від їх впровадження.

У цьому разі фірма має корисний результат. Із рис. 12.1 бачимо, що виправданий ризик характерний для зони IV. Виправданим є і той ризик, вжиті заходи щодо якого дали можливість уникнути значної шкоди.

Невиправданий ризик пов'язаний з понесенням фірмою великих втрат.

Цей вид ризику характерний також для ситуацій, при яких вартість попереджувальних заходів перевищує розмір зменшення зумовлених ними втрат. У ринкових умовах виправданий підприємницький ризик виступає як ступінь компетентності господарського керівника.

Моральний ризик — це поведінка індивіда, який свідомо або підсвідомо підвищує ризик втрати, сподіваючись на відшкодування страховою компанією.

Це може виявлятися, зокрема:

- у недостатній увазі (наприклад, тимчасова відсутність працівника на об'єкті, який він охороняє);
- у дійсній неправді (наприклад, інсценування крадіжки матеріальних цінностей). Для запобігання морального ризику страхові компанії вживають попереджувальні заходи (виконання клієнтами певних обов'язкових умов, залучення сторонніх спеціалістів для розслідування причин, що призвели до втрат).

Поняття комерційного ризику. Діапазон чинників і джерел комерційного ризику досить широкий. Проте на відміну від виробничого ризику він обмежується переважно сферою купівлі-продажу товарів. У табл. 12.3 наведено перелік чинників і джерел комерційного ризику.

Як бачимо з табл. 12.3, класифікація чинників і джерел комерційного ризику за формою мало відрізняється від аналогічної класифікації у виробничому підприємстві. Проте за сутністю вони різні. Відмінності між класифікацією чинників і джерел виробничого і комерційного ризиків випливають із характеру та змісту виробничого і комерційного підприємництва.

Таблиця 12.3. Чинники і джерела комерційного ризику

Основні чинники ризику	Джерела ризику
Ринкові	Посилення конкурентної боротьби, відсутність достатньої інформації про поведінку покушців на ринку, зростання інфляційних процесів, недоліки в організації рекламної діяльності та стимулювання збуту тощо
Товароруку (обігу)	Відсутність належної організації зберігання і транспортування товарів, яка призводить до їхніх втрат, зниження якості, споживних властивостей продукції
Клієнтура	Надійність виконання встановлених домовленостей
Політичні	Зміна законодавчих актів щодо мита, різних відрахувань, штрафів, додаткових витрат
Природні	Землетруси, пожежі, буревії тощо
Безгосподарність	Крадіжки, псування матеріальних цінностей та недостача їх
Суб'єктивні	Якість ухвалених управлінських рішень, порушення виконавської дисципліни співробітниками фірми, хвороба працівника тощо

Сутність підприємницького та фінансового ризиків. Наслідки ризику — це безпосередній результат дії чинників ризику на рівень можливих втрат. Вони залежать конкретно від видів підприємницького ризику.

Можливими наслідками виробничого ризику є: перевитрати матеріальних ресурсів; зменшення обсягів виготовленої та реалізованої продукції; зниження цін на вироблену продукцію; зростання поточних витрат; втрата основних виробничих фондів; втрата прибутку від підвищення ставок податку, розміру банківського відсотка; введення нових обов'язкових відрахувань; перевитрати фонду споживання.

Комерційний ризик може спричинити такі наслідки, як підвищення закупівельної ціни товару, яке не блоковано умовами договору про закупівлі, зниження ціни, за якою реалізується товар, зменшення обсягу закупівель та продажу продукції, зростання витрат обігу, псування і нестача товарів, зменшення розміру прибутку, втрата майна фірми, матеріальних цінностей.

Фінансовий і валютний ризики призводять до втрат певної суми грошей.

До окремої групи належать наслідки ризику, що виникли в результаті нещасних випадків, які призвели до нанесення шкоди здоров'ю та працездатності працівників підприємств.

Як правильно зауважують Х. Драганов, Б. Ілієв і В. Каменов, ці втрати складаються з трьох складових:

- втрат, спричинених тілесним ушкодженням;
- моральних втрат;
- втрат, зумовлених неможливістю використання працівника у виробничо-господарській діяльності фірми.

Перших два види втрат є персональними і мають відшкодовуватися фірмою працівнику. Третій вид втрат є наслідком підприємницького ризику, який завдає шкоди лише фірмі.

Отже, наслідки ризику досить різні. Без зведення їх до певної системи може ускладнитися порядок визначення розміру відповідних втрат. Тому потрібно класифікувати наслідки підприємницького ризику за ступенем послідовності їх виникнення та розрахунку. За цією ознакою розрізняють прямі та побічні втрати від упущеної вигоди та узагальнювальні наслідки (втрати) підприємницького ризику.

До прямих належать такі втрати:

- матеріальних ресурсів (сировини, основних та допоміжних матеріалів, палива, енергії, комплектувальних виробів, запасних частин);
- основних виробничих фондів від наслідків ризикуваних дій, коли ці втрати не досягають розміру майнового стану фірми;
- зниження цін на продукцію при відхиленні фактичних показників якості від нормативних;
- готової продукції внаслідок її нестачі, псування, крадіжок;
- грошей унаслідок їх безпосередньої втрати чи зменшення вартості;
- втрати від підвищення ставок податку, відсотка за банківський кредит тощо;
- фонду споживання.

Прямі втрати є первинними. Їхній розмір впливає на розмір як побічних, так і узагальнювальних втрат.

Побічні втрати — це втрати, безпосередньо не пов'язані з підприємницьким ризиком, а є наслідком прямих втрат. Наприклад, унаслідок землетрусу завдано шкоди виробничим будівлям цеху, яка унеможливило подальше використання поточкових ліній, що залишилися неушкодженими. Втрати від їх простоїв називатимуться побічними. Якщо втрати основних виробничих фондів досягають розміру майнового стану, то побічні втрати не визначаються.

До побічних втрат належить також зростання умовно-постійних витрат у розрахунку на одиницю продукції.

Побічні втрати мають дві характерні особливості:

- їхній асортимент ширший за прямі втрати;
- на відміну від прямих втрат вони є прихованими, менш піддатливими до виявлення.

Втрати від упущеної вигоди характерні для альтернативних господарських операцій. Якщо реалізований варіант виявився гіршим, то фірма несе втрати від упущеної вигоди.

Приклад. Фірма вклала кошти в підприємницький проект, який дає дохід 8 %, водночас придбання акцій іншого підприємства забезпечило б їй дивіденди 12 %. Ця різниця у 4 % доходу і становить втрачену вигоду.

Узагальнювальні втрати є розрахунковими і складаються з прямих і побічних втрат та упущеної вигоди:

$$V_y = V_{\text{п}} + V_{\text{пб}} + V_{\text{в}},$$

де V_y — узагальнювальні втрати; $V_{\text{п}}$ — прямі втрати; $V_{\text{пб}}$ — побічні втрати; $V_{\text{в}}$ — розмір упущеної вигоди.

До узагальнювальних втрат належать:

- сукупні втрати виробничих ресурсів, які виражаються у зростанні поточних витрат;
- обсяг недовиробленої (недореалізованої) продукції за рахунок усіх різновидів ризику;
- втрати прибутку;
- втрати основних виробничих фондів.

На характер чинників і джерел фінансового ризику впливають такі особливості фінансового підприємництва:

- товаром у фінансовому підприємстві є гроші, цінні папери і валюта;
- залежність фінансового стану фірми від розміру курсу грошей, валюти і цінних паперів, обмеження на валютно-грошові операції і т. д.;
- вплив на вартість грошей, цінних паперів чинника часу (гроші сьогодні завжди більш вартісні, ніж завтра);
- можливість різноваріантності здійснення інвестицій у підприємницькі проекти;
- можливість формування активів підприємства за рахунок різних позик: коротко- чи довготермінових.

Ці особливості фінансового підприємництва зумовлюють відповідні чинники ризику. Одним із них є чинник часу. Сума грошей, яку має фірма у певний період, важить для неї завжди більше, ніж той самий розмір коштів у майбутньому.

Гроші з часом частково втрачають свою вартість через:

- інфляцію;
- ризик;
- схильність до ліквідності.

Інфляція пов'язана із загальним підвищенням цін. Унаслідок цього купівельна спроможність грошової одиниці зменшується.

Ризик також приводить до зменшення втрат грошей, яке спричинюється:

а) неможливістю точного передбачення повернення грошей, вкладених сьогодні, оскільки немає твердої гарантії фінансової міцності компанії у майбутньому;

б) відсутністю впевненості в інвесторів щодо одержання дивідендів на придбані акції, бо умови купівлі їх не передбачають ніяких формальних відносно цього зобов'язань продавців про розміри дивідендів;

в) імовірністю падіння цін на акції, в які вкладено кошти. Ліквідність — це показник того, як швидко можна продати активи і одержати гроші. Вона також є чинником втрати грошима своєї вартості. Інвестори, схильні до ліквідності, віддають перевагу наявним грошам. Якщо вони зважилися на їх вкладення у певні справи, то розраховують на значні майбутні доходи, аби виправдати ризик. У цьому разі висока винагорода є компенсацією за втрату ліквідності. Коли інвестори віддають перевагу неризикованим проектам, сподівані доходи будуть досить низькими.

Часовий чинник ризику характерний для інвестицій в проекти, що потребують для свого здійснення різних термінів. Для тривалішого періоду часу ризик більший. Тому кредитор має одержати додаткову винагороду порівняно з варіантом, коли кошти вкладаються у короткотермінові проекти.

Отже, чинник ризику при інвестуванні в різночасові проекти зводиться до вибору таких двох альтернативних варіантів:

➤ інвестування короткотермінових проектів при гарантованих, але низьких доходах від них;

➤ інвестування довготермінових проектів, що можуть забезпечити вищі доходи, але без достатньої гарантії. Фінансовий ризик пов'язаний також із чинником інвестування проектів різних власників. Фірми характеризуються неоднаковими рівнями організації виробництва, результативністю виробничо-господарської діяльності, обсягами виробництва і реалізації продукції, розміром прибутку, позиціями на ринку тощо. Інакше кажучи, фірми розрізняються за рівнем ризику. Все це впливає на можливість своєчасного повернення інвестованих коштів, розмір відсотка, під який позичаються гроші.

Підприємець ризикує, вкладаючи кошти саме в цей проект, а не в інший, або навпаки. Немає ніякої гарантії, що обраний варіант буде найбільш вдалим. Цей різновид фінансового ризику називається *ризиком упущеної вигоди*.

До чинників фінансового ризику належить вибір джерел фінансування активів фірми. У ринкових умовах ними можуть бути коротко- або довготермінові заборгованості. За нормальних економічних умов

довготермінові позики вважаються дорожчими, ніж короткотермінові. Причиною цього є чинник часу. Чим триваліший період, на який видаються позики, тим більшою мірою позикодавці опиняються перед невизначеністю. Тому і ризик неплатоспроможності та вплив інфляції для довготермінових позик є значно більшими. Часткове його компенсування досягається подорожчанням цих позик. Такий ризик і вплив інфляції для короткотермінових позик є меншим, тому вони вважаються дешевшими.

З другого боку, довготермінові позики дають змогу використовувати кошти упродовж тривалішого періоду часу, не поновлюючи їх із року в рік. Це забезпечує ліквідність фірми, без якої вона не може успішно здійснювати господарські операції.

При користуванні короткотерміновими позиками ліквідність фірми може бути забезпечена при вчасному повторному одержанні нових позик.

Отже, використання довготермінових позик як джерела фінансування активів фірми має перевагу з точки зору забезпечення її ліквідності, але вони є дорожчими. Короткотермінові позики дешевші, проте існує непевність їх вчасного повторного одержання. Звідси, фінансування активів фірми за рахунок довго- чи короткотермінових позик має певний ризик.

12.4. Критерії та показники підприємницького ризику

У загальному процесі управління підприємницьким ризиком одне з центральних місць належить системі його показників та розрахунку їх.

У літературі, присвяченій підприємницькому ризику, немає однозначних підходів до цього питання. Наявні їх вирішення можна звести до таких варіантів:

► одні автори пропонують оцінювати розмір ризику за показником частоти появи певного рівня втрат, який розраховується як частка від ділення кількості втратних випадків на загальну кількість втратних і виграшних випадків;

► друга група економістів вважає, що для цих цілей найбільше підходить математичне очікування абсолютного рівня втрат і ступеня можливого відхилення очікуваних втрат від середнього значення;

► треті дотримуються думки, що таким показником може бути розмір відносних втрат, який визначається як відношення абсолютних втрат від певного виду діяльності до абсолютного розміру доходу від цього виду діяльності.

Показник частоти появи певного рівня втрат відповідає за змістом показнику ймовірності виникнення втрат. Він характеризує можливість виникнення втрат того чи іншого рівня. Проте обмежувати дослідження ризикованих ситуацій лише одним показником неправомірно.

Щодо показника розміру відносних втрат, який визначається відношенням абсолютних втрат від певного виду діяльності до абсолютного розміру доходу від цього виду діяльності, то слід зазначити, що значення цього показника буде тим вищим, чим більшою буде сума абсолютних втрат. Що саме цей показник характеризує і де конкретно в управлінні ризиком він може використовуватись? Припустити, що зазначений показник адекватний імовірності втрат не можна, бо значення ймовірності втрат є обернено пропорційним до самого розміру втрат. Інше припущення, що відносний розмір втрат може бути використаний у розрахунках безпосередньо до абсолютного їх значення, теж безпідставне, оскільки втрати — це категорія первинна порівняно з будь-якими іншими показниками, що стосуються ризику.

Таким чином, цей показник повною мірою не може характеризувати підприємницький ризик. Він придатний лише для аналітичних цілей. Математичне очікування показника абсолютного рівня втрат є більш прийнятним, проте з точки зору певної системи воно не дає вичерпної оцінки ризику.

Отже, для характеристики та вимірювання підприємницького ризику слід використовувати систему показників, яка має відповідати таким вимогам:

а) ґрунтуватися на теорії ймовірності, оскільки підприємницький ризик — категорія ймовірнісна;

б) мати конкретне використання в управлінні ризиком (оцінювати рівень ризику, враховуватися під час розроблення певних антиризикованих заходів, братися до уваги при здійсненні ризикованих операцій тощо);

в) урахувувати різні за змістом і формою показники ризику (абсолютні, відносні, порівняльності ризиків).

До системи показників ризику належать такі показники:

- абсолютні;
- імовірності виникнення втрат;
- порівняльності рівнів ризику.

Абсолютні показники ризику є величиною можливих втрат у вартісному виразі від здійснення ризикованих господарських операцій. Вони використовуються для:

➤ встановлення видів підприємницького ризику (допустимого, критичного, катастрофічного);

► визначення ймовірності втрат певного рівня. Знаючи їхній розмір, на основі кривої ризику встановлюється ймовірність втрат, які будуть у плановому періоді;

► розроблення конкретних заходів щодо зменшення негативного впливу ризику на результати виробничо-господарської діяльності фірми.

Показники ймовірності виникнення втрат належать до групи відносних показників. Вони дають змогу виробляти узагальнену оцінку ризику, приймати рішення про здійснення ризикованих операцій чи відмову від них.

Показники порівняльності рівнів ризику застосовуються при виборі варіантів здійснення господарських операцій, наприклад вкладення коштів у різні проекти.

Абсолютний розмір втрат — величина імовірна. Інакше кажучи, вони можуть бути в реальній дійсності більшими або меншими від очікуваних. У зв'язку з цим слід розрізняти такі втрати від ризику:

- максимальні ймовірні;
- очікувані ймовірні;
- мінімальні ймовірні.

Максимальні ймовірні втрати можуть виникати за найбільш несприятливих умов, якими характеризуються ризиковані ситуації.

Очікувані ймовірні втрати — це найбільш можливі втрати, розраховані на основі чинників ризику, поява і дія яких є найреальнішими.

Мінімальні ймовірні втрати можуть бути за найсприятливіших умов, коли негативний вплив окремих чинників є найменшим.

Дані про максимальні та мінімальні ймовірні втрати застосовуються при проведенні аналізу ризикованих ситуацій та з метою визначення різних параметрів розсіювання (стандартного відхилення, дисперсії тощо), які використовуються у розрахунках показників порівняльності рівнів ризику.

