

# ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

## *та агро- бізнес*



# ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ *та агро-* БІЗНЕС



*За редакцією доктора економічних наук,  
професора М.М. Ільчука,  
кандидата педагогічних наук, доцента Т.Д. Іщенко*

*Затверджено  
Міністерством аграрної політики України  
як підручник для підготовки фахівців  
неекономічних спеціальностей  
в аграрних вищих навчальних закладах  
II – IV рівнів акредитації*

Київ  
«Вища освіта»  
2006

УДК 338.43.01(075.8)  
ББК 65.32я73  
ПЗ2

*Гриф надано Міністерством аграрної  
політики України  
(лист № 18-І-1-128/1277 від 19.12.05 р.)*

Авторський колектив: доктор екон. наук, проф. *М.М. Ільчук* (вступ, розд. 4, 6, 9, 12), канд. пед. наук, доц. *Т.Д. Іщенко* (розд. 2, 6), доктор екон. наук, проф. *П.О. Лайко* (розд. 10), доктор екон. наук, проф. *Л.К. Сук*, канд. екон. наук, доц. *П.Л. Сук* (розд. 11), доктор екон. наук, проф. *В.Я. Амбросов*, доктор екон. наук, проф. *Ю.Е. Губені* (розд. 8), кандидати екон. наук, доценти *Т.Г. Маренич* (розд. 3), *В.К. Збарський* (розд. 2, 5, 6), *М.М. Рудий* (розд. 1), *О.С. Степасюк*, *Л.М. Степасюк* (розд. 7), *С.А. Навроцький* (розд. 13), кандидати екон. наук *О.В. Дикий* (розд. 2, 6), *М.І. Кісіль* і *К.А. Приб* (розд. 14)

Редактор *Л.П. Нікітіна*

ПЗ2 **Підприємницька діяльність та агробізнес: Підручник / За ред. М.М. Ільчука, Т.Д. Іщенко.** — К.: Вища освіта, 2006. — 543 с.: іл.  
ISBN 966-8081-63-3

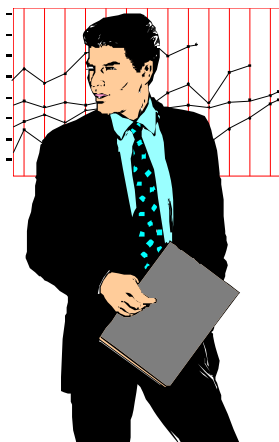
У підручнику висвітлено соціально-економічні аспекти підприємництва та агробізнесу, організації та функціонування малого та середнього бізнесу на селі, визначення економічної ефективності аграрних підприємницьких структур.

Для підготовки фахівців неекономічних спеціальностей в аграрних вищих навчальних закладах II – IV рівнів акредитації. Буде корисним керівникам і фахівцям підприємницьких структур аграрної сфери.

**ББК 65.32я73**

ISBN 966-8081-63-3

© М.М. Ільчук, Т.Д. Іщенко та ін.,  
2006



## ВСТУП

Ринкові перетворення в економіці України потребують принципово нових підходів до розвитку підприємництва та агробізнесу. Подальше реформування аграрного сектору має ґрунтуватися на глибокому аналізі та врахуванні всіх чинників, які можуть вплинути на ефективність підприємництва й агробізнесу. Особлива увага при цьому має приділятися формуванню структур малого та середнього бізнесу на селі на основі приватної власності на землю та майно.

Успішний перехід до ринкових відносин, розвиток підприємництва та агробізнесу з виходом української продукції, зокрема сільськогосподарської, 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.

В Україні сформовано правову базу для успішного розвитку підприємництва та агробізнесу, в основу якої покладено Господарський кодекс України.

У підручнику розглянуто теоретичні засади ринкових відносин у підприємстві та його соціально-економічні основи, організаційно-правові форми господарської діяльності в агробізнесі, а також питання культури бізнесу, прогнозування ринкового середовища, відкриття власної справи, розроблення засновницьких документів і бізнес-планів, державної реєстрації підприємницьких структур, обліку та податків, ризиків та страхування в підприєм-

стві, визначення економічної ефективності роботи підприємств агробізнесу.