Способи розрахунку очікуваних, максимальних та мінімальних ймовірних втрат однакові. При цьому різні розміри втрат зумовлюються різною інтенсивністю дії чинника ризику (мінімальною, максимальною, очікуваною).

Методика визначення втрат (абсолютних показників) залежить від виду підприємницької діяльності, конкретних чинників і джерел ризику та наслідків, спричинених ними.

У виробничому підприємстві розмір втрат від ризику розраховується так:

а) від можливого зниження обсягу виробництва і реалізації продукції:

$$B_p = \sum_{i=1}^n \text{ВП}_{\sigma_i} (\Pi_i - 33_i),$$

де B_p — втрати від ризику, спричиненого можливим зниженням обсягу виробництва і реалізації продукції; ВП_{σ_i} — імовірне зменшення обсягу виробництва і реалізації i -го виду продукції у натуральному виразі; Π_i — ціна за одиницю i -го виду продукції; 33_i — розмір змінних витрат на одиницю i -го виду продукції; n — кількість i -х видів продукції.;

б) від імовірного зниження цін:

$$B_{p.c} = \sum_{i=1}^n \Delta\Pi_i \cdot \text{ВП}_i,$$

де $B_{p.c}$ — втрати від ризику, пов'язаного з можливим зниженням цін; $\Delta\Pi_i$ — імовірне зниження ціни одиниці i -го виду продукції; ВП_i — запланований обсяг випуску і реалізації i -го виду продукції;

в) від можливої перевитрати фонду споживання:

$$B_{p.c} = \text{ФС}_\phi - \text{ФС}_\pi = \Delta B_c \cdot \text{ЧП} + \Delta\text{ЧП} \cdot B_c,$$

де $B_{p.c}$ — втрати від ризику, який може спричинити перевитрату фонду споживання; ФС_ϕ — розмір фонду споживання з урахуванням імовірної дії негативних чинників; ФС_π — плановий розмір фонду споживання; ΔB_c — імовірне перевищення середніх виплат на одного працівника з фонду споживання порівняно із запланованим рівнем унаслідок проведення ризикованих операцій; ЧП — планова чисельність працівників; $\Delta B_c \cdot \text{ЧП}$ — імовірна перевитрата фонду споживання за рахунок перевищення середніх виплат на одного працівника; $\Delta\text{ЧП}$ — імовірне перевищення чисельності працівників порівняно з її плановою кількістю внаслідок проведення ризикованих операцій; B_c — середні очікувані виплати з фонду споживання на одного працівника; $\Delta\text{ЧП} \cdot B_c$ — імовірна перевитрата фонду споживання за рахунок перевищення чисельності працівників;

г) від імовірної перевитрати матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів:

$$B_{p.m} = M_\phi - M_\pi = \sum_{i=1}^k \Delta M_i \cdot \Pi_i + \sum_{i=1}^k M_i \cdot \Delta\Pi_i,$$

де $B_{p.m}$ — втрати від ризику, який може призвести до перевитрати матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів; M_ϕ —

імовірні очікувані витрати матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів на заданий обсяг виробництва продукції у вартісному виразі; M_{Π} — планові витрати матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів на заданий обсяг виробництва продукції у вартісному виразі; ΔM_i — імовірна перевитрата i -х видів матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів у натуральному виразі на заданий обсяг виробництва продукції; Π_i — початкова (планова) ціна одиниці i -х видів ресурсів; M_i — планові витрати i -х видів матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів на заданий обсяг виробництва продукції у натуральному виразі; $\Delta \Pi_i$ — імовірне зростання ціни одиниці i -х видів ресурсів; k — кількість i -х видів матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів; $\sum \Delta M_i \cdot \Pi_i$ — імовірна перевитрата матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів у вартісному виразі за рахунок можливого зростання цін;

д) унаслідок можливої безгосподарності:

$$B_{p.r} = \sum_{i=1}^l B_i,$$

де $B_{p.r}$ — витрати від ризику, спричиненого можливими наслідками безгосподарності; B_i — імовірні втрати від i -го виду безгосподарності (псування товарно-матеріальних цінностей, їх нестача від природних втрат, сплата штрафів тощо); l — кількість різновидів безгосподарності;

е) від можливого стихійного лиха та екологічних катастроф:

$$B_{p.c.k} = \sum_{i=1}^s B_{M_i} \cdot K_{c.k.i},$$

де $B_{p.c.k}$ — втрати від ризику, пов'язаного з можливим стихійним лихом та екологічними катастрофами; B_{M_i} — вартість i -х об'єктів чи майна підприємства; $K_{c.k.i}$ — частка (коефіцієнт) імовірних втрат i -х об'єктів чи майна підприємства, пов'язаних зі стихійним лихом чи екологічною катастрофою; s — кількість різновидів об'єктів чи майна підприємства;

е) від крадіжок і рекету:

$$B_{p.k} = \sum_{i=1}^m K_i,$$

де $B_{p.k}$ — втрати від ризику, що можуть бути наслідком крадіжок і рекету; K_i — імовірні втрати від i -х видів крадіжок та рекету (при транспортуванні матеріальних цінностей, у процесі виробництва, зі складських приміщень); m — кількість різновидів i -х крадіжок і рекету;

ж) від зміни політичних чинників:

$$V_{p,п} = \sum_{i=1}^o \Pi_i,$$

де $V_{p,п}$ — втрати від ризику, спричиненого можливими змінами політичних чинників; Π_i — імовірні втрати від i -го політичного чинника (підвищення податкових ставок, упровадження нового мита, зміна договірних умов тощо); o — кількість i -х політичних чинників.

У комерційному підприємстві розмір втрат від ризику визначається так само, як і у виробничому підприємстві. Однак при цьому враховуються особливості чинників ризику.

Порядок розрахунку найпоширеніших втрат такий:

а) від імовірного підвищення закупівельних цін:

$$V_{п.з} = \sum_{i=1}^n ЗЦ_i \cdot ОЗ_i,$$

де $V_{п.з}$ — втрати від можливого підвищення закупівельних цін; $ЗЦ_i$ — розмір можливого підвищення закупівельної ціни i -го товару; $ОЗ_i$ — обсяг закупівель i -го товару; n — кількість i -х видів товару;

б) від можливого зниження цін, за якими продається закуплений товар:

$$V_{з.п} = \sum_{i=1}^n ПЦ_i \cdot ОР_i,$$

де $V_{з.п}$ — втрати від можливого зниження продажної ціни; $ПЦ_i$ — розмір імовірного зниження продажної ціни i -го товару; $ОР_i$ — обсяг продажу i -х товарів;

в) від імовірного зниження обсягу продажу товарів:

$$V_{п.т} = \sum_{i=1}^n \Delta ОР_i (ПЦ_i - ЗЦ_i),$$

де $V_{п.т}$ — втрати від імовірного зменшення обсягу продажу товарів; $\Delta ОР_i$ — обсяг можливого зменшення продажу i -х товарів; $ПЦ_i$ — продажна ціна одиниці i -го товару; $ЗЦ_i$ — закупівельна ціна одиниці i -го товару.

г) від можливої нестачі товарів (крадіжки, псування тощо):

$$V_{т} = \sum_{i=1}^n T_i \cdot ПЦ_i,$$

де V_T — втрати від можливої нестачі товарів; T_i — обсяг можливої нестачі i -х товарів.

Визначення втрат від фінансового ризику. Специфічність чинників ризику фінансового підприємництва зумовлює і відповідний підхід до визначення розміру можливих втрат.

У зарубіжній літературі для оцінювання розміру фінансового ризику використовується такий специфічний показник, як ставка дисконту.

Дисконтна ставка — це відсоткова ставка, яка застосовується до майбутніх платежів, щоб урахувати ризик і непевність, пов'язані з чинником часу.

Дійдемо висновку, що високий ризик означає високу ставку дисконту (капіталізації), малий ризик означає низьку дисконтну ставку.

Отже, рівень ризику і розмір дисконтної ставки — поняття однозначні.

Поставимо запитання, наскільки є правомірною характеристика фінансового ризику через показник дисконтної ставки? Позитивна відповідь на це запитання неприпустима через такі міркування:

а) показник дисконтної ставки є величиною заздалегідь відомою. Він застосовується у розрахунках теперішньої вартості грошей. Коли дисконтовано майбутні доходи перевищують початкові капіталовкладення, інвестори вкладатимуть гроші у відповідні проекти. Отже, дисконтна ставка може належати до нормативів, які використовують в управлінні фінансами. Тому, виходячи з визначеної раніше сутності ризику, вона не може бути його виміром. Дисконтна ставка — показник детермінований, ризик — імовірнісний, стохастичний;

б) припустімо, що завчасно встановлений розмір дисконтної ставки і дійсний її розмір збіглися. Підприємець заздалегідь розрахував теперішню вартість майбутніх доходів, яка має становити, наприклад 10 млн грн. Фактичний її розмір не відрізняється від розрахованого. Як в планових, так і у фактичних розрахунках використовувалась дисконтна ставка. А де ж тут ризик? Його немає. Інша справа, якщо б фактичний розмір дисконтної ставки внаслідок дії ймовірнісних негативних чинників (можливе підвищення темпів інфляції в окремі періоди часу, непередбачене зниження ділової активності тощо) зріс порівняно із заздалегідь визначеним її розміром, то цю ситуацію можна характеризувати як таку, де був ризик.

Отже, ризик у фінансовому підприємстві пов'язаний з можливою зміною величини дисконтної ставки порівняно із заздалегідь визначеним її розміром. Тому принципи підходу до визначення втрат від фінансового ризику є такими самими, як і ті, що використовуються у розрахунках виробничих і комерційних ризиків. Інакше кажучи, вони будуть тоді, коли можуть з'явитися негативні чинники, не враховані в розрахунках очікуваних (планових) фінансових показників.

Втрати від ризику у фінансовому підприємстві визначаються у розрізі чинників ризику.

Розмір можливих втрат вартості грошей, пов'язаних з чинником часу, розраховують так:

а) від вкладення грошей у купівлю облігацій:

$$ВГ_0 = ВГ_{Т,0} - ВГ'_{Т,0},$$

де $ВГ_0$ — імовірна втрата вартості грошей від купівлі облігацій у зв'язку з можливими діями негативних чинників; $ВГ_{Т,0}$ — розрахункова теперішня вартість грошей, вкладених у купівлю; $ВГ'_{Т,0}$ — імовірна теперішня вартість грошей, вкладених у купівлю облігацій, зумовлена можливими діями негативних чинників. При цьому

$$ВГ_{Т,0} = I \cdot ВЧА + F \cdot ВЧВ,$$

де I — відсотки за кожний період часу (рік, півріччя, квартал); $ВЧА$ — відсотковий чинник теперішньої вартості анuitету; F — номінальна ціна облігації; $ВЧВ$ — відсотковий чинник теперішньої вартості облігації.

Анuitет — це послідовність платежів за певні регулярні проміжки часу. У цьому разі анuitетом є періодично (раз у рік, щопівроку або щоквартально) сплачувана власникам облігацій певна сума грошей як відсоток.

Теперішня вартість грошей — це грошова вартість майбутніх надходжень чи доходів з поправкою на ставки дисконту (капіталізації).

Відсотковий чинник теперішньої вартості анuitету визначається за формулою:

$$ВЧА = \frac{1}{(1+R)} + \frac{1}{(1+R)^2} + \dots + \frac{1}{(1+R)^t},$$

де R — дисконтна ставка (коефіцієнт); t — кількість років.

Відсотковий чинник теперішньої вартості облігацій розраховують так:

$$\text{ВЧВ} = \frac{1}{(1 + R)^t}$$

Імовірну теперішню вартість грошей від купівлі облігацій у зв'язку з можливими діями негативних чинників визначають за формулою

$$\text{ВГ}'_{\text{т.о}} = I \cdot \text{ВЧА}' + F \cdot \text{ВЧВ}'$$

де $\text{ВЧА}'$ — відсотковий чинник теперішньої вартості ануїтету, визначений з урахуванням імовірної дії негативних чинників, які можуть привести до зростання розміру дисконтної ставки; $\text{ВЧВ}'$ — відсотковий чинник теперішньої вартості облігацій, визначений з урахуванням імовірної дії негативних чинників, які можуть привести до зростання розміру дисконтної ставки;

б) від вкладення коштів у купівлю акцій. Імовірні втрати розраховують з дотриманням викладених вище підходів:

$$\text{ВГ}_a = A_{\text{т.в}} - A'_{\text{т.в}}$$

де ВГ_a — втрата вартості грошей, вкладених у купівлю акцій, пов'язана з можливою дією негативних чинників; $A_{\text{т.в}}$ — теперішня вартість дивідендів і виручки від продажу акцій, розрахована за нормальних умов (без ризику); $A'_{\text{т.в}}$ — імовірна теперішня вартість дивідендів і виручки від продажу акцій, зумовлені можливими діями негативних чинників.

Теперішню вартість дивідендів і виручки від продажу акцій визначають так:

$$A_{\text{т.в}} = \sum_{i=1}^t D_i \cdot \text{ВЧА}_i + A_{\text{ц}} \cdot \text{ВЧВ}$$

де $A_{\text{т.в}}$ — теперішня вартість дивідендів і виручки від продажу акцій; D_i — розмір дивідендів за i -й період часу; ВЧА_i — відсотковий чинник теперішньої вартості ануїтету за i -й період часу; $A_{\text{ц}}$ — ціна акції в останньому році t -го періоду часу; t — тривалість часового періоду, на який фірма купує акції.

Імовірну теперішню вартість дивідендів та виручки від продажу акцій ($A'_{\text{т.в}}$) розраховують так:

$$A'_{\text{т.в}} = \sum_{i=1}^t D'_i \cdot \text{ВЧА}'_i + A'_{\text{ц}} \cdot \text{ВЧВ}'$$

де D'_i — імовірний розмір дивідендів за i -й період часу з урахуванням можливої дії негативних чинників; $ВЧА'_i$ — імовірне значення відсоткового чинника теперішньої вартості ануїтету за i -й період часу з урахуванням можливого зростання дисконтної ставки; $A'_ц$ — імовірна ціна акції в останньому році t -го періоду часу з урахуванням можливої дії негативних чинників; $ВЧВ'$ — імовірний відсотковий чинник теперішньої вартості акції з урахуванням можливої дії негативних чинників. При цьому порядок визначення ціни акцій залежить від їх виду. Ціну привілейованих акцій розраховують за формулою

$$A_{ц.п} = \frac{D}{R},$$

де $A_{ц.п}$ — ціна привілейованої акції; D — розмір постійного дивіденду.

Звичайні акції оцінюються так:

а) акції з постійним дивідендом:

$$A_{ц.п.д} = \frac{D}{R_s},$$

де $A_{ц.п.д}$ — ціна звичайної акції з постійним дивідендом; R_s — дисконтна ставка саме цих акцій;

б) акції з постійним приростом дивідендів:

$$A_{ц.п.д} = \frac{D_1}{R_s - q},$$

де $A_{ц.п.д}$ — ціна звичайної акції з постійним приростом дивідендів; D_1 — сподівані дивіденди на акцію через рік (після останнього сплаченого дивіденду); q — темп приросту дивідендів;

в) акції з непостійним приростом дивідендів:

$$A_{ц.п.i} = \frac{D_{i+1}}{R_s - q},$$

де $A_{ц.п.i}$ — ціна звичайної акції з непостійним приростом дивідендів у i -му році; D_{i+1} — розмір дивідендів у наступному році за i -м роком;

г) від інвестицій в окремі проекти з урахуванням інфляції:

$$ВГ_{п.i} = ТВ_{г.п.i} - ТВ'_{г.п.i},$$

де $ВГ_{п.i}$ — імовірні втрати від інвестицій в окремі проекти у зв'язку з імовірною зміною ставок дисконту та можливим зростанням інфляції; $ТВ_{г.п.i}$ — розрахункова теперішня вартість певних грошових потоків, визначена на основі передбачених величин ставки дискон-

ту та рівня інфляції; $ТВ'_{г.п i}$ — теперішня вартість тих самих грошових потоків з урахуванням імовірних змін ставок дисконту та можливого зростання інфляції.