Матеріал викладено відповідно до типової програми вивчення дисципліни «Підприємництво та агробізнес» для студентів не-економічних спеціальностей аграрних вищих навчальних закладів II – IV рівнів акредитації. Також розрахований на підприємців аграрної сфери.

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





## Розділ 1

# ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РИНКОВИХ ВІДНОСИН ЯК ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

## 1.1. Ринковий механізм попиту і пропозиції

### 1.1.1. Ринок як механізм координації економічного вибору

У ринковій економіці жодна особа, жодна організація не відповідають за вирішення економічних проблем, а фірми і споживачі взаємодіють у добровільному обміні, дії та наміри яких невидимо координуються системою цін і ринків.

**Ринкова економіка** — це налагоджений механізм об'єктивної координації людей, різних видів діяльності і фірм через систему цін і ринків. Як засіб зв'язку він дав змогу об'єднати знання та діяльність мільйонів індивідів. Без централізованого прийняття рішень та розрахунків ринкова економіка вирішує такі завдання, які не під силу найпотужнішому на сьогодні комп'ютеру, використовуючи безліч невідомих змінних і рівнянь. Початково ринок означав місце, де продавали і купували товари. Сьогодні важливими ринками є різні види бірж світового значення.

Загалом *ринок* — це механізм, де покупці та продавці зустрічаються, щоб обмінювати речі. Ринок може бути централізованим (для акцій, облігацій чи пшениці) або децентралізованим (для будинків або старих автомобілів), або навіть електрон-



ним, як у разі багатьох фінансових активів та послуг. Вирішальною рисою є те, що він зводить покупців і продавців разом для визначення цін і кількості товарів. На думку П. Самуельсона та В. Нордгауза, ринок — це механізм, через який покупці і продавці взаємодіють, щоб визначити ціну та кількість товару.

Дуже близьким за змістом є визначення ринку К.Макконела та С. Брю, згідно з яким ринок — це інститут або механізм, який зводить разом покупців (пред'явників попиту) і продавців (постачальників) окремих товарів і послуг.

У ринковій системі все має ціну, яка виражає цінність товару за допомогою грошей. Ціни є мірилом, через яке люди і фірми добровільно обмінюють різні товари. Більше того, ціни є сигналом для виробників і споживачів. Якщо споживачі бажають більше якогось товару — попит на них зростає. Так, якщо ціна на бензин зростає, то вища ціна стимулює більший видобуток нафти.

Ціни координують рішення виробників і споживачів на ринку.

Вищі ціни призводять до зменшення споживання і стимулюють виробництво.

Отже, ціни є балансовим колесом у ринковому механізмі.

Упорядковуючи відносини між продавцями і покупцями (пропозицію і попит) на кожному з ринків, ринкова економіка вирішує три проблеми: які товари, як і для кого виробляти.

1. **Які товари виробляти** — визначається голосуванням споживачів грошима, тобто їх купівельними рішеннями. Гроші, що платять споживачі, забезпечують оплату праці, ренту і дивіденди, які споживачі, робітники та службовці отримують як дохід.

Фірми ж керуються бажанням максимізувати прибуток. Їх цікавить виробництво товарів, на які є великий попит та високі прибутки, з тих самих міркувань вони залишають сфери, де втрачають гроші.

2. **Як виробляти товари** — визначається конкуренцією між різними виробниками. Найкращим шляхом для виробників витримати цінову конкуренцію і максимізувати прибутки є утримання витрат на мінімальному рівні, застосовуючи для цього найефективніші методи виробництва. Оскільки виробників спонукає до цього спокуса прибутку, то методи, які забезпечують зниження витрат, витіснять дорожчі методи.

3. **Для кого виробляються товари** — визначається попитом та пропозицією на ринках чинників виробництва. Тут встановлюються ціни чинників виробництва: рівень зарплати, земельної ренти, відсотка і прибутку.

Глибокий аналіз структури ринкової економіки свідчить, що нею управляють дві сили — споживачі та технологія. Споживачі управляють через свої природжені або набуті смаки та уподобання, що виражається в їх голосуванні грошима, куди спрямовувати

ресурси суспільства. Виробники вибирають точку на межі виробничих можливостей.

Однак наявні ресурси накладають обмеження на споживачів. Адже економіка не може вийти за межу виробничих можливостей. Ресурси економіки разом з науковими і технологічними можливостями обмежують сфери, куди споживачі можуть віддати свої «грошові» голоси. Таким чином, витрати виробництва і рішення фірми щодо пропозиції разом з попитом допомагають визначити, що виробляти.

Адам Сміт проголосив принцип «невидимої руки», який стверджує, що кожною особою в її егоїстичному переслідуванні тільки своєї власної вигоди керує якась невидима рука, мета якої — досягти найбільшої вигоди для всіх. Водночас Сміт визнавав, що позитивна якість ринкового механізму виявляється лише тоді, коли є система стримувань і противаг досконалої конкуренції. Досконала конкуренція — це ознака ринку, на якому жодна з фірм чи жоден із споживачів недостатньо могутні, щоб впливати на ринкову ціну.

Доктрина «невидимої руки» прийнятна для економіки, в якій усі ринки досконало конкурентні. За таких умов ринки здійснюватимуть ефективний розподіл ресурсів, за якого економіка перебуватиме на межі виробничих можливостей. Проте не завжди ринок працює ідеально. Ринкова економіка втрачає свою ефективність через недосконалу конкуренцію і забруднення навколишнього середовища, інфляцію та безробіття, несправедливий розподіл доходів.

Тому у відповідь на існуючі дефекти ринкового механізму країни запроваджують державне регулювання поряд з «невидимою рукою» ринку. Основні економічні функції держави зводяться до забезпечення ефективності, справедливості та сприяння макроекономічному зростанню і стабільності.

Найпоширенішою моделлю організації економіки в передових країнах за сучасних умов є змішана економіка, за якої ринок визначає більшість індивідуальних цін і кількість товарів. Водночас уряд впливає на всю економіку через програми оподаткування, видатків і регулювання грошового обігу.

В основу аналізу ринкової економіки покладено теорію попиту і пропозиції. Ця теорія показує, як уподобання покупця визначають попит на товари, тоді як витрати виробника є основою пропозиції товарів. У результаті попит і пропозиція приводяться у рівновагу зміною цін, або ціновим механізмом.

### 1.1.2. Попит і його обсяг

Терміном *попит* позначають бажання та здатність людей купувати товари. Що вища ціна на певний товар, то менше людей захочуть його купити. І навпаки, що нижча ринкова ціна товару,



то більше одиниць цього товару буде придбано. Отже, попит показує, яку кількість продукту (блага) споживачі хочуть та можуть купити за кожною окремою ціною впродовж певного періоду. Попит відображає низку альтернативних можливостей, які можна представити у вигляді таблиці, та ту кількість продукту, на яку (за інших однакових умов) буде пред'явлено попит за різних цін. Попит зазвичай розглядають з позиції вигідності ціни: він відображає кількість продукту, яку споживачі купуватимуть за різних можливих цін.

Таким чином, існує чіткий взаємозв'язок між ринковою ціною товару і величиною попиту на нього за інших однакових умов. Цей взаємозв'язок між ціною та кількістю купленого товару називають схемою попиту, або **кривою попиту**.

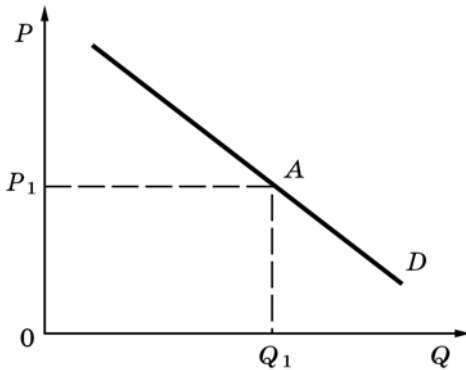


Рис. 1.1. Крива попиту

Коли ціна на товар зростає (а решта чинників залишаються без змін), покупці починають купувати менше цього товару. І навпаки, коли ціна зменшується, то за інших однакових умов величина попиту зростає. Отже, попит показує обернену залежність між ціною й обсягом попиту.

Цю залежність називають законом попиту і графічно її можна подати у вигляді спадної лінії *D* — кривої попиту (від англ. *Demand* — попит).