Теперішню вартість грошового потоку визначають двома способами:

$$1) ТВ_{г.п i} = \sum_{i=1}^n ГП_i \frac{1}{\left(1 + \frac{R - t_i}{100}\right)^{k_i}},$$

де $ГП_i$ — грошові потоки в i -му періоді часу; t_i — рівень інфляції, %; n — кількість часових періодів (років); k_i — k -й часовий період інфляції;

$$2) ТВ_{г.п i} = \sum_{i=1}^n ГП_i \left(1 + \frac{t_i}{100}\right) ВЧВ.$$

Методика оцінювання підприємницького ризику. Оцінювання ризику на основі показників імовірності виникнення втрат певного рівня може використовуватись у відповідних розрахунках за минулий період, коли вже відома вся кількість втратних і виграшних випадків. Для планового періоду, в якому втратні випадки накопичуються поступово і їхня кількість буде відома аж наприкінці цього періоду, такий підхід прямого оцінювання ризику неможливий. Постає запитання, як оцінити в певній ситуації рівень підприємницького ризику, що періодично може виникати? Це завдання розв'язується за допомогою попередньо побудованої на основі даних минулих років кривої розподілу ймовірностей виникнення певного рівня втрат прибутку (кривої ризику). Якщо при визначенні ймовірності втрат за минулі роки порівнювалась кількість втратних випадків певного рівня із загальною кількістю втратних і виграшних випадків, то для її розрахунку в плановому періоді досить знати розмір втрат. На основі кривої ризику встановлюється рівень імовірності, який відповідає певному розміру втрат.

Отже, сутність проблеми зводиться до побудови кривої ризику. Послідовність цього процесу така. На першому етапі встановлюються зони ризику, в межах яких втрати не перевищують певного визначеного рівня.

Основні зони ризику показано на рис. 12.2. Як бачимо, залежно від розміру втрат можуть бути чотири зони ризику:

- безризикова;
- допустимого ризику;
- критичного ризику;
- катастрофічного ризику.

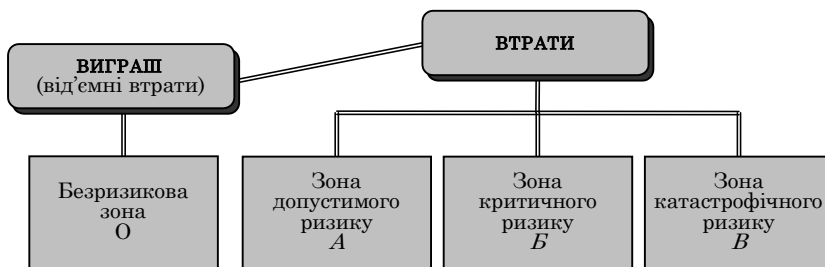


Рис. 12.2. Основні зони ризику:

A — розмір втрат, що дорівнює сумі очікуваного прибутку; *B* — розмір втрат, що дорівнює розміру очікуваної виручки; *B* — розмір втрат, що дорівнює майновому стану підприємства

Безризиковою є зона, де немає будь-яких втрат при здійсненні господарських операцій.

Зона допустимого ризику характеризується можливим розміром втрат, що не перевищують розміру очікуваного прибутку. У найгіршому разі фірма може втратити весь прибуток, в іншому — за умови сприятливого збігу обставин втрати будуть незначними.

Основні риси зони допустимого ризику такі:

- часті випадки настання ризику;
- незначний розмір втрат, що випадає на одну ризиковану ситуацію;
- велика ймовірність виникнення втрат певного рівня;
- втрати піддаються точному розрахунку в межах одного року;
- настання ризикованих подій не приводить систему до зміни певних цілей.

Зона критичного ризику — це зона, в якій можливий розмір втрат перевищує прибуток, але не більше, ніж розмір виручки. Інакше кажучи, коли будуть втрати в зоні критичного ризику, то підприємець може не тільки не одержати ніякого прибутку, а й втратити всі кошти, вкладені в господарську справу.

Характерними ознаками критичного ризику є:

- нечасті випадки настання ризику;
- середній рівень ймовірності виникнення певного рівня втрат;
- порушення системи такою мірою, яке призводить до зміни поставлених цілей.

Зона катастрофічного ризику — найнебезпечніша, можливі втрати в якій перевищують виручку і можуть досягти розміру, що дорівнює майновому стану підприємства.

До катастрофічного ризику прирівнюють ризики, пов'язані з прямою небезпекою для життя працівників, виникненням екологічних катастроф, незалежно від розміру втрат.

Основними рисами зони катастрофічного ризику є:

- вкрай рідкісні випадки настання ризику;
- дуже низька ймовірність виникнення втрат певного рівня;
- низький рівень передбачуваності ризику або навіть і сумнівність його передбачення;
- настання ризику може призвести до банкрутства, краху або ліквідації фірми.

Водночас було б некоректним стверджувати, що критичний чи катастрофічний ризик є взагалі недопустимим. Усе залежить від того, яка ймовірність виникнення того чи іншого ризику і які допустимі його рівні. Маючи такі дані, можна дійти висновку щодо здійснення чи нездійснення ризикових підприємницьких операцій.

12.5. Попереджувальні заходи, способи нейтралізації та мінімізації негативних наслідків можливих ризиків

Визначення системи показників, порядку оцінювання підприємницького ризику та встановлення гранично допустимого його рівня є основною вироблення антиризикових заходів як заключного етапу в управлінні підприємницьким ризиком. Їх можна поділити на такі три основні групи:

- превентивні;
- обмежувальні;
- компенсуючі.

|| ***Превентивними*** називаються заходи, спрямовані на недопущення ризикованих ситуацій. ||

Наприклад, обґрунтований вибір постачальників матеріально-технічних ресурсів, який передбачає можливість зривів постачання, проведення комплексу профілактичних заходів щодо попередження передчасного непередбаченого виходу технологічного обладнання з ладу та ін. В управлінні ризиком ці заходи є першочерговими, оскільки дають змогу уникнути втрат, які можуть спричинитися реалізацією ризикованої ситуації. Історично склалося, що вони є найбільш домінуючими і ефективними серед інших видів антиризикових заходів.

Об'єктом превентивних заходів виступають ризиковані ситуації. Превентивні заходи поділяють на універсальні і спеціальні.

До *універсальних* належать заходи щодо різних видів ризиків, які за своєю сутністю мають однаковий характер впливу. Наприклад, розроблення різних нормативно-регламентуючих документів (розпоряджень, наказів, постанов, планів-графіків виконання робіт, інструкцій тощо), забезпечення дотримання трудової, виробничої та технологічної дисципліни працівниками за допомогою використання системи стимулів (матеріальних, моральних) і примусів.

Спеціальні превентивні заходи спрямовані на недопущення окремих видів підприємницького ризику, пов'язаного з можливим зростанням цін, зміною курсу валюти або падінням ділової активності.

Обмежувальні антиризикові заходи — це заходи, спрямовані на стримування розвитку ризику та зменшення розміру втрат від появи ризикованих ситуацій, яких не можна уникнути.

Щодо превентивних заходів, то вони є вторинними. Їх об'єктом є безпосередньо розмір втрат. Прикладом обмежувальних заходів може бути розроблення плану дій у відповідь на зміну поведінки конкурентів на ринку, рівня цін, попиту тощо.

Компенсуючі антиризикові заходи мають на меті покриття (повністю або частково) втрат від ризику.

Вони є третинними, тобто починають діяти, коли превентивні й обмежувальні заходи не дають належного результату. Їх об'єктом є та частина втрат, яка може відшкодуватися за рахунок розроблення і впровадження відповідних заходів. До компенсуючих заходів належать страхування майна фірми страховими компаніями, створення фонду самострахування, хеджування господарських операцій та ін.

Взаємозв'язок і відмінність різних антиризикових заходів наведено в табл. 12.4.

Таблиця 12.4. Взаємозв'язок і вімінність різних антиризикових заходів

Характеристики	Заходи		
	Превентивні	Обмежувальні	Компенсуючі
Черговість застосування заходів	Первинні	Вторинні	Третинні
Об'єкт дослідження	Ризиковані ситуації	Розмір втрат	Частина втрат, яка може бути відшкодована
Характер ризикованих ситуацій, для яких розробляються заходи	Піддаються усуненню	Піддаються обмеженню у розвитку	Завдають втрат, які слід покрити за рахунок певних джерел

Антиризикові заходи можуть використовуватися за двома принципами:

а) послідовності дій, яка передбачає таку черговість заходів: превентивні — обмежувальні — компенсуючі;

б) одночасності дій, при якій можуть застосовуватись паралельно такі заходи, як обмежувальні та компенсуючі, превентивні та компенсуючі і т. д.

Кожен із цих принципів використання заходів має як позитивні, так і негативні сторони. Принцип послідовності дій потребує менших витрат ресурсів, проте він не досить надійний з точки зору кінцевого результату від реалізації антиризикових заходів. Застосування принципу одночасності дій обходиться фірмам дорожче, однак рівень надійності функціонування господарської системи вищий.

Звичайно, така характеристика принципів використання антиризикових заходів є неповною. У практиці можуть бути випадки, що суперечать викладеним положенням. Тому вибір тих чи інших заходів має ґрунтуватися не тільки на позитивних і негативних сторонах зазначених принципів, а й на врахуванні конкретних чинників.

Конкретними чинниками є:

- характер ризикованих ситуацій;
- розмір втрат від ризику;
- імовірність втрат певного рівня;
- вартість антиризикових заходів;
- економія на втратах, яку можна одержати від реалізації антиризикових заходів;
- частина відшкодування втрат за рахунок різних джерел (собівартості, прибутку, фонду самострахування, виплат страхових компаній).

Нижче розкрито сутність антиризикових заходів, які найчастіше трапляються в управлінні підприємницьким ризиком.

Зменшення рівня ризику господарських операцій досягають за рахунок кращого вивчення надійності юридичних осіб, з якими певне підприємство має ділові контакти. Такі чинники, як фінансовий стан партнера, його юридична форма, якість керівництва, положення на ринку та багато інших, визначають її міру: чим надійність вища, тим рівень ризику буде меншим.

Отже, здійснюючи господарські операції з іншими підприємствами, фірма має знати, наскільки ризиковано мати з ними справу, яка гарантія виконання домовленостей у встановлені терміни та в повному обсязі.

У деяких зарубіжних країнах, зокрема Німеччині, з цією метою застосовують сітку ризику для клієнтів фірми. У ній зазначають чинники ризику, дають конкретну бальну оцінку кожному з них і визначають загальну оцінку ризику (надійність клієнта).

Форс-мажор — це події, надзвичайні ситуації, які не можуть бути передбачені, попереджені або усунені будь-якими заходами або зумовлені правилами страхування надзвичайні обставини, на випадок яких страховик звільняється від виконання зобов'язань за договором страхування.

Більшість страховиків відносять сюди випадки, зумовлені військовими діями, страйками, запровадженням надзвичайного стану, радіоактивними викидами тощо. Замість цього був узятий протилежний курс. Якщо звернутися до досвіду зарубіжних фірм, то їхня економіка процвітає і в не останню чергу за рахунок такого чинника, як знання підприємцем розміру витрат на будь-який виріб, у будь-який період часу, по будь-якому підрозділу.

На вітчизняних підприємствах унаслідок неправильного ставлення до заводського планування у перехідний до ринку період здебільшого перестали розраховувати планову собівартість продукції по структурних підрозділах, що є неприпустимим. Безконтрольність формування витрат спричинила їх зростання. На думку як вітчизняних, так і зарубіжних спеціалістів, цей чинник є однією з причин високих темпів інфляції, що були недавно, оскільки спіралеподібно по чергово підвищувалися ціни і зростали витрати.

Зміст викладених причин втрат, викликаних простоями обладнання внаслідок організаційно-технічних неполадок на виробництві, зумовлює необхідність упровадження адекватних заходів, спрямованих на їх усунення.

12.6. Страхування як метод зниження ризиків

Компенсуючі антиризикові заходи подані різними формами страхування: традиційним страхуванням, яке здійснюється страховими компаніями, хеджуванням, самострахуванням. З точки зору розміру втрат, що відшкодовуються, найбільша частка припадає на традиційне страхування.

У ринкових умовах починає прокладати собі дорогу і такий специфічний вид страхування, як хеджування.

Щодо самострахування, то досвіду його використання фірми України ще не мають. Воно існує поки що теоретично.

Страхування у традиційному розумінні слова полягає в акумулюванні фінансових ресурсів підприємств з метою відшкодування їм втрат від ризику. Воно має на меті забезпечити страховий захист

фірм у вигляді повного або часткового відшкодування втрат, заподіяних ризикованими ситуаціями.

Оскільки нижче використовуватиметься спеціальна страхова термінологія, дамо визначення цих термінів.

Страхувальник — юридичні та фізичні особи, які страхують втрати від ризику, сплачують страхові премії (платежі) і мають право за законом на основі договору страхування одержати страхове відшкодування при настанні страхової події.

Страховик — страхова організація, яка бере на себе зобов'язання відшкодувати збитки або виплатити страхову суму страхувальнику або особі, на користь якої укладений договір страхування, при настанні страхових випадків, обумовлених у договорі страхування.

Страховий випадок — подія, при настанні якої на підставі закону або договору страховик зобов'язаний виплатити страхове відшкодування (страхову суму).

Страховий тариф — платіж у грошовому виразі з 1000 грн страхової суми або у відсотках від неї.

Страхове відшкодування — грошова сума, яка виплачується страховиком згідно з умовами майнового страхування при настанні страхового випадку.

Страхова вартість — дійсна, фактична вартість об'єкта страхування.

Страхова сума — оголошена страхувальником при підписанні договору страхова сума, на яку страховик страхує свій інтерес.

Для страхування втрат від ризику страхувальник і страховик укладають договір страхування. Відповідно до цього страхуванню можуть підлягати як основні, так і оборотні засоби: будівлі, споруди, передавальні пристрої, технологічне обладнання, господарський інвентар, сировина, матеріали, готова продукція тощо.

Враховуючи, що різні об'єкти підлягають ризику неоднаковою мірою, наприклад дерев'яні будівлі більш ризиковані, кам'яні — менш, фірми можуть укладати договори страхування на все майно або його певну частину (окремі транспортні засоби, верстати, машини, будівлі).

Відповідно до чинного положення майно підприємств страхується від втрат, пов'язаних з ризиком тоді, коли вони спричинені землетрусом, зсувами, бурями, обвалами, ураганами, градом, великими

снігопадами, зливами, діями підґрунтових вод, затопленням, пожежею, туманами, блискавками, вибухом, аварією, викидом газу, крадіжками зі зломом тощо. Як видно з цього переліку страхових випадків, вони неповно охоплюють усі можливі втрати від ризику. У ринкових умовах, як засвідчує зарубіжний досвід, діапазон причин втрат від ризику, які можуть бути застраховані, значно ширший.

При настанні страхових випадків страховик виплачує страхувальнику страхове відшкодування (страхову суму). Його розмір визначається у таких відсотках до розміру збитків від загибелі (пошкодження) майна, в яких майно було застраховане.

Приклад. Страхова вартість (фактична вартість об'єкта страхування) становить 400 тис. грн, а страхова сума (вартість, оголошена страхувальником при укладанні договору страхування) — 280 тис. грн, розмір понесених фірмою втрат — 200 тис. грн. Отже, сума страхового відшкодування становитиме $(280 \cdot 200 : 400) = 140$ тис. грн.

Дієвість страхування втрат від ризику значною мірою залежить від умов, яких потрібно дотримуватись при його здійсненні, зокрема:

► встановлення залежності розміру страхових тарифів від імовірності виникнення втрат та їх рівня. Розмір тарифів пропонується визначати такими методами:

- а) на основі теорії ймовірності та методів математичної статистики і використання часових рядів;
- б) на основі експертних оцінок;
- в) за аналогією з іншими об'єктами або компаніями;
- г) з використанням математичної статистики і розрахунку доходності.