На графіку (рис. 1.1) на горизонтальній осі позначено обсяг попиту *Q* на певний товар, а на вертикальній — ціну на нього *P*.

Слід зазначити, що існує відмінність між поняттями «попит» та «обсяг попиту». Попит — це завжди набір співвідношень цін та кількостей. Обсяг попиту відображає конкретну кількість, яку бажає купити споживач за певною ціною.

За кривою попиту спостерігаємо зміну обсягу попиту у відповідь на зміну ціни. Проте, крім ціни, на попит діють і нецінові чинники, які призводять до зміни в попиті — зміщення кривої попиту ліворуч  $D_2$  чи праворуч  $D_1$  (рис. 1.2). При цьому спостерігається зміна «інших однакових умов». Адже, розглядаючи функцію попиту як функцію лише ціни, припускаємо, що всі інші чинники є постійними. Таке припущення має назву «за інших однакових умов». Саме тому поняття «за інших однакових умов» щодо попиту пов'язане з неціновими чинниками впливу на попит.

**Основні нецінові чинники впливу на попит**, що призводять до зміни в попиті:

1. **Дохід.** Вплив на попит зміни грошового доходу досить складний. Здебільшого збільшення доходу зумовлює зростання попиту (зміщення кривої вгору праворуч). Однак попит на деякі товари може скорочуватися, якщо споживачі замінюють їх дорожчими і якіснішими (зміщення кривої вниз праворуч).

2. **Смаки й уподобання споживачів.** Сприятлива для певного товару зміна споживчих смаків чи переваг, спричинена рекламою чи зміною моди, означатиме, що попит зростає за кожною ціною (крива зміститься вгору — праворуч). Несприятливі зміни в перевагах споживачів призводять до зменшення попиту і зміщення кривої попиту ліворуч.

3. **Місткість ринку.** Очевидно, що збільшення на ринку кількості покупців зумовлює підвищення попиту, а зменшення кількості споживачів призводить до його зниження.

4. **Ціни на суміжні товари.** Попит може змінюватися в обох напрямках залежно від типу товару. Розрізняють дві групи товарів: товари-субститути (замінники) і товари-комплементи (доповнювальні). Із зростанням цін на один з товарів-субститутів попит на інший збільшується (зміщення кривої вгору). Попит на товари-комплементи діє в одному напрямку, тому підвищення ціни на один із них призводить до скорочення попиту на інший, і навпаки.

5. **Очікування.** Споживачі очікування щодо таких чинників, як майбутні ціни на товари, наявність товарів і майбутній дохід, здатні змінити попит. Наприклад, очікування щодо зростання цін на товари у майбутньому можуть призвести до ажіотажного попиту на них сьогодні. Або ж очікування підвищення доходів може спонукати споживачів менше обмежувати поточні витрати.

Слід зазначити, що аналіз попиту на ринках продуктів повною мірою характерний для ринків ресурсів, де споживачами є фірми.

### 1.1.3. Пропозиція та її обсяг

Пропозиція показує, яку кількість продукту виробник бажає і здатний виробити та запропонувати на ринку за кожною конкрет-

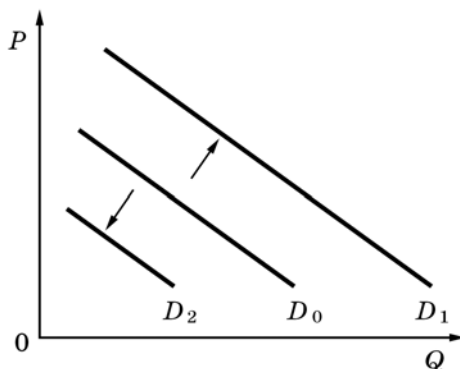


Рис. 1.2. Зміщення кривої попиту в разі зміни «інших однакових умов»

ною ціною з низки можливих цін упродовж певного періоду часу. Іншими словами, пропозиція — це таблиця, що описує зміну обсягу пропозиції залежно від зміни ціни товару. Цей зв'язок називають **законом пропозиції**. Він показує, що з підвищенням цін (за інших однакових умов) виробники пропонують на ринку більшу кількість свого продукту, і навпаки. Закон пропозиції відображає прямий зв'язок між ціною й обсягом пропозиції. Тут доцільно зауважити, що для фірми (представника пропозиції), так само як і для споживача, основним сигналом ринку є ціна. Проте, на відміну від споживача, для фірми стимул до виробництва зростає з підвищенням ціни.

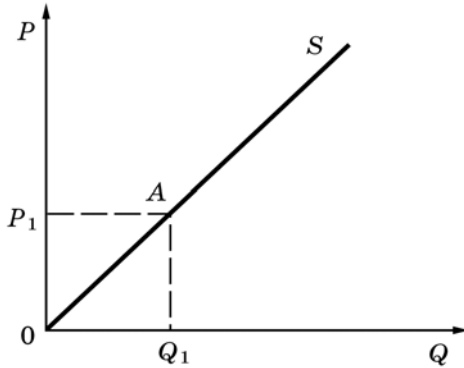


Рис. 1.3. Крива пропозиції

Крива пропозиції на графіку відображає лінійну функцію і позначається  $S$  (*Supply* — англ.). Побудова кривої пропозиції ґрунтується на припущенні, що ціна є основним чинником обсягу пропозиції будь-якого продукту. Однак крива пропозиції, так само як і крива попиту, пов'язана з припущенням «за інших однакових умов». Якщо ці умови змінюються (діють нецінові чинники), то розташування кривої пропозиції також змінюватиметься. Тому слід розрізняти поняття «пропозиція» та «обсяг пропозиції». Обсяг пропозиції відповідає конкретній кількості товару, яку фірма реалізує за певною ціною. Зміна обсягу пропозиції означає рух вздовж кривої пропозиції.

Зміщення кривої пропозиції праворуч або ліворуч означає зміну пропозиції: вона відбувається під дією змін нецінових чинників (рис. 1.4).

Графічна ситуація зміни «інших однакових умов» передається паралельним зміщенням кривої пропозиції  $S_0$  праворуч  $S_1$  або ліворуч  $S_2$ . Це свідчить про вплив нецінових чинників на пропозицію.

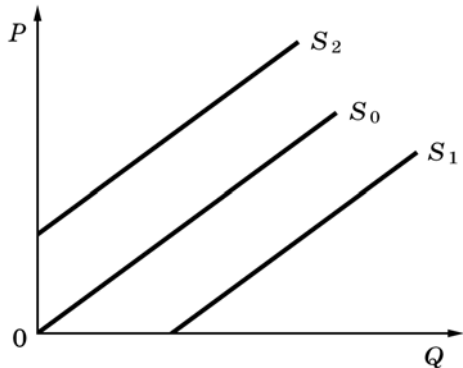


Рис. 1.4. Зміщення кривої пропозиції в разі зміни «інших однакових умов»

### 1.1.4. Основні нецінові чинники впливу на пропозицію

1. **Ціни на ресурси.** Зниження цін на ресурси зменшує витрати на виробництво і збільшує пропозицію, тобто зміщує криву пропозиції праворуч. Наприклад, якщо ціни на насіння картоплі і добрива знижуються, то можна очікувати збільшення пропозиції картоплі. І навпаки, зростання цін на ресурси збільшить витрати виробництва і зменшить пропозицію, тобто змістить криву пропозиції ліворуч.

2. **Технологія.** Удосконалення технології означає, що відкриття нових знань дає змогу ефективніше виробити одиницю продукції, тобто з меншими витратами ресурсів. За незмінних цін на ресурси зменшаться виробничі витрати і зросте пропозиція (її крива зміститься праворуч).

3. **Податки і дотації.** Підприємство розглядає більшість податків як витрати виробництва. Тому підвищення податків збільшує витрати і скорочує пропозицію. Дотації вважають «податком навпаки». Коли держава дотує виробництво певного товару, то вона фактично знижує витрати і збільшує пропозицію.

4. **Ціни на інші товари.** Зміни цін на інші товари також здатні змістити криву пропозиції продукту. Зниження ціни на ячмінь, наприклад, може спонукати фермера вирощувати і пропонувати більше пшениці.

5. **Кількість продавців на ринку.** Збільшення кількості фірм на ринку призведе до зростання пропозиції, й її крива зміщуватиметься праворуч. Якщо кількість продавців на ринку зменшиться, то скоротиться пропозиція (крива пропозиції зміститься ліворуч).