Найобґрунтованішим є перший метод розрахунку розміру страхових тарифів, хоча, зрозуміло, що його можна використовувати не в усіх випадках, тому право на існування мають й інші методи:

► обов'язкове здійснення заходів попереджувального характеру, спрямованих на зменшення розміру втрат. У їх проведенні мають бути зацікавлені обидві сторони. У зв'язку з цим потрібно розробити економічні стимули такої зацікавленості страховика і страхувальника. Це складна проблема, вирішення якої потребує пошуку спеціальних методів економічного оптимізаційного розрахунку;

► розрахунки ефективності порівняльних варіантів (з одного боку, різних видів страхування і, з другого, — інших заходів щодо попередження ризику чи зменшення втрат від нього).

Подальше розширення сфери страхування втрат від ризику, використання його як дієвого механізму відшкодування збитків пов'язане з удосконаленням розрахунку розміру страхового відшкодування та обґрунтуванням об'єкта страхування.

Установлення залежності розміру страхового відшкодування від співвідношення страхової суми і вартості об'єкта страхування призводить у ряді випадків до необґрунтованого зниження виплачуваного відшкодування. Більш логічною є залежність його від розміру страхової суми та понесених збитків.

Викликає сумнів використання у страхуванні втрат від ризику таких об'єктів, як майна, матеріальних цінностей, грошових коштів тощо. Оскільки страхуються втрати від ризиків, то і об'єктом його мають бути саме вони. Використання втрат від ризику як об'єкта страхування має такі переваги:

- забезпечується більш обґрунтований підхід до питань страхування втрат від ризику з боку фірм. У цьому разі страхуються не будівлі, не транспортні засоби, а можливі втрати, яких можуть зазнати ці матеріальні об'єкти за певних умов. Оскільки об'єктом страхування виступають втрати, то це змусить страховальника об'єктивніше підходити до їх визначення, здійснювати диференціацію майна щодо необхідності його страхування;

- поєднує у єдине дії працівників фірми щодо оцінки розміру ризику та страхування втрат від нього;

- створює передумови для ефективнішого використання коштів підприємств. Оскільки страхуються втрати, розмір яких попередньо прораховується, проводиться диференціація об'єктів, що страхуються і не страхуються, то, зрозуміло, розмір коштів, який виділятиметься на ці цілі, буде обґрунтованішим, у ряді випадків меншим.

Страхування набуде рис упорядкованого процесу, стане невід'ємним елементом господарювання. Як створення виробничих запасів матеріальних ресурсів, резервних потужностей, резервного обладнання, що мають на меті забезпечення нормального ходу виробництва, так і страхування втрат від ризику стане складовою економічної діяльності фірм, які хочуть успішно функціонувати. Нині, коли об'єктом страхування є матеріальні цінності, майно, а методика визначення розміру страхового відшкодування виступає як спонукач страхувати все майно і на всю страхову вартість, страхування перетворено до деякої міри в примусову акцію. Крім цього, страхування втрат (як об'єкта) від ризику є зрозумілішим для підприємств. Одна справа, коли страхуються будівлі, а інша, — коли страхуються втрати. З психологічної точки зору, втрати завжди легше і вигідніше страхувати, ніж матеріальні об'єкти, бо вони (втрати) асоціюються з неминучістю настання.

Спрощена схема їх розв'язання може бути така:

- а) об'єктом страхування є втрати від ризику;
- б) страхова сума встановлюється на рівні втрат від ризику;
- в) страховий тариф визначається у відсотках від страхової суми;

г) страхова премія розраховується як добуток страхової суми і страхового тарифу, поділеного на 100;

д) розмір страхового відшкодування дорівнює розміру втрат від ризику, який не може перевищувати страхової суми.

Проведення операцій хеджування. В Україні цей напрям зменшення втрат від ризику поки що не використовується. Така ситуація пояснюється недостатнім розвитком ринкової інфраструктури.

Хеджування — це страхування від втрат, зумовлених несприятливою зміною цін на товари у майбутньому.

Основу хеджування становлять ф'ючерсні контракти. Вони є формальною угодою, за якою продається або купується певна кількість товару за визначеною ціною для передачі його згодом у встановлений час. Отже, ф'ючерсні контракти — це договори зобов'язання. Вони можуть укладатися також за умови, що певного товару в цей момент може і не бути. Основними показниками такого контракту є зафіксована ціна товару і обумовлений термін його поставки.

Слід мати на увазі, що ф'ючерсна угода просто так не може бути відмінена або анульована. Вона ліквідується двома шляхами:

- укладанням протилежної угоди на таку саму кількість продукції;
- поставкою товару відповідно до зазначеного у контракті терміну.

Механізм дії хеджування на зменшення втрат від ризику можна простежити на такому прикладі.

Приклад. Припустімо, що фермер відгодує молодняк великої рогатої худоби для здачі його в листопаді на м'ясо.

У квітні за його розрахунками ціна за 1 кг м'яса з урахуванням одержання помірного прибутку становитиме 4 грн. Передбачаючи падіння цін у період м'ясової здачі худоби, фермер підписує на ф'ючерсній біржі контракт на поставку м'яса 5 листопада за ціною 4,5 грн за 1 кг. Вона складається із попередньо визначеної ціни за 1 кг м'яса разом з витратами на транспортування худоби до місць її прийому.

На початку листопада виявилось, що поточна ціна наявного ринку за 1 кг м'яса зменшилась до 3,8 грн, а на ф'ючерсній біржі до — 4,2 грн.

За кілька днів до настання зазначеного в контракті терміну поставки м'яса фермер приймає таке рішення:

- продає м'ясо на ринку по 3,8 грн за 1 кг;
- викупує свій же контракт з розрахунку 4,2 грн за 1 кг м'яса. Результати хеджування наведено в табл. 12.5.

Таблиця 12.5. Результати проведення операцій хеджування

Ринок наявного товару	Термін	Ф'ючерсний ринок
Ціна продукції становить 4 грн за 1 кг	Квітень	Продаж листопадових ф'ючерсів за ціною 4,5 грн за 1 кг
Продаж продукції на ринку наявного товару за ціною 3,8 грн за 1 кг	Листопад	Викуп листопадових ф'ючерсів за ціною 4,2 грн за 1 кг
Втрати в ціні за 1 кг становлять 0,20 грн (4,00 – 3,80)		Виграш від ф'ючерсів становить 0,30 грн (4,50 – 4,20)

Отже, у загальному підсумку фермер не зазнав втрат, хоча ціни на продукцію знизились.

Виникає таке запитання: яким би міг бути результат, коли б фермер все таки поставив свій товар на ф'ючерсний ринок? Він би програв, оскільки продукція реалізовувалася б по 4,2 грн за 1 кг, але при цьому були б додаткові витрати, пов'язані з її транспортуванням, у сумі 0,5 грн за 1 кг. Таким самим міг бути і результат, коли б фермер взагалі не укладав ф'ючерсного контракту.

Таким чином, проведення фермером хеджування дало можливість уникнути втрат від ризику в сумі 0,3 грн за 1 кг м'яса.

Проводити операції хеджування доцільно не тільки в сільському господарстві, а й в інших галузях матеріального виробництва. Це, зокрема, стосується тих виробничих структур, в яких є значний часовий розрив між виробництвом і реалізацією продукції.

Для успіху в хеджуванні потрібно чітко орієнтуватись у ціновій політиці, бути впевненим, що на момент продажу товару ціна знизиться. Якщо ціни незмінні, то хеджування є зайвим, оскільки фірма не матиме ніякого виграшу, а лише зазнає додаткових витрат (комісійні винагороди та винагороди брокера).

За такими самими принципами здійснюється також хеджування операцій, пов'язаних з фінансовим ризиком.

У зарубіжній практиці є й інші види хеджування. Постачальники і покупці підписують довготермінові угоди (так звані контракти з «умовною вимогою»). Термін, на який вони укладаються, може досягати 20-річного періоду. У цих контрактах зазначають кількість, ціну і терміни поставок відповідної продукції.

Для постачальника такі контракти вигідні тим, що вони гарантують визначений заздалегідь обсяг збуту продукції, а для споживача — стабільне одержання певної кількості товарів за фіксованими цінами.

Самострахування ризику. Одним із можливих шляхів зменшення втрат від ризику є самострахування. Воно пов'язане зі створенням спеціального централізованого резервного фонду. В яких випадках доцільно користуватися цим джерелом покриття втрат?

Самостраховання ефективне за таких умов:

► господарська одиниця (науково-технічний комплекс, концерн, науково-виробниче об'єднання) складається з ряду юридичних осіб, що мають закінчену систему бухгалтерського балансу, розрахунковий рахунок у банку, печатку тощо. У цьому разі, враховуючи ймовірність виникнення певного рівня втрат, страхові премії, сплачувані страховим компаніям, можуть бути більшими від страхових відшкодувань, що виплачуються підприємству органами страхування, оплачувані страхові премії за певний період перевищують розміри страхових відшкодувань, що одержують фірми від страхових компаній на покриття втрат від ризику. При цьому важливим є правильне встановлення тривалості зазначеного періоду. Він може вимірюватися кількістю років між двома суміжними відносно великими розмірами виплачених страхових відшкодувань.

Приклад. Щорічні страхові премії органам страхування за ризиковані операції становлять 6 тис. грн. Фірма одержала страхові відшкодування за втрати від ризику: в 1995 р. — 12 тис. грн; 1996 — 2; 1997 — 1; 1998 — 1,5 і у 1999 р. — 9 тис. грн. Отже, період, в межах якого порівнюватимуться суми страхових премій і страхових відшкодувань на покриття втрат, становитиме п'ять років. Розмір страхової премії, що сплатила фірма за цей час, дорівнює 30 тис. грн, а сума страхового відшкодування — 25,5 тис. грн (12 + 2 + 1 + 1,5 + 9).

Висновок щодо того, слід користуватися послугами страхових компаній чи ні, зрозумілий:

► страхові компанії не здійснюють страхування певного майна (втрач від ризику);

► фірма володіє великою кількістю однорідного майна, а ймовірність втрат його дуже мала. Враховуючи цей чинник, транснаціональні нафтові компанії здійснюють самостраховання танкерів. Розрахунки показують, що втрата одного танкера в рік (а ймовірність цього дуже незначна) обійдеться компанії у меншу суму, ніж розмір страхових премій за весь парк танкерів, який досягає сотень одиниць.

Оскільки у вітчизняній практиці поки що не застосовується метод самостраховання ризику, то викладемо деякі міркування щодо порядку утворення та використання централізованого резервного фонду самостраховання. Централізований резервний фонд самостраховання створюється на рівні управління господарською одиницею. У самостійних підприємствах, що виступають як складові структури комплексів, науково-виробничих об'єднань, вони не створюються.

Самострахованням можуть охоплюватися всі види ризиків, які завдають фірмам втрат. У ринкових умовах виглядає анахронізмом

наявність обов'язкового страхування. Кожне підприємство повинно мати вибір:

- страхувати втрати від ризику за допомогою страхових компаній;
- здійснювати самострахування;
- використовувати інші форми захисту від ризику.

Розміри відрахувань у централізований резервний фонд самострахування визначаються на рівні страхових премій, які мали б сплачуватися підприємствами у разі страхування ризику страховими компаніями.

Щорічним джерелом коштів створення такого фонду є собівартість продукції. Вони зараховуються у статтю «Загальногосподарські витрати» (податки та інші обов'язкові відрахування і витрати).

Кошти централізованого резервного фонду самострахування використовуються строго за цільовим призначенням, тобто на покриття втрат від тих ризикованих операцій, які були самозастраховані. Розмір відшкодування втрат від ризику визначається за методикою, прийнятою у страховій справі.

Кошти резервного фонду самострахування, невикористані в цьому році, переходять у фонд наступного року. Перехідні перерахунки доцільно робити упродовж п'яти років. Після цього залишок коштів фонду спрямовується на збільшення прибутків.

13.

Економічна ефективність малого і середнього бізнесу на селі та її оцінювання

- **Критерій оцінювання ефективності малого і середнього бізнесу на селі**
- **Показники, що відображують ефект від підприємницької діяльності**
- **Методика визначення загальних показників економічної ефективності малого і середнього бізнесу**
- **Оцінювання фінансового стану та виробничо-фінансових результатів діяльності підприємств малого і середнього бізнесу на селі**

13.1. Критерій оцінювання ефективності малого і середнього бізнесу на селі

У процесі формування ринкових відносин в аграрній сфері виникли нові форми підприємництва, зокрема селянські (фермерські) господарства, господарські товариства різних видів, сільськогосподарські й обслуговуючі кооперативи, селянські спілки та інші формування, що склали основу сучасного малого і середнього бізнесу на селі. Значну частину товарної продукції сільського господарства в Україні виробляють особисті підсобні господарства населення, які також є специфічним представником малого бізнесу на селі.

Кожна форма підприємницької діяльності відрізняється особливостями формування потоку доходів і витрат та економічними інтересами (пріоритетами) груп співвласників. У зв'язку з цим об'єктивно оцінити економічну ефективність діяльності суб'єктів малого і середнього бізнесу на селі можна, виходячи з інтересів співвласників бізнесу, завдань аналізу та із застосуванням найбільш придатних для конкретної форми підприємницької діяльності методів і показників аналізу.

Економічна ефективність є загальною економічною категорією для будь-якого виду підприємницької діяльності. Вона визначається зіставленням економічного результату (вигод від бізнесу) до витрат на досягнення цього результату. Цей критерій (основний принцип, мірило) повною мірою стосується також суб'єктів малого і середнього бізнесу на селі, які здійснюють діяльність з метою

максимізації своїх економічних результатів і мінімізації витрат, пов'язаних з отриманням певного результату.

Критерій економічної ефективності визначають за формулою

$$e = \frac{E \rightarrow \max}{B \rightarrow \max}, \quad (1)$$

де e — критерій економічної ефективності; E — економічний результат (вигода або ефект); B — витрати на досягнення економічного результату.

Критерій економічної ефективності потребує застосовування в оцінках вигод і витрат малого та середнього бізнесу на селі загально-економічного підходу. Згідно з ним під ефектом розуміють усі прямі, сукупні й непрямі вигоди, які отримують суб'єкти підприємницької діяльності й суспільство внаслідок діяльності малого і середнього бізнесу на селі. До складу витрат належать усі витрати, які здійснюються у процесі діяльності підприємств малого і середнього бізнесу.

Наприклад, від діяльності малого і середнього бізнесу на селі, окрім його вигод, суспільство, зокрема, отримує: податки, податкові збори, нарахування тощо, які для бізнесу є витратами; додаткові робочі місця у сільській місцевості, для створення яких держава мала б профінансувати спеціальну програму. Водночас з метою стимулювання малого і середнього бізнесу на селі держава може надати товаровиробникам певні пільги через податкові, кредитні, амортизаційні, митні та інші механізми. Такі пільги збільшують вигоди, які отримують суб'єкти підприємницької діяльності, але у макроекономічному аспекті є витратами суспільства. Ці та інші аналогічні випадки слід урахувати при визначенні відповідно ефекту і витрат.

Оскільки вигоди і витрати не збігаються у часі, критерій економічної ефективності потребує врахування минулих, теперішніх і майбутніх витрат і вигод. Тому економічний результат і витрати слід звести до теперішньої або майбутньої вартості.

Економічний ефект від діяльності малого і середнього бізнесу на селі тісно пов'язаний із соціальними наслідками. Нерідко відмова від ведення бізнесу призводить до негативних соціальних наслідків, подолання яких потребує майбутніх витрат. У цьому разі продовження бізнесу забезпечує ефект у розмірі економії майбутніх витрат. Тому такі збитки бізнесу може компенсувати сторона, яка у майбутньому змушена буде мати ці витрати.

Діяльність малого і середнього бізнесу на селі може зумовлювати негативні екологічні наслідки, тобто екологічне забруднення (ерозію земель, засолення ґрунтів, забруднення водою тощо).

За економічною сутністю *екологічне забруднення* — це витрати, які підприємства малого і середнього бізнесу покладають на когось без їхньої згоди.