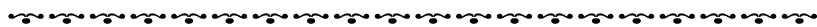
6. **Очікувана зміна цін у майбутньому.** Якщо фірми очікують підвищення цін у майбутньому, то вони намагатимуться скоротити пропозицію сьогодні. І навпаки, коли виробники прогнозують зниження цін, то вироблятимуть більше продукції сьогодні.

### 1.1.5. Взаємодія попиту і пропозиції, ринкова рівновага

До цього ми аналізували попит і пропозицію окремо, вважаючи, що і споживач, і фірма приймають свої рішення ізольовано, орієнтуючись на ціну «за інших однакових умов». Однак виробник хоче продати товар, а споживач — його купити. Тому має існувати якийсь певний рівень цін, який задовольнив би обох.

Змоделюємо ситуацію графічно, зобразивши лінійні криві попиту і пропозиції в одній координатній площині (рис. 1.5).

Точка перетину цих ліній є точкою ринкової рівноваги  $A$ . На осях координат їй відповідають  $P_A$  — ціна рівноваги і  $Q_A$  — рівноважний обсяг. Пояснюється це тим, що в точці  $Q_A$  обсяг попиту  $Q_D$  збігається з обсягом пропозиції  $Q_S$ , а в точці  $P_A$  ціна попиту  $P_D$  — з ціною пропозиції  $P_S$ .



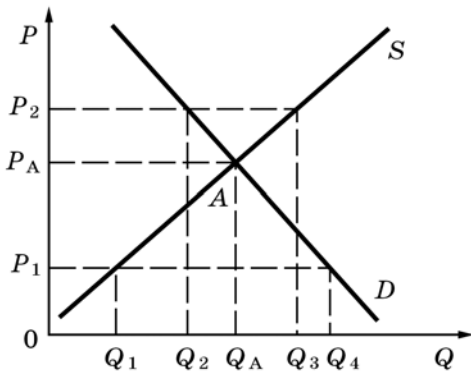


Рис. 1.5. Ринкова рівновага

попиту за такою ціною становитиме  $Q_4$ , а обсяг пропозиції —  $Q_1$ . У результаті виникає різниця між  $Q_4$  і  $Q_1$ .

Надлишковий попит, посилюючи конкуренцію покупців, почне діяти у напрямку підвищення ціни  $P_1$  і вона повернеться в попереднє положення ( $P_A$ ).

Якщо ринкова ціна підвищиться до рівня  $P_2$ , то у такому разі обсяг попиту становитиме  $Q_2$ , а обсяг пропозиції —  $Q_3$ . Як бачимо, тут є надлишок пропозиції, оскільки  $Q_3 > Q_4$ .

Надлишкова пропозиція, посилюючи конкуренцію продавців, почне діяти на зниження ціни  $P_2$ , і вона повернеться до попереднього стану рівноваги  $P_A$ .

Ринок не може перебувати в «застиглому» стані, навіть якщо він у стабільній рівновазі. Зміни, що постійно відбуваються в рівнях попиту та пропозиції, а також у характері зовнішніх впливів на ринок, змушують його пристосовуватися до нових умов, коригувати свої основні параметри: ціну рівноваги і рівноважний обсяг.

Найактивнішим чинником є, безумовно, попит. Він може миттєво зростати (наприклад, у разі розповсюдження інформації про високу корисність якогось блага) і миттєво знижуватися (якщо розповсюджується протилежна інформація).

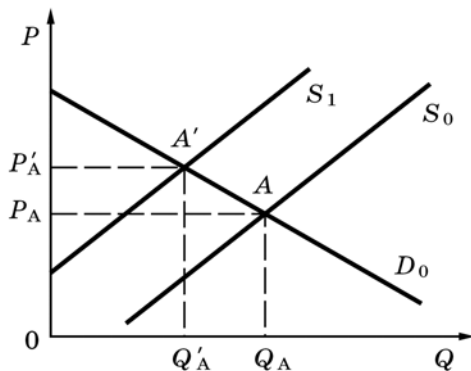


Рис. 1.6. Зміна ринкової рівноваги

Пропозиція за своїм характером не така динамічна, оскільки вона прямо пов'язана з виробництвом, обсяги якого миттєво змінити неможливо. Для цього потрібен певний час.

Розглянемо ситуацію, коли відбуваються зміна ринкової рівноваги і відхилення ціни від рівноважного рівня.

Зміна стану рівноваги пов'язана насамперед зі зміною нецінових чинників попиту та пропозиції. Так, унаслідок підвищення цін на ресурси крива пропозиції  $S_0$  пересунеться ліворуч угору  $S_1$ , як це зображено на графіку (рис. 1.6). Рівноважна ціна піднімається до рівня  $P'_A$ , а рівноважна кількість скоротиться з  $Q_A$  до  $Q'_A$ .

Аналогічно можна розглянути ситуації зміни стану рівноваги внаслідок зміни інших нецінових чинників попиту і пропозиції.

## 1.2. Характеристика основних типів ринкових структур

### 1.2.1. Структура ринку і умови досконалої конкуренції

Умови взаємодії учасників та ціноутворення на ринках залежать від ринкової структури. Для визначення різних типів ринкових структур використовують терміни, утворені від слів грецького походження, що характеризують належність суб'єктів до однієї із двох сторін ринку — до продавців чи до покупців — *poleo* (продаю) і *psoneo* (купую) та їх кількість — *mono* (один), *oligos* (нечисленний) і *poly* (багато). Комбінуючи їх, можна отримати найзагальнішу і просту класифікацію типів ринкових структур: досконала конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, монополія.

Належність до певного типу ринкової структури визначається такими характеристиками:

- ♦ частка кожного з учасників у ринковому обсязі попиту або пропозиції;
- ♦ ступінь однорідності продукції на ринку;
- ♦ можливість входження нових фірм на ринок та виходу з ринку;
- ♦ умови взаємодії продавців між собою та покупців між собою, можливість змови учасників;
- ♦ можливість отримання потрібної інформації для визначення поведінки на ринку.

Проте не слід вважати, що в реальному житті існують лише названі типи ринку. Насправді їх безліч. В економічній теорії розглядають не реально функціонуючі ринки, а їх «чисті форми», ідеальні моделі. Сукупність цих моделей створює теоретичний інструментарій для аналізу конкретних реальних ринків і розроблення заходів щодо їх регулювання чи дерегулювання.

Важливо зазначити, що поняття «ринок» та «галузь», хоча й дуже близькі, проте не ідентичні. Якщо ринки об'єднують продавців і покупців товарів, що є близькими субститутами під кутом зо-



ру їх покупців, то галузі об'єднують продавців (виробників) товарів, що є близькими субститутами у виробництві. Для аналізу цін і обсягів виробництва певного товару зручно розглядати ринок певного товару, а для вивчення умов та можливостей входження на цей ринок і виходу з нього — досліджувати галузь.

Розглянемо, як функціонує ринок досконалої конкуренції.

В економічній теорії досконалою конкуренцією називають таку форму організації ринку, за якої неможливе будь-яке суперництво як між продавцями, так і між покупцями. Отже, теоретичне поняття досконалої конкуренції є фактично запереченням звичайного для ділової практики та повсякденного життя розуміння конкуренції як гострого суперництва економічних суб'єктів.

Модель досконалої конкуренції ґрунтується на певних умовах щодо організації ринку.

1. **Велика кількість покупців і продавців на ринку.** Це означає, що обсяги попиту і пропозиції навіть найбільших покупців і продавців дуже незначні щодо масштабів ринку. Тут «дуже незначні» означає, що зміна обсягів попиту і пропозиції окремих суб'єктів у межах короткострокового періоду (тобто за незмінної потужності підприємства та незмінних смаків і переваг споживачів) не впливають на ринкову ціну продукції. Вона визначається лише сукупністю всіх продавців та покупців — є колективним результатом ринкових відносин.

Велика кількість суб'єктів ринку передбачає відсутність формальних чи неформальних угод (змови) між ними з метою досягнення монопольних переваг на ринку.

2. **Однорідність продукції** означає, що всі її одиниці абсолютно однакові в уявленні покупців і у них немає можливості розпізнавати, ким саме вироблена та чи інша одиниця. Тобто продукти різних підприємств абсолютно взаємозамінні, й їх крива байдужості має для кожного покупця форму прямої.