Наприклад, орендар, який надмірно використовує орендовану земельну ділянку, не здійснюючи витрат на компенсацію витрат родючості ґрунтів, покладає такі витрати на власника ділянки, який після закінчення терміну оренди отримує ділянку нижчої вартості, а отже, зазнає збитків через зниження майбутньої орендної плати нового орендаря. Цей випадок може бути, зокрема, у разі понаднормативного насичення сівозміни посівами соняшнику.

Тобто, якщо в розрахунках економічних вигод і витрат малого та середнього бізнесу на селі враховуватимуться всі витрати і вигоди суспільства, а також забезпечуватиметься порівнянність їх, то умови критерію економічної ефективності будуть дотримані.

13.2. Показники, що відображують ефект від підприємницької діяльності

Загальний економічний результат (ефект) від діяльності малого і середнього бізнесу можна визначити одним або кількома показниками.

Для суб'єкта підприємницької діяльності важливим показником результату (ефекту) є загальний дохід, отриманий ним упродовж певного періоду. Щодо сільськогосподарських підприємств, то такий період, як правило, становить рік.

У кінцевому підсумку, загальний дохід суб'єкта малого і середнього бізнесу на селі за певний період у ринкових умовах характеризується обсягом збільшення його економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, що приводять до зростання власного капіталу (крім зростання капіталу через додаткові інвестиції за рахунок власників):

$$E_1 = K_2 - K_1, \quad (2)$$

де E_1 — загальний дохід суб'єкта малого і середнього бізнесу на селі в ринкових умовах; K_1 і K_2 — власний капітал суб'єктів малого і середнього бізнесу відповідно у попередньому і звітному періодах (без капіталу, що збільшився за період унаслідок додаткових внесків власників бізнесу до статутного фонду підприємства).

Показник ефекту, що характеризується приростом капіталу, набув поширення у ринкових економіках країн з розвиненим фондовим ринком. Інвестори вкладають кошти у цінні папери з метою збільшення капіталу, що досягається за умови придбання цінного паперу за мінімальною ціною і продажу його за вищою.

У показнику доходу (E_1) відображується економічний ефект, який у процесі перерозподілу фінансових результатів використовують власники бізнесу (дохід на вкладений капітал), працівники підприємства (заробітна плата, премії), держава (податки та збори до державних

фондів) і органи місцевого самоврядування (місцеві збори та податки). Отже, у створенні нормальних умов ведення малого і середнього бізнесу на селі мають бути зацікавлені не тільки власники, а й працівники, держава і органи місцевого самоврядування.

Суб'єктів малого і середнього бізнесу на селі також цікавить дохід, який залишається у них до розподілу і визначається передусім різницею між загальним доходом (виручкою) від реалізації продукції (Д) та витратами на її виробництво (В):

$$E_2 = Д - В. \quad (3)$$

При визначенні показника економічного результату діяльності малого і середнього бізнесу на селі доцільно застосовувати окремі його різновиди.

Загальний варіант формули (3) може застосовуватися для визначення показника ефекту від виробництва товарної продукції в особистих господарствах сільського населення, які не є юридичними особами.

Якщо у формулі (3) до витрат на виробництво (В) зараховуються витрати на заробітну плату працівників і амортизацію, то економічний ефект (E_2) характеризується сумою прибутку (П), тобто $E_2 = П$. Цей показник доцільно застосовувати в оцінках ефективності більшості сільськогосподарських та інших підприємств, які мають власні основні засоби і виплачують заробітну плату працівникам. Значене стосується також реорганізованих колективних сільськогосподарських підприємств (КСП) або їхніх правонаступників, які орендують майно, що становить пайові фонди колишніх членів цих КСП. У цьому разі у складі витрат відображується не амортизація, а орендна плата.

В умовах ринкової економіки прибуток розглядається як узагальнювальний показник фінансового результату господарської діяльності підприємств, зокрема малого і середнього бізнесу на селі. Розрізняють прибуток бухгалтерський і економічний. Чистий обліковий (бухгалтерський) прибуток визначається зменшенням вартості реалізованої продукції (послуг) на суму витрат на виробництво цієї продукції; економічний прибуток — різницею між чистим обліковим (бухгалтерським) і нормальним прибутком; нормальний прибуток характеризується розміром прибутку на капітал у вигляді відсотка.

Отже, економічний прибуток виникає тоді, коли загальна виручка перевищує суму витрат підприємства на її отримання і виплат власникам бізнесу нормального відсотка на вкладений ними капітал.

У малому бізнесі на селі, зокрема у селянських (фермерських) господарствах, їх власники є основними або (і) єдиними виконавцями робіт, які проте не отримують заробітну плату. У цьому разі показник чистого доходу фермера (E_3) містить можливу заробітну плату, наприклад фермера, а також економію витрат по нарахуваннях на заробітну плату. При цьому:

$$E_3 = \Pi + Z', \quad (4)$$

де Z' — умовна заробітна плата фермера з нарахуваннями на неї.

Можливість застосування суб'єктами малого бізнесу на селі методів прискореної амортизації зумовлює доцільність використання в оцінках різновиду показника загального ефекту, що характеризується сумою прибутку і амортизації (E_4):

$$E_4 = \Pi + A, \text{ або } E_4 = D - (B - A). \quad (5)$$

При цьому амортизація розглядається як умовні витрати, що зараховуються до собівартості продукції і забезпечують повернення власникам бізнесу інвестицій, здійснених у попередні періоди.

Слід ураховувати, що при застосуванні методів прискореної амортизації обсяг показника загального ефекту буде заниженим, що може спричинити неправильний висновок про порівняно нижчий рівень ефективності бізнесу. Тому для забезпечення порівнянності показників ефект (E_4) визначають за формулою (3), збільшивши його на суму додатково нарахованої амортизації порівняно з базовим методом.

У разі потреби формули (4) і (5) об'єднують, тоді ефект характеризується сумою грошового потоку (E_5):

$$E_5 = \Pi + Z + A. \quad (6)$$

Отже, при визначенні потрібного розміру економічного ефекту за даними звітності важливо правильно встановити суми доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, інших активів) і витрат.

Витрати характеризують зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або скорочення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу між власниками).

Суб'єктам малого і середнього бізнесу на селі доцільно застосовувати цей показник у разі кризового стану їх. Він свідчить про фінансову можливість підприємства відповідати за зовнішніми зо-

бов'язаннями у кризовому стані, тобто можливість на певний час зберегти підприємство від банкрутства.

Проте в оцінюванні ефективності підприємницької діяльності найважливіше значення має дохід, що залишається у підприємців для використання після вирахування відповідних податків, зборів, знижок тощо, тобто прибуток після оподаткування (чистий прибуток). Цей показник ефекту характеризує вартість, яку реально отримують власники бізнесу чи суб'єкти підприємницької діяльності й можуть використовувати на виробничі потреби або вилучати з бізнесу.

Умови ведення малого і середнього бізнесу на селі постійно змінюються. Тому щороку суб'єкти підприємницької діяльності вирішують питання щодо можливості розширення або скорочення масштабів бізнесу (обсягів виробництва продукції).

Економічну ефективність малого і середнього бізнесу на селі доцільно оцінювати з точки зору інтересів:

- власників бізнесу (підприємств, селянських або фермерських господарств), а також потенційних інвесторів чи власників інвестиційних ресурсів — підхід інвестора;
- суб'єкта підприємницької діяльності або менеджерів підприємства — комерційний підхід;
- держави або органів місцевого самоврядування — загально-економічний підхід.

У конкретних випадках сторона, яка оцінює економічну ефективність малого і середнього бізнесу на селі, використовує показники ефективності, що найбільше відповідають її економічним інтересам та враховують вимоги критерію ефективності. Наприклад, власники бізнесу і потенційні інвестори надають перевагу чистому прибутку, члени сільськогосподарського кооперативу, що працюють у ньому, — сумі прибутку і заробітної плати, органи державної влади й управління — прибутку до вирахування з нього податків, нарахувань і зборів. Фермерів і власників особистих господарств населення цікавить насамперед чистий дохід.

На основі результатів аналізу економічної ефективності діяльності підприємств малого і середнього бізнесу на селі ухвалюється рішення, що найкраще відповідає інтересам сторони, яка здійснює оцінювання.

Для розвитку бізнесу найбільш бажаним є рішення щодо його збереження і розвитку на основі додаткових інвестицій або підтримки наданням певних пільг через економічні механізми державного регулювання. Загально-економічний підхід до оцінювання ефективності ведення малого і середнього бізнесу на селі має забезпечуватися в усіх випадках. Дані щодо ефекту підприємницької діяльності та витрат на такі цілі використовуються при визначенні показників ефективності.

13.3. Методика визначення загальних показників економічної ефективності малого і середнього бізнесу

Економічну ефективність малого і середнього бізнесу на селі доцільно визначати одним або кількома показниками, які найповніше враховують особливості формування доходів і витрат суб'єктів господарювання і відповідають вимогам критерію ефективності. Вибір конкретного показника залежить від цілей і завдань економічного аналізу та інтересів сторін.

При обґрунтуванні рішень щодо доцільності здійснення інвестицій у малий і середній бізнес на селі з урахуванням інших можливих (альтернативних) варіантів вкладень використовують показник норми прибутку (H_{Π}), який визначається відношенням суми річного прибутку (Π) до вартості авансованого на її отримання капіталу. У сільському господарстві до складу капіталу належать необоротні активи, у тому числі земля, що є у власності підприємства (H_a) і оборотні активи (O_a), %:

$$H_{\Pi} = \frac{\Pi}{H_a + O_a} 100. \quad (7)$$

Цей показник використовується в оцінках за підходом інвестора. У багатогалузевих підприємствах з метою визначення найвигідніших для бізнесу видів виробництва (комерційний підхід) доцільно застосовувати показник норми рентабельності продукції (H_p), що визначають діленням прибутку (Π) на собівартість продукції (B), %:

$$H_p = \frac{\Pi}{B} 100. \quad (8)$$

Якщо підприємство малого і середнього бізнесу випускає один вид продукції, досить визначити показник середнього рівня доходу (D_c), тобто середній дохід, отриманий від реалізації одиниці продукції. Його визначають діленням загального доходу (D) на кількість одиниць реалізованої продукції (P):

$$D_c = \frac{D}{P}. \quad (9)$$

У цьому разі витрати не враховуються, бо вважаються стандартними. Показник D_c застосовується для цілей комерційного підходу. Результати розрахунку за формулою (9) порівнюються з відповідними показниками попереднього періоду в середньому по галузі, регіону, передових підприємствах тощо.

При обґрунтуванні рішень щодо доцільності розширення масштабів випуску продукції (комерційний підхід) застосовують показник граничного маржинального доходу (D_r), що характеризується

обсягом приросту загального доходу (ΔD) до зміни масштабу випуску продукції (ΔP_n):

$$D_r = \frac{\Delta D}{\Delta P_n}. \quad (10)$$

Суб'єкта малого і середнього бізнесу цікавить таке запитання: якщо він збільшить обсяг продукції, що буде з його витратами? Чи буде отримано додатковий дохід? З цією метою розраховують показник граничних (маржинальних) витрат (V_r). Він показує, які додаткові витрати треба здійснити для отримання додаткової одиниці продукції, і визначається як зміна загальних витрат (ΔB) при зміні обсягу випуску продукції (ΔP):

$$V_r = \frac{\Delta B}{\Delta P}. \quad (11)$$

Граничний аналіз (маржинальний підхід) дає змогу знайти оптимальні значення показника граничного доходу порівнянням витрат і прибутків, які можна отримати внаслідок змін.

Більшість підприємств малого і середнього бізнесу на селі багатогалузеві й зацікавлені у реструктуризації виробництва з метою збільшення загального доходу. У цьому разі розраховують граничну норму трансформації (ΔP) — збільшення випуску нової продукції (P_n), яке можна отримати внаслідок скорочення виробництва традиційної продукції (P_r) при постійній сумі витрат на певні цілі:

$$\Delta P = P_n - P_r. \quad (12)$$

Загальні показники економічної ефективності малого і середнього бізнесу на селі визначають зацікавлені сторони за формулами (7) – (12) з урахуванням особливостей застосування показників економічного ефекту E_1, \dots, E_5 [формули (2) – (6)]. Наприклад, у чисельнику показників економічного результату [формули (7) – (12)] фермеру доцільно відображати фермерський дохід або його приріст, а приватним формуванням, створеним на основі колективних сільськогосподарських підприємств — прибуток, зменшений на розмір відсотка на орендоване майно.

Застосування загальних показників економічної ефективності дає змогу у конкретних випадках однозначно ухвалити рішення щодо майбутнього малого і середнього бізнесу на селі (або його підтримки державою). Загальні показники дають можливість практичного застосування вимог критерію економічної ефективності.

Водночас поряд із загальними показниками ефективності використовують інші показники, їхні групи або системи, поглиблений (спеціальний) аналіз яких забезпечує прийняття більш обґрунтова-

них висновків і рішень. До таких спеціальних оцінок передусім належать системи показників для оцінювання фінансового стану підприємств та інвестиційних проектів. Застосування спеціальних оцінок ми не розглядатимемо.

Отже, ґрунтуючись на загальному для всіх форм підприємницької діяльності критерії економічної ефективності, у практиці оцінювання малого і середнього бізнесу на селі доцільно застосовувати показники економічного ефекту й ефективності, які найбільше враховують особливості конкретних форм підприємництва і відносин власності, а також інтереси зацікавлених сторін.

13.4. Оцінювання фінансового стану та виробничо-фінансових результатів діяльності підприємств малого і середнього бізнесу на селі

В умовах ринкової економіки виникає потреба в об'єктивному оцінюванні фінансового стану суб'єктів малого і середнього бізнесу та їхніх партнерів. По-перше, в умовах фінансової нестабільності підприємства його власники самостійно ухвалюють рішення щодо проведення аналізу виробничо-фінансового стану цього підприємства з метою розроблення стратегії діяльності підприємства, в тому числі його фінансової санації. Аналогічне рішення може прийматися за ініціативою кредиторів на ухвалу арбітражного суду. По-друге, оцінюючи власні ризики, партнери суб'єктів малого і середнього бізнесу вивчають їхній фінансовий стан. По-третє, оцінювання реального фінансового стану підприємства потребують потенційні інвестори та банки, що кредитують малий і середній бізнес.

Оцінювання виробничо-фінансових результатів діяльності та фінансового стану підприємств малого і середнього бізнесу належить до спеціального аналізу і може здійснюватися з різним ступенем деталізації.

13.4.1. Загальні положення

Детальний (поглиблений) аналіз передбачає всебічне вивчення фінансового стану підприємства, тенденцій його зміни, джерел господарських засобів, складу активів, наявності й руху основних засобів, структури кредиторської і дебіторської заборгованості, результатів виробничо-господарської діяльності, основних напрямів використання прибутку тощо. Основною метою аналізу є розроблення стра-

тегії подальшого розвитку господарюючого суб'єкта, зокрема зміна напрямів і видів виробничо-фінансової діяльності, здійснення реструктуризації, санаційних заходів тощо. Поглиблений аналіз покликаний виявити найслабші місця у стані та діяльності підприємства задля розроблення системи заходів поліпшення його фінансової стійкості та ліквідності, підвищення ефективності виробничо-фінансової діяльності.

Аналіз доцільно проводити за кілька етапів, кожен з яких має визначену мету й виконує конкретні завдання. Причому кожен наступний етап розширює або поглиблює результати попереднього аналізу, викриває причини виявлених раніше тенденцій.

На *першому етапі* здійснюється загальна характеристика підприємства, з'ясовується його форма власності, розміри, визначається загальна структура активів і капіталу.

На *другому* — детально вивчається майновий стан підприємства та тенденції його зміни, досліджується наявність, рух і стан основних засобів, вивчається характеристика оборотних активів, визначається структура дебіторської заборгованості. На цьому етапі доцільно широко використовувати показники поточного бухгалтерського обліку для детального вивчення не лише стану й динаміки руху активів підприємства, а й для визначення причин виникнення тих чи інших тенденцій.

На *третьому* — аналізується структура капіталу, визначаються розміри власних і залучених коштів, джерела фінансування капітальних і фінансових вкладень. Цей етап є одним з основних у процесі фінансового аналізу, адже з'ясовується структура кредиторської заборгованості, її терміни, склад.

На *четвертому* — визначається фінансовий стан підприємства, його стійкість, ліквідність, прибутковість і рентабельність капіталу. Цей етап передбачає якісне оцінювання результатів аналізу, отриманих на трьох перших етапах.

П'ятий етап аналізу забезпечує встановлення причин (чинників), що зумовили сучасний фінансовий стан, обсяги та результативність виробничо-господарської діяльності. Водночас на цьому етапі визначаються напрями використання прибутку. Слід зазначити, що результати виробничо-господарської діяльності підприємства значною мірою залежать від ресурсного потенціалу, наявності та якості основних й оборотних засобів підприємства, які досліджувались на першому–третьому етапах аналізу. В свою чергу, прибутковість й особливо напрями використання прибутку впливають на поліпшення матеріально-технічної бази господарства.

При поглибленому аналізі доцільно використовувати не лише дані річної звітності підприємства, а й показники поточного бухгал-

терського обліку. Повний і детальний аналіз слід виконувати лише тоді, коли підприємство буде на стадії очевидного банкрутства і потребуватиме негайної санації. В інших випадках доцільно здійснювати аналіз з використанням основної річної та квартальної звітності.

Для проведення найбільш повного аналізу слід використовувати дані синтетичного й аналітичного обліку основних засобів. Адже у разі застосування лише показників форми № 1 «Баланс підприємства» та форми № 5 «Примітки до річної фінансової звітності» не можна визначити реальний рівень зносу основних засобів і час їх використання, частку найбільш ліквідних основних засобів у їх загальній кількості.

При визначенні рівня забезпеченості підприємства основними матеріальними ресурсами використовують дані аналітичного обліку палива, мінеральних добрив тощо. Їх порівнюють з потребою підприємства з кожного виду ресурсів.

Обов'язковим є використання даних аналітичного обліку дебіторів і кредиторів. Слід виявити тривалість терміну заборгованості, її причини, перелік основних дебіторів і кредиторів, старіння рахунків тощо. Це набуває особливо вагомого значення при фінансовому оздоровленні підприємства, а також при ймовірності відкриття справи про банкрутство.

Основна частина аналізу ґрунтується на вихідних даних, наведених нижче.

13.4.2. Основні вихідні дані для проведення аналізу

Для здійснення аналізу використовують показники таких форм фінансової звітності:

- форма № 1 «Баланс підприємства»;
- форма № 2 «Звіт про фінансові результати»;
- форма № 4 «Звіт про власний капітал»;
- форма № 5 «Примітки до річної фінансової звітності»;

а також спеціальні форми бухгалтерської звітності сільськогосподарського підприємства:

- форма № 6-АПК «Виробництво продукції і продуктивність праці»;
- форма № 7-АПК «Реалізація сільськогосподарської продукції»;
- форма № 9-АПК «Виробництво і собівартість продукції рослинництва», 7. Землекористування (за даними державного обліку земель).

Перелік показників для аналізу наведено в табл. 13.1 – 13.6.

Таблиця 13.1. Форма № 1 «Баланс підприємства»

Код рядка	Показник
030	Основні засоби: залишкова вартість
031	Основні засоби: первісна вартість
032	Основні засоби: знос
080	Усього за розділом I (активу балансу)
100	Запаси: виробничі запаси
110	Запаси: тварини на вирощуванні та відгодівлі
120	Запаси: незавершене виробництво
130	Запаси: готова продукція
140	Запаси: товари
150	Векселі одержані
160	Дебіторська заборгованість за товари, роботи і послуги: чиста реалізаційна вартість
161	Дебіторська заборгованість за товари, роботи і послуги: первісна вартість
162	Дебіторська заборгованість за товари, роботи і послуги: резерв сумнівних боргів
170	Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом
180	Дебіторська заборгованість за розрахунками за виданими авансами
190	Дебіторська заборгованість за розрахунками з нарахованих доходів
200	Дебіторська заборгованість за розрахунками із внутрішніх розрахунків
210	Інша поточна дебіторська заборгованість
220	Поточні фінансові інвестиції
230	Грошові кошти та їх еквіваленти в національній валюті
240	Грошові кошти та їх еквіваленти в іноземній валюті
260	Усього за розділом II (активу балансу)
270	III. Витрати майбутніх періодів
300	Статутний капітал
310	Пайовий капітал
320	Додатковий вкладений капітал
330	Інший додатковий капітал
380	Усього за розділом I (пасиву балансу)
430	Усього за розділом II (пасиву балансу)
440	Довготермінові кредити банків
450	Інші довготермінові фінансові зобов'язання
460	Відстрочена податкова заборгованість
470	Інші довготермінові зобов'язання
480	Усього за розділом III (пасиву балансу)
500	Короткотермінові кредити банків
510	Поточна заборгованість за довготерміновими зобов'язаннями
520	Векселі видані
530	Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги
540	Поточні зобов'язання за розрахунками:
	з одержаних авансів
550	з бюджетом
560	з позабюджетних платежів
570	зі страхування
580	з оплати праці

590	з учасниками
600	із внутрішніх розрахунків
610	Інші поточні зобов'язання
620	Усього за розділом IV (пасиву балансу)
630	V. Доходи майбутніх періодів
280	Баланс

Таблиця 13.2. Форма № 2 «Звіт про фінансові результати»

I. Фінансові результати

Код рядка	Номер колонки	Показник
010	3	Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)
03225	3	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)
040	3	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)
100	3	Фінансові результати від операційної діяльності:
		прибуток
105	3	збиток
220	3	Чистий:
		прибуток
225	3	збиток

Таблиця 13.3. Форма № 5 «Примітки до річної фінансової звітності»

II. Основні засоби

Код рядка	Номер колонки	Показник
100	3, 14	Земельні ділянки
110	3, 14	Капітальні витрати на поліпшення земель
120	3, 14	Будинки, споруди та передавальні пристрої
130	3, 14	Машини та обладнання
140	3, 14	Транспортні засоби
150	3, 14	Інструменти, прилади, інвентар (меблі)
160	3, 14	Робоча і продуктивна худоба
170	3, 14	Багаторічні насадження
180	3, 14	Інші основні засоби
260	3, 5, 8, 14	Разом

Таблиця 13.4. Форма № 6-АПК «Виробництво продукції і продуктивність праці»

Код рядка	Показника
010	Валова продукція сільського господарства у порівнюваних цінах 1996 р., у тому числі:
011	рослинництва
014	тваринництва
040	Середньорічна (середньоспискова) чисельність робітників для обчислення продуктивності праці, чол. в сільському господарстві, у тому числі:
041	у рослинництві
042	у тваринництві
211 *	Рівень сукупної рентабельності
213 *	Норма прибутку

* Показники довідки.

Таблиця 13.5. Форма № 7-АПК «Реалізація сільськогосподарської продукції»

Код рядка	Номер колонки	Показник
0210	2, 3, 4, 5	Разом по рослинництву
0450	2, 3, 4, 5	Разом по тваринництву
0510	2, 3, 4, 5	Усього

Примітки: колонка 2 — «Продано — всього: повна собівартість проданої продукції»; колонка 3 — «Продано — всього: виручено»; колонка 4 — «Продано — всього: фінансові результати: прибуток»; колонка 5 — «Продано — всього: фінансові результати: збиток».

Таблиця 13.6. Форма № 9-АПК «Виробництво і собівартість продукції рослинництва», 7. Землекористування (за даними державного обліку земель)

Код рядка	Показник
0870	Загальна земельна площа
0880	Усього сільськогосподарських угідь, у тому числі
0881	рілля

13.4.3. Загальна характеристика підприємства

Для проведення аналізу будь-якого підприємства сторонньому суб'єкту оцінювання потрібно насамперед з'ясувати найменування підприємства, його підпорядкованість, форму власності, територіальне розташування, адресу, основний вид діяльності тощо, тобто спочатку ознайомитися з господарюючим суб'єктом. Таке ознайомлення доцільно здійснювати за наведеною нижче стандартною формою 1.

Загальна характеристика підприємства

Повне найменування _____
 Скорочене найменування _____ за ЄДРПОУ _____
 Підпорядкованість _____ за СПОДУ _____
 Вид діяльності _____ за ЗКГНГ _____
 Форма власності _____ за ЗКФВ _____
 Територія _____ за СПАТО _____
 Адреса підприємства _____
 Монопольне становище _____, Дата, № узгодження з АМКУ _____
 (так, ні)
 Банківські реквізити _____
 Адреса місцевої податкової адміністрації _____
 Керівник підприємства _____
 (прізвище, ім'я, по батькові)
 телефон _____
 Головний бухгалтер _____
 (прізвище, ім'я, по батькові)
 телефон _____

Потім слід проаналізувати розміри (потенціал) підприємства за формою табл. 13.7. Установлюють і аналізують розмір валової продукції, що виробляється підприємством, обсяг реалізації, прибутковість або збитковість господарства, чисельність працюючих, розмір земельних ресурсів. З'ясовують, якою з галузей (рослинництвом чи тваринництвом) виробляється більша частка валової продукції сільського господарства.

Таблиця 13.7. Розміри сільськогосподарського підприємства

Показник	Рік
Валова продукція сільського господарства в порівнюваних цінах 1996 р., у тому числі:	Форма № 6-АПК, код 010
рослинництва	Форма № 6-АПК, код 011
тваринництва	Форма № 6-АПК, код 014
Частка в загальному обсязі виробленої продукції, %:	
рослинництва	Гр. 2 / гр. 1 · 100
тваринництва	Гр. 3 / гр. 1 · 100
Виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	Форма № 2, код 010 (колонка 3)
Прибуток або збиток звітного періоду	Форма № 2, код 220 або 225 (колонка 3)
Середньорічна чисельність робітників, чол. — усього	Форма № 6-АПК, код 040

у тому числі:	
рослиництва	Форма № 6-АПК, код 041
тваринництва	Форма № 6-АПК, код 042
Частка в загальній чисельності робітників, %:	
рослиництва	Гр. 9 / гр. 8 · 100
тваринництва	Гр. 10 / гр. 8 · 100
Загальна земельна площа, га	Форма № 9-АПК, код 0870
Усього сільськогосподарських угідь, га	Форма № 9-АПК, код 0880
у тому числі рілля	Форма № 9-АПК, код 0881

Важливим моментом оцінювання фінансового стану є аналіз динаміки та структури валюти балансу, що здійснюється за формою табл. 13.8. Цей аналіз дає найбільш загальні відомості про склад господарських засобів підприємства. За даними таблиці можна визначити співвідношення оборотних і необоротних активів господарства, частку грошових коштів і розрахунків у загальному обсязі активів. На цьому етапі також виявляють частку власного капіталу, довго- та короткотермінових зобов'язань у загальному обсязі господарських засобів.

Таблиця 13.8. Динаміка та структура валюти балансу
(розраховується на основі форми № 1 «Баланс підприємства»)

Показник	На початок року		На кінець року		Відхилення (+, -)	
	Тис. грн	%	Тис. грн	%	Тис. грн	%
Сума господарських засобів, що є у розпорядженні підприємства	Ряд. 280, гр. 3	100	Ряд. 280, гр. 4	100	Гр. 4 – – гр. 2	Гр. 4 : : гр. 2 × × 100
Необоротні активи	Ряд. 080, гр. 3		Ряд. 080, гр. 4			
Оборотні активи	Ряд. 260, гр. 3		Ряд. 260, гр. 4			
Витрати майбутніх періодів	Ряд. 270, гр. 3		Ряд. 270, гр. 4			
Власний капітал	Ряд. 380, гр. 3		Ряд. 380, гр. 4			
Забезпечення наступних витрат і платежів	Ряд. 430, гр. 3		Ряд. 430, гр. 4			
Довготермінові зобов'язання	Ряд. 480, гр. 3		Ряд. 480, гр. 4			
Поточні зобов'язання	Ряд. 620, гр. 3		Ряд. 620, гр. 4			
Доходи майбутніх періодів	Ряд. 630, гр. 3		Ряд. 630, гр. 4			

Оцінювання показників табл. 13.8 є початком аналізу фінансово-го стану підприємств. Надалі слід ґрунтовніше вивчити стан активів господарства.

13.4.4. Оцінювання майнового стану та виробничого потенціалу підприємства

На другому етапі вивчають майновий стан підприємства, наявність, склад і структуру основних засобів, забезпеченість ними господарства, виявляють найбільш ліквідну частину їх. Досліджують забезпеченість господарства оборотними активами, структуру оборотних засобів і дебіторської заборгованості.

За формою табл. 13.9 здійснюють загальне оцінювання майнового стану підприємства, виявляють частку запасів і витрат у мобільних активах. Особливо важливим показником є частка дебіторської заборгованості в загальній вартості активів, її високий рівень потребує ретельного вивчення і виявлення причин такого стану.

Оцінюючи майновий стан підприємства особливу увагу слід звернути також на наявність і рух грошових коштів. Їх високий рівень або збільшення у динаміці розглядають як позитивну тенденцію.

Таблиця 13.9. Зміни майнового стану підприємства
(розраховується на основі форми № 1 «Баланс підприємства»)

Показник	На початок року		На кінець року	
	Тис. грн	%	Тис. грн	%
Усього майна, у тому числі: імобілізовані активи	Ряд. 280, гр. 3 Ряд. 080, гр. 3 4 + 5	100	Ряд. 280, гр. 4 Ряд. 080, гр. 4 4 + 5	100
мобільні активи — всього у тому числі: оборотні активи витрати майбутніх періодів з них: • дебіторська заборго- ваність • грошові кошти	Ряд. 260, гр. 3 Ряд. 270, гр. 3 Розраховується як сума заборгованості Розраховується як сума грошових ко- штів		Ряд. 260, гр. 4 Ряд. 270, гр. 4	

Важливе значення для виробництва, у тому числі й для сільськогосподарського, мають наявність і стан основних засобів, тому їх слід вивчати глибше. Так, спочатку вивчають наявність і рівень зносу основних засобів, їх придатність і рух. Аналіз здійснюють за формою табл. 13.10.

Таблиця 13.10. Характеристика наявності та руху основних засобів*

Показник	На початок року тис. грн	На кінець року тис. грн
Усього основних засобів: первісна вартість	Форма № 1, код 031, гр. 3	Форма № 1, код 031, гр. 4
знос	Форма № 1, код 032, гр. 3	Форма № 1, код 032, гр. 4
залишкова вартість	Форма № 1, код 030, гр. 3	Форма № 1, код 030, гр. 4
у тому числі активна частина	Сума за даними форми № 5, П. Основні засоби	Сума за даними форми № 5, П. Основні засоби
Частка активної частини основних засобів, %	4 / 1 · 100	4 / 1 · 100
Коефіцієнт придатності (за рік)	3 / 1	×
Коефіцієнт зносу (за рік)	2 / 1	×
Коефіцієнт оновлення (за рік)	Форма № 5, ч. II, код 260, гр. 5 / гр. 14	×
Коефіцієнт вибуття (за рік)	Форма № 5, ч. II, код 260, гр. 8 / гр. 3	×
Частка основних засобів, що швидко реалізуються	За даними обліку	За даними обліку

* Розраховується на основі форми № 1 «Баланс підприємства» та форми № 5 «Примітки до річної фінансової звітності», П. Основні засоби.

Аналізуючи основні засоби, особливу увагу звертають на активну частку, чим вона вища, тим краще. Позитивним також є високий рівень коефіцієнта придатності, тим часом як велике значення коефіцієнта зносу, навпаки, свідчить про негативні тенденції. Підвищене значення коефіцієнта вибуття можна вважати позитивним лише за умови високого рівня оновлення основних засобів.

На особливу увагу заслуговує останній показник табл. 13.10, адже висока частка високоліквідних основних засобів позитивно характеризує фінансовий стан підприємства і сприяє отриманню кредитів, а також залученню ресурсів для цілей санації.

У разі низького рівня забезпеченості високоліквідними основними засобами та негативних тенденцій їх руху доцільно з'ясувати склад основних засобів та роки експлуатації найважливіших із них. Такі відомості можуть дати більш реальну картину, ніж розрахунок наведених вище коефіцієнтів.

Далі аналізують оборотні засоби підприємства за формою табл. 13.11.