Сукупність усіх підприємств, що виробляють будь-який однорідний продукт, утворює галузь. Однорідним продуктом можуть бути, наприклад, звичайні акції певної корпорації, що перебувають в обігу на вторинному фондовому ринку. Кожна із них абсолютно ідентична будь-якій іншій, і покупцеві байдуже, хто саме продає ту чи іншу акцію, якщо її ціна не відрізняється від ринкової. Однорідними є також стандартизовані товари, які продають на спеціалізованих товарних біржах. Це зазвичай різні види сировинних товарів (бавовна, пшениця, кава, нафта певних сортів) або напівфабрикати (сталь, алюміній, золото тощо).

Однакову продукцію не вважають однорідною, якщо її виробники можуть легко розпізнаватися покупцями за виробленою чи торговою маркою, фірмовим знаком або іншими характерними особливостями, якщо, звичайно, покупці надають їм істотного значення. Отже, анонімність продавців разом з анонімністю по-

купців роблять ринок досконалої конкуренції повністю знеособленим.

**3. Вільне входження на ринок і вихід з нього.** Всі покупці та продавці мають повну свободу входження в галузь (на ринок) і виходу з неї (виходу з ринку). Це означає, що підприємства вільно можуть почати виробництво певної продукції, продовжити чи припинити його, якщо вважатимуть за доцільне. Аналогічно покупці вільно можуть купувати товар у будь-якій кількості, збільшити, скоротити або зовсім припинити його придбання. Немає ніяких легальних чи фінансових перешкод до входження в галузь. Немає, наприклад, патентів чи ліцензій, які забезпечують переважні права на виробництво певної продукції. Входження у галузь (і вихід з неї) не потребують істотних початкових (відповідно, ліквідаційних) витрат. Економія від масштабу підприємств, що функціонують у галузі, не настільки велика, щоб обмежити входження у галузь нових підприємств.

Крім того, ніхто не зобов'язаний залишатися в галузі, якщо це не відповідає його бажанням. Немає державного втручання в організацію ринку (субсидії та податкові пільги, квоти й інші форми впливу на попит і пропозицію).

Свобода входження і виходу передбачає також абсолютну мобільність покупців і продавців усередині ринку, немає будь-яких форм закріплення покупців до продавців. Вона забезпечується мобільністю виробничих ресурсів, вільним їх переливанням з однієї галузі до іншої, туди, де їх альтернативна вартість вища. Це, зокрема, означає, що працівники можуть вільно мігрувати як між галузями, так і між професіями. Пропозиція сировини та інших виробничих ресурсів не монополізована.

**4. Повна інформованість учасників ринку.** Суб'єкти ринку (покупці, продавці, власники чинників виробництва) володіють абсолютним знанням усіх параметрів ринку. Інформація розповсюджується миттєво, і нічого їм не коштує. На цьому припущенні й ґрунтується так званий **закон єдиної ціни**, згідно з яким на досконало конкурентному ринку всякий товар продається за єдиною ринковою ціною.

Перехресна еластичність попиту за ціною (в межах однорідної продукції) наближається до безмежності для будь-якої пари продавців. І тому той з них, хто намагається підняти ціну вище від звичайного ринкового рівня, відразу ж залишається без покупців, які звертатимуться до інших продавців. Проблема в тому, звідки знатимуть покупці про наявність дешевих джерел постачання (продавців) і де вони розташовані. Сутність припущення про абсолютну інформованість полягає в тому, що суб'єкти ринку наперед володіють інформацією про розподіл цін серед продавців і перехід від одного до іншого нічого не коштує.





Однак такого апіорного знання не існує. Інформація дефіциту, її отримання, переробка та використання потребують часу, сил і грошей.

Порушення будь-якої з цих умов призводить до ринку з недосконалою конкуренцією. Зауважимо, що реальних ринків, де одночасно в повному обсязі виконують усі ці умови, не існує. По суті, йдеться про ідеальну модель ринку, своєрідний еталон, відхилення від якого можуть призвести до втрат для суспільства. Серед існуючих ринків до умов досконалої конкуренції наближаються, наприклад, деякі