Позитивним є високий рівень забезпеченості власними оборотними засобами. Проте результати аналізу в табл. 13.11 дають лише загальні уявлення про стан оборотних засобів. При виявленні негативних тенденцій важливо визначити рівень забезпеченості основними видами оборотних засобів. Так, користуючись даними обліку,

слід з'ясувати, на скільки відсотків була забезпечена потреба господарства у мінеральних добривах, пально-мастильних матеріалах, засобах захисту рослин і тварин тощо. Потрібно також з'ясувати причини незадовільного стану забезпечення технологічних процесів і заходи підприємства щодо виправлення ситуації.

Таблиця 13.11. Характеристика оборотних засобів
(розраховується на основі форми № 1 «Баланс підприємства»)

Показник	На початок року		На кінець року	
	Тис. грн	%	Тис. грн	%
Усього оборотних засобів	Ряд. 260 + ряд. 270			
Запаси	Сума запасів			
Розрахунки з дебіторами	Сума розрахунків			
Грошові кошти та їх еквіваленти	Ряд. 230, 240			
Витрати майбутніх періодів	Ряд. 270			
Власні оборотні засоби	Ряд. 260 + ряд. 270 – – ряд. 460 – ряд. 620			
Частка власних обігових коштів в активах підприємства	×		×	
Частка власних обігових коштів у товарних запасах	×		×	

Для більш повного аналізу оборотних активів проаналізують наявність і рух дебіторської заборгованості та її вплив на господарські процеси у господарстві. Форму аналізу наведено у табл. 13.12.

Таблиця 13.12. Характеристика дебіторської заборгованості
(розраховується на основі форми № 1 «Баланс підприємства» та за даними бухгалтерії щодо обліку дебіторської заборгованості)

Показник	На початок звітного періоду	Виникло зобов'язань	Погашено зобов'язань	На кінець звітного періоду
Дебіторська заборгованість — усього				
Дебіторська заборгованість за товари, роботи і послуги:				
чиста реалізаційна вартість				
первісна вартість				
резерв сумнівних боргів				
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
з бюджетом				
за виданими авансами				
з нарахованих доходів				
із внутрішніх розрахунків				
Інша поточна дебіторська заборгованість				
Частка дебіторської заборгованості в активах підприємства		×	×	

Аналізуючи дебіторську заборгованість, слід звертати особливу увагу на найважливіші зобов'язання. У разі потреби з'ясовують причини і термін основних статей заборгованості, склад основних дебіторів, а також досліджують основні шляхи подолання негативних тенденцій у зростанні заборгованості.

13.4.5. Оцінювання капіталу

На третьому етапі аналізу оцінюють джерела формування господарських засобів підприємства. Спочатку аналізують загальний обсяг капіталу підприємства і особливо детально власний капітал за формою табл. 13.13.

Таблиця 13.13. Оцінювання капіталу
(розраховується на основі форми № 1 «Баланс підприємства»)

Показник	На початок року		На кінець року		Відхилення (+, -)	
	Тис. грн	%	Тис. грн	%	Тис. грн	%
Власний капітал — усього						
Статутний капітал						
Пайовий капітал						
Додатковий вкладений капітал						
Інший додатковий капітал						
Забезпечення наступних витрат і платежів						
Довготермінові зобов'язання						
Поточні зобов'язання						
Доходи майбутніх періодів						
Усього капіталу		100		100		

На цьому етапі оцінюють також розмір статутного та додаткового капіталу, що особливо важливо у нових умовах господарювання (починаючи з 2000 р.). При вагомих змінах розміру та структури власного капіталу потрібно виявити причини таких змін за допомогою форми № 4 «Звіт про власний капітал».

Надалі вивчають склад і структуру довготермінових зобов'язань підприємства за формою табл. 13.14. Тут звертають увагу на такі зобов'язання, як відстрочена податкова заборгованість. За потреби з'ясовують умови, термін і причини відстрочки сплати податкової заборгованості тощо.

Таблиця 13.14. Структура довготермінових зобов'язань
(розраховується на основі форми № 1 «Баланс підприємства»,
III розділ пасиву)

Показник	На початок року		На кінець року		Відхилення (+, -)	
	Тис. грн	%	Тис. грн	%	Тис. грн	%
Довготермінові кредити банків						
Інші довготермінові фінансові зобов'язання						
Відстрочена податкова заборгованість						
Інші довготермінові зобов'язання						
Усього довготермінових зобов'язань						

Якщо є потреба, то встановлюють умови надання довготермінових кредитів, розміри плати за користування кредитними ресурсами й терміни їх погашення. Проте наявність довготермінових кредитів банків може визначатись як позитивна тенденція, адже вона свідчить про можливість підприємства отримувати банківський капітал на довготермінових умовах. Важливими можуть стати відомості про ефективність їх використання.

В аналізі фінансового стану сільськогосподарських підприємств найважливіше місце належить оцінюванню структури і руху короткотермінової заборгованості. Аналізуючи кредиторську заборгованість, слід виявити тенденції її зміни, при цьому зростання може оцінюватися негативно за умови стабільності цієї тенденції, а також при збільшенні термінів і обсягів простроченої заборгованості.

Аналіз здійснюють за формами табл. 13.15 – 13.17. З'ясовують, якій заборгованості (внутрішній чи зовнішній) належить найбільша частка, вивчають причини виникнення і термін заборгованості з оплати праці (якщо оплата праці виплачується невчасно тривалий час).

Слід виявити частку кредиторської заборгованості у майні підприємства. Нижчий рівень цього показника характеризує кращий фінансовий стан підприємства. Важливим є співвідношення кредиторської і дебіторської заборгованості. Якщо він більший за одиницю, то стан підприємства є відносно стабільним, хоча може свідчити про недосконалість відносин із партнерами по бізнесу.

Важливо також виявити, чи користується підприємство короткотерміновими кредитами банків і короткотерміновими позиковими коштами, та їхню частку у загальній вартості майна підприємства. Оскільки сільське господарство є кредитомісткою галуззю, наявність банківських кредитів може розцінюватись позитивно, проте слід урахувати умови надання та повернення кредитів.

Таблиця 13.15. Структура поточної заборгованості
(розраховується на основі форми № 1
«Баланс підприємства», IV розділ пасиву)

Показник	На початок року		На кінець року		Відхилення (+, -)	
	Тис. грн	%	Тис. грн	%	Тис. грн	%
Короткотермінові кредити банків						
Поточна заборгованість за довготерміновими зобов'язаннями						
Векселі видані						
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги						
Поточні зобов'язання за розрахунками:						
з одержаних авансів						
з бюджетом						
з позабюджетних платежів						
зі страхування						
з оплати праці						
з учасниками						
із внутрішніх розрахунків						
Інші поточні зобов'язання						
Усього поточних зобов'язань						
Частка дебіторської заборгованості в пасивах підприємства	×		×		×	
Відношення кредиторської заборгованості до дебіторської						
Частка короткотермінових кредитів банків у загальній вартості майна підприємства						

Одночасно потрібно звернути увагу на наявність короткотермінових кредитів і позик, не погашених вчасно, а також виявити їхню частку у вартості майна підприємства. Наявність їх і особливо висока частка у вартості господарських засобів підприємства є негативним явищем і може потребувати детальнішого вивчення стану, що склався.

Таблиця 13.16. Структура кредиторської заборгованості по кредиторам
(за даними поточного обліку)

Кредитор	Сума, тис. грн	Структура, %
1.		
2.		
3.		
4.		
І т. д.		

Таблиця 13.17. Структура кредиторської заборгованості по терміну
(за даними поточного обліку)

Термін	Сума, тис. грн	Структура, %
До 30 днів		
Від 31 до 60 днів		
Від 61 до 90 днів		
Від 91 до 120 днів		
Від 121 до 150 днів		
Понад 150 днів		

За формами табл. 13.16 та 13.17 продовжують оцінювання кредиторської заборгованості підприємства. З'ясовують склад основних кредиторів і терміни заборгованості. Якщо підприємство перебуває у скрутному фінансовому стані, то результати такого аналізу дадуть уявлення про можливий розвиток подій у майбутньому.

Найбільшу увагу слід приділяти старінню кредиторської заборгованості більше ніж на 90 днів, оскільки після закінчення терміну мораторію на визнання сільськогосподарських підприємств банкрутами й відкриття ліквідаційних процедур у процесі провадження справи про банкрутство (з 1 січня 2004 р.) таке старіння рахунків може стати підставою для відкриття справи про банкрутство підприємства.

Дані попереднього аналізу й особливо третього етапу дають детальну картину щодо складу господарських засобів підприємства, рівня і тенденції зміни його заборгованості складу кредиторів, термінів прострочення заборгованості тощо. Після такого аналізу переходять до основного етапу оцінювання стану сільськогосподарського товаровиробника.

13.4.6. Аналіз фінансового стану підприємств

Цей етап є основним, оскільки дає узагальнені уявлення про фінансовий стан підприємства та ефективність використання капіталу. Аналіз здійснюють за формою табл. 13.18.

Для повного й ґрунтовного аналізу наведених показників слід урахувати таке. В нормальній економічній ситуації високий рівень коефіцієнта концентрації власного капіталу та навпаки — низький рівень концентрації залученого капіталу свідчать про нормальний розвиток підприємства та його економічну незалежність і є позитивною тенденцією. Встановлено, що коефіцієнт «автономії» не повинен перевищувати своє критичне значення 0,5, адже сума заборгованості не повинна перевищувати суму власних джерел фінансування.

Нормативне значення коефіцієнта фінансової стабільності, що характеризує співвідношення власних та позикових коштів, має бути більшим від одиниці. Перевищення власних коштів над позиковими засвідчує, що підприємство має достатній рівень фінансової стійкості і не залежить від зовнішніх фінансових джерел.

Проте такі теоретичні положення не завжди виправдовують себе у сучасному сільському господарстві України. Тут слід урахувати не лише рівень автономії господарства, а й насамперед структуру залучених ресурсів, яка визначалась попередньо проведеним аналізом.

Позитивним є високий показник маневреності власного капіталу. Важливе значення у процесі аналізу має показник фінансового лівериджу, який характеризує залежність підприємства від довготермінових зобов'язань. Зростання значення цього показника свідчить про зростання фінансового ризику, тобто можливість втрати платоспроможності. У цьому разі слід детальніше проаналізувати показники III та IV розділу пасиву балансу.

Таблиця 13.18. Оцінювання фінансової стійкості, ліквідності та рентабельності капіталу (на основі форми № 1 «Баланс підприємства» і форми № 2 «Звіт про фінансові результати»)

Показник	На початок року (гр. 3)	На кінець року (гр. 4)	При- мітка
Коефіцієнт концентрації власного капіталу (коефіцієнт фінансової незалежності, «автономії»)	Ряд. 380 / ряд. 280		
Коефіцієнт фінансової залежності	Ряд. 280 / ряд. 380		
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	Ряд. 260 + ряд. 270 – ряд. 620 / ряд. 380		
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	Ряд. 480 + ряд. 620 / ряд. 280		
Коефіцієнт структури довготермінових вкладень	Ряд. 480 / ряд. 080		
Коефіцієнт довготермінового залучення позикових коштів	Ряд. 480 / ряд. 380 + ряд. 480		
Коефіцієнт структури залученого капіталу	Ряд. 480 / ряд. 480 + ряд. 620		
Коефіцієнт фінансового лівериджу	Ряд. 480 / ряд. 380		
Коефіцієнт забезпечення власними коштами	Ряд. 380 – ряд. 080 / ряд. 260 + + ряд. 270		
Коефіцієнт покриття загальний	Ряд. 260 + ряд. 270 / ряд. 620		
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Ряд. 260 – 100 – – 110 – 120 – 130 – – 140 / ряд. 620		
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (платоспроможності)	Ряд. 220 + ряд. 230 + ряд. 240 / ряд. 620		
Фондовіддача	×	Форма № 2, ряд. 035 / форма № 1, ряд. 030	
Оборотність власного капіталу	×	Форма № 2, ряд. 035 / форма № 1, ряд. 380	
Оборотність господарських засобів	×	Форма № 2, ряд. 035 / форма № 1, ряд. 280	
Рентабельність суми господарських засобів	×	Форма № 2, ряд. 220 / форма № 1, ряд. 280	
Рентабельність власного капіталу	×	Форма № 2, ряд. 220 / форма № 1, ряд. 380	
Період окупності власного капіталу	×	Форма № 1, ряд. 380 / форма № 2, ряд. 220	

Численні дослідження підприємств аграрної сфери економіки України засвідчують, що в сучасних умовах низька спроможність підприємств залучати позикові кошти є одним з визначальних чинників занепаду виробничих процесів у галузі. Враховуючи той факт, що сільське господарство є кредитомісткою галуззю, низький рівень залучення позикових коштів є негативним явищем. Проте залученнями є не лише кредити банків й інші позикові кошти, а й кредиторська заборгованість і прострочені позички. Тому серед показників табл. 13.18 особливу увагу звертають на коефіцієнт структури залученого капіталу. Позитивним слід вважати відносно високий рівень залучення саме довготермінового капіталу.

Для аналізу забезпечення підприємства власними коштами важливе значення має коефіцієнт забезпечення власними коштами. Його нормативне значення має бути більше ніж 0,1.

У разі банкрутства або санації підприємства слід звернути увагу на показники покриття, загальної та абсолютної ліквідності. Високі значення цих показників, а також їх зростання в динаміці треба розцінювати позитивно.

Показники другої частини табл. 13.18 відображують результативність використання капіталу. Тому їхні високі значення і зростання є позитивними. Проте такі тенденції зумовлюються ефективною роботою підприємства. Отже, для найбільш повного аналізу досліджують також результати виробничо-господарської діяльності підприємства.

13.4.7. Аналіз результатів виробничо-господарської діяльності

Важливе місце належить аналізу господарської діяльності та дотриманню технологічних процесів виробництва, адже це впливає на ефективність виробничо-господарської діяльності.

Бажано виявити наявність збиткових виробництв і частку їх собівартості у загальній собівартості реалізованої продукції. Цей показник розраховують за даними форми № 7-АПК «Реалізація сільськогосподарської продукції» так:

$$\frac{\sum \text{гр. 2 збиткових галузей}}{\text{Гр. 2, код 0510}}$$

Цей показник розраховують за три останні роки. Слід з'ясувати, чи існують напрями діяльності, збиткові упродовж усього періоду, що аналізується, і якщо так, то виявити причини, що зумовили їх збереження. Якщо такими причинами є збереження цілісності технологічного процесу (сівозміни, ефективне використання техніки тощо), то підприємству треба надати рекомендації щодо вдосконалення методів забезпечення технологічних вимог сільськогосподар-

ського виробництва. У разі, коли збереження збиткових галузей не зумовлено такими технологічними вимогами, ці процеси свідчать про нездатність товаровиробника пристосуватися до роботи у ринковому середовищі.

Потрібно розглянути, в якому обсязі забезпечувалися технологічні потреби виробництва в минулому й поточному роках і які кроки були зроблені керівництвом підприємства для недопущення неефективного використання основних засобів виробництва, в тому числі землі, а також як це вплинуло на результативність виробничо-господарської діяльності.

Надалі досліджують основні характеристики діяльності підприємства, а саме: обсяг виробництва й реалізації продукції, рівень її товарності, з'ясовують обсяг бартерних угод господарства. Такий аналіз здійснюють за формою табл. 13.19. Він є найбільш загальним ознайомленням із роботою підприємства щодо виробництва і реалізації продукції.

Таблиця 13.19. Характеристика виробничо-господарської діяльності підприємства (на основі форми № 2 «Звіт про фінансові результати» і даних поточного обліку)

Показник	Попередній рік	Звітний рік	Зростання, зниження (+, -)	
			%	Тис. грн
Обсяг виробництва продукції				
Обсяг реалізації продукції (без ПДВ і акцизного збору)				
У тому числі по бартерних операціях				
Рівень товарності виробленої продукції, %			×	
Частка бартерних операцій в обсязі реалізації, %			×	

Потрібно також детальніше вивчити стан реалізації сільськогосподарської продукції, виявити прибуткові й збиткові галузі, середні ціни реалізації, обсяги реалізації продукції окремих підгалузей, визначити, які з видів продукції є основними в обсягах реалізації підприємства, виявити кількість реалізованої продукції в натурі тощо. Такий аналіз здійснюють за формою табл. 13.20.

Після цього детальніше аналізують фінансові результати за формою табл. 13.21.

На цьому аналіз виробничо-господарської діяльності може бути завершено.

Таблиця 13.21. Аналіз фінансових результатів

Показник	Минулий рік, тис. грн	Звітний рік, тис. грн
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток збиток Чистий: прибуток збиток Рівень сукупної рентабельності, % Норма прибутку, %		

13.4.8. Узагальнення результатів проведеного аналізу

На завершальному етапі підводять підсумок або роблять своєрідне узагальнення отриманих результатів.

Слід мати на увазі, що розглянуті етапи проведення оцінювання фінансового стану сільськогосподарських підприємств за цією методикою не є чимось відокремленим і незалежним одне від одного. Вони становлять одне ціле і мають розглядатись і враховуватись комплексно.

Особливу увагу потрібно приділити оцінюванню фінансового стану, ліквідності та ефективності використання капіталу, а також наявності, складу й руху заборгованості підприємства.

Після проведення аналізу визначають основні напрями подальшої роботи підприємства.

Список використаної і рекомендованої літератури

1. *Конституція України: Основний Закон України від 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 1996. — № 30.*
2. *Закон України «Про товарну біржу» // ВВР. — 1992. — № 10.*
3. *Закон України «Про цінні папери та фондову біржу» // ВВР. — 1991. — № 38.*
4. *Положення про державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності. Затверджено Постановою КМ України від 25.05.98 р. // Збірник урядових нормативних актів України. — 1998. — № 11.*
5. *Положення про порядок ліцензування підприємницької діяльності. Затверджено Постановою КМ України від 03.07.98 р. // Офіційний вісник України — 1998. — № 27.*
6. *Про аудиторську діяльність: Закон України від 22 квітня 1993 р. // ВВР. — 1993. — № 23.*
7. *Про господарські товариства: Закон України від 5 листопада 1991 р. // ВВР. — 1991. — № 4.*
8. *Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні: Закон України від 30 жовтня 1993 р. // ВВР. — 1993. — № 21.*
9. *Про захист прав споживачів: Закон України // ВВР. — 1994. — № 1.*
10. *Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки: Указ Президента України від 3 грудня 1999 р. // Інформаційний тижневик № 7.*
11. *Про патентування деяких видів підприємницької діяльності: Закон України від 23 березня 1996 р. // ВВР. — 1996. — № 20.*
12. *Про підтримку малого підприємництва: Указ Президента України від 12 травня 1998 р. // Офіційний вісник України. — 1998. — № 19.*
13. *Про підприємництво: Закон України від 17 лютого 1991 р. // ВВР. — 1991. — № 14.*
14. *Про підприємства в Україні: Закон України від 27 березня 1991 р. // ВВР. — 1991. — № 5.*
15. *Про плату за землю: Закон України від 23 липня 1992 р. // ВВР. — 1991. — № 38.*
16. *Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві: Закон України від 15 травня 1992 р. // ВВР. — 1992. — № 32.*
17. *Про селянське (фермерське) господарство: Закон України від 20 грудня 1991 р. // ВВР — 1992. — № 14.*
18. *Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва: Указ Президента України від 3 липня 1998 р. // Офіційний Вісник України. — 1998. — № 27.*
19. *Про страхування: Закон України від 7 березня 1996 р. // ВВР. — 1996. — № 18.*
20. *Про усунення обмежень, які стримують розвиток підприємницької діяльності: Указ Президента України від 3 лютого 1998 р. // Офіційний вісник України. — 1998. — № 5.*
21. *Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку: Інформ.-аналіт. збірник / За ред. П. Т. Саблука. — К., 2000.*

22. *Бідзюра І. П., Збарський В. К., Ільчук М. М.* Основи підприємницької діяльності та агробізнесу. — К., 2001.
23. *Бизнес-план* или как повысить доходность вашего предприятия. — М., 1992.
24. *Бизнес-план.* Методические материалы / Под ред. Р. Г. Малиновского. — М., 1994.
25. *Гойко А. Ф.* Организация рынка финансового капитала и инвестиций в Украине. — К., 1995.
26. *Губені Ю. Є.* Можливі напрямки позааграрного підприємництва на селі // Сільські обрії. — 1995. — № 9 – 10.
27. *Збарський В. К., Ільчук М. М.* Біржова діяльність у підприємстві України: Навч. посібник. — К., 2000.
28. *Збарський В. К., Ільчук М. М.* Організаційно-правові аспекти формування структур агробізнесу: Навч. посібник. — К., 1999.
29. *Збарський В. К., Ільчук М. М.* Теорія і практика планування підприємницької діяльності в АПК: Метод. посібник. — К., 1999.
30. *Зіновчук В. В.* Кооперативна ідея в сільському господарстві України і США. — К., 1996.
31. *Ільчук М. М., Збарський В. К.* Спільні міжнародні підприємства: організація та функціонування. — К., 1999.
32. *Кандиба А. М.* Зовнішньоекономічна діяльність в аграрному комплексі. — К., 1994.
33. *Кисельов А. П.* Основи бізнесу. — К., 1998.
34. *Киселев А. П.* Теория и практика современного бизнеса. — К., 1995.
35. *Курилин Б. И.* Безопасность банковских операций. Оценка минимизации рисков. — К., 1995.
36. *Лапуста М. Г., Шаршукова Л. Г.* Риски в предпринимательской деятельности. — М., 1996.
37. *Липиц І. В.* Бизнес-план — основа успеха : Практ. пособие. — М., 1992.
38. *Онщенко О.* Становлення приватного сектора в сільському господарстві // Економіка України. — 1995. — № 10.
39. *Основи* банковского дела / Под ред. А. Н. Мороза. — К., 1994.
40. *Основи* предпринимательской деятельности: Экономическая теория. Маркетинг. Финансовый менеджмент: Учеб. пособие / Под ред. В. М. Власовой. — М., 1997.
41. *Підприємництво* в аграрній сфері економіки / За ред. П. Т. Саблука, М. Й. Маліка. — К., 1997.
42. *Підприємницьке* право України : Практикум / За ред. Н. А. Санахметової. — Х., 1999.
43. *Райзберг Б. А.* Предпринимательство и риск. — М., 1992.
44. *Реформування* та розвиток підприємств агропромислового виробництва: Посібник у питаннях і відповідях / За ред. П. Т. Саблука. — К., 1999.
45. *Риски* в современном бизнесе. — М., 1994.
46. *Роджерс Л.* Маркетинг в малом бизнесе. — М., 1995.
47. *Розенберг Н., Бирдцелл Л.* Как запад стал богатым. — Новосибирск, 1994.
48. *Романова Л. В.* Становлення підприємництва в сільському господарстві. — К., 1997.
49. *Сопко В.* Бухгалтерський облік у підприємстві. — К., 1995.
50. *Сопко В.* Бухгалтерський облік цінних паперів. — К., 1993.
51. *Сорос Дж.* Алхимия финансов. — М., 1997.
52. *Сурорміна В. М.* та ін. Фінанси зарубіжних корпорацій: Навч. посібник / За ред. В. М. Федосова. — К., 1993.
53. *Уилсон П.* Международная торговля в малом бизнесе / Под ред. Л. Е. Строковского. — М., 1995.
54. *Уилсон П.* Финансовый менеджмент в малом: Пер. с англ. / Под ред. В. А. Мырлокови. — М., 1995.
55. *Хоскинг А.* Курс предпринимательства. — М., 1993.

Зміст

Вступ	3
1. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА І АГРОБІЗНЕСУ	5
1.1. Сутність підприємництва та його економічна основа	5
1.2. Праця і підприємництво	10
1.3. Система вільного підприємництва	10
1.4. Особливості підприємницької діяльності в аграрному секторі	12
1.5. Елементи системи бізнесу	16
1.6. Менеджер і підприємець	19
1.7. Середовище підприємництва	20
1.8. Функції та модель бізнесу	22
2. ПРИВАТНА ВЛАСНІСТЬ НА ЗЕМЛЮ І МАЙНО — ОСНОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ	25
2.1. Форми власності в агропромисловому комплексі України	25
2.2. Реорганізація і реформування сільськогосподарських підприємств	30
2.3. Особливості господарювання на власних і орендованих землях	42
2.4. Реорганізація колективних сільськогосподарських підприємств, організація внутрішньогосподарських відносин	44
2.5. Організаційні та правові аспекти відносин орендарів і орендодавців	46
3. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРОБІЗНЕСІ	53
3.1. Організаційно-правові форми підприємництва	53
4. ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРУКТУР МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ НА СЕЛІ	71
4.1. Природа та критерії малого і середнього бізнесу	71
4.2. Малий бізнес у сільському господарстві	75
4.2.1. Особисті господарства громадян	75
4.2.2. Виробничі кооперативи	78
4.2.3. Фермерство як вид малого бізнесу і форма ведення господарства на селі	80
4.2.4. Інші форми малого бізнесу в аграрному секторі	81
5. ОСОБИСТІ ЯКОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ ТА КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ	89
5.1. Особисті й суспільні інтереси в підприємницькій діяльності	89
5.2. Вибір і планування кар'єри в бізнесі	90
5.3. Якості, потрібні підприємцю	94
5.4. Оцінка здатності йти на ризик	95
5.5. Чи можна навчитися підприємництву і бізнесу?	98
5.6. Що можна і чого не можна в підприємництві? Етика підприємництва	101
5.7. Культура підприємництва	105

6. РИНКОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ В АГРОПРОМИСЛОВІЙ СФЕРІ, ЙОГО ВИВЧЕННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ	109
6.1. Сутність маркетингових досліджень, їх типи і методи проведення	109
6.2. Сегментація ринку і позиціонування товарів	115
6.3. Розроблення плану маркетингу в системі підприємництва	118
7. ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ НА СЕЛІ	121
7.1. Мотиваційна модель підприємництва	121
7.2. Етапи і складові підприємницької діяльності	124
7.3. Організаційно-підготовчі заходи і підготовка до реєстрації	125
7.4. Державна реєстрація суб'єктів підприємництва	129
7.5. Післяреєстраційне оформлення суб'єкта підприємницької діяльності	132
7.6. Порядок формування статутного фонду	136
7.7. Ліцензування підприємницької діяльності	138
7.8. Ліквідація та санація підприємницьких структур	142
8. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ	147
8.1. Сутність, завдання та основне призначення бізнес-плану	147
8.2. Концепція, функції і мета бізнес-плану	149
8.3. Бізнес-аналіз — основна передумова планування в підприємстві ..	151
8.4. Чинники успіху в бізнесі	165
8.5. Технологія складання бізнес-плану. Структура бізнес-плану	174
8.6. Технологія складання фінансового плану	180
9. ПОДАТКОВА ТА КРЕДИТНА СИСТЕМИ У СФЕРІ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ АПК	187
9.1. Система оподаткування малого і середнього бізнесу	187
9.1.1. Види податків	187
9.1.2. Податок на додану вартість	188
9.1.3. Акцизний збір	195
9.1.4. Ввізне і вивізне мито	197
9.1.5. Оподаткування прибутку	200
9.1.6. Плата за землю	207
9.1.7. Єдиний податок	211
9.1.8. Податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів	214
9.1.9. Прибутковий податок з громадян	215
9.1.10. Фіксований сільськогосподарський податок	218
9.1.11. Пенсійний фонд	220
9.1.12. Фонд соціального страхування	223
9.1.13. Фонд сприяння зайнятості населення	224
9.2. Способи залучення фінансових ресурсів	225
9.2.1. Механізм випуску та обігу акцій, облигацій і векселів	225
9.2.2. Лізингове кредитування	228
9.3. Одержання і погашення кредитів	231
9.3.1. Види кредитів	231
9.3.2. Кредитний договір	233
9.3.3. Умови одержання кредиту	235
9.3.4. Способи погашення кредиту	236
9.3.5. Спотові, форвардні і ф'ючерсні контракти	238
10. ОБЛІК І ЗВІТНІСТЬ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ	241
10.1. Організація бухгалтерського обліку і фінансової звітності	241
10.2. Фінансова звітність, її склад та вимоги до неї	244
10.3. Форми бухгалтерського обліку, що застосовують суб'єкти малого бізнесу	249
10.4. Облік податків	258
10.5. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності	269
10.6. Послуги аудиторських фірм, їхня сутність і значення	279

11. РОЗВИТОК ВЗАЄМОВІДНОСИН ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР АГРОБІЗНЕСУ	287
11.1. Організація матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств	288
11.1.1. Система матеріально-технічного забезпечення в Україні та формування ринку засобів виробництва	288
11.1.2. Форми матеріально-технічного забезпечення АПК в умовах ринку	293
11.1.3. Організація виробничого обслуговування сільськогосподарських підприємств	300
11.2. Організація підсобних виробництв і промислів	304
11.2.1. Об'єктивна необхідність і передумови розвитку підсобних виробництв	304
11.2.2. Класифікація підсобних підприємств і подальший розвиток їх	309
11.3. Організація зберігання, перероблення та реалізації продукції сільськогосподарських підприємств	312
11.3.1. Зберігання та перероблення сільськогосподарської продукції в сучасних умовах	312
11.3.2. Ринок сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки	316
12. РИЗИКИ ПІДПРИЄМЦІ ТА СТРАХУВАННЯ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ	325
12.1. Сутність і зміст ризиків у підприємницькій діяльності	325
12.2. Можливі збитки від ризиків	331
12.3. Чинники, що формують підприємницький ризик. Класифікація ризиків	333
12.4. Критерії та показники підприємницького ризику	344
12.5. Попереджувальні заходи, способи нейтралізації та мінімізації негативних наслідків можливих ризиків	356
12.6. Страхування як метод зниження ризиків	359
13. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ НА СЕЛІ ТА ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ	367
13.1. Критерій оцінювання ефективності малого і середнього бізнесу на селі	367
13.2. Показники, що відображують ефект від підприємницької діяльності	369
13.3. Методика визначення загальних показників економічної ефективності малого і середнього бізнесу	373
13.4. Оцінювання фінансового стану та виробничо-фінансових результатів діяльності підприємств малого і середнього бізнесу на селі	375
13.4.1. Загальні положення	375
13.4.2. Основні вихідні дані для проведення аналізу	377
13.4.3. Загальна характеристика підприємства	380
13.4.4. Оцінювання майнового стану та виробничого потенціалу підприємства	383
13.4.5. Оцінювання капіталу	386
13.4.6. Аналіз фінансового стану підприємств	389
13.4.7. Аналіз результатів виробничо-господарської діяльності	391
13.4.8. Узагальнення результатів проведеного аналізу	394
Список використаної і рекомендованої літератури	395

Навчальне видання

*Ільчук Микола Максимович
Іщенко Тетяна Дем'янівна
Збарський Василь Кузьмович
Лайко Петро Опанасович
Сук Леонід Кіндратович
Сук Петро Леонідович
Амбросов Володимир Якович
Моренич Тетяна Григорівна
Завадський Йосип Станіславович
Рябчик Ігор Володимирович
Губені Юрій Едвардович
Навроцький Степан Аркадійович
Кисіль Микола Іванович*

Основи підприємницької діяльності та агробізнесу

*За редакцією кандидата економічних наук,
доцента М. М. Ільчука*

Оправа і титул художника *В. С. Жиборовського*
Комп'ютерна верстка *Л. М. Кіпріянової*

Видавництво «Вища освіта»,
01110, Київ-110, вул. В. Василевської, 13, корп. 1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єкта видавничої справи ДК № 662 від 06.11.2001

Підп. до друку 11.06.2002. Формат 60 × 84/16. Папір офс. № 1.
Гарнітура Century Schoolbook. Друк офс. Ум. друк. арк. 25,01.
Обл.-вид. арк. 30,52. Зам. № 2-148

Надруковано з плівок, виготовлених у видавництві «Вища освіта»,
на ВАТ «Білоцерківська книжкова фабрика»,
09117, м. Біла Церква, вул. Л. Курбаса, 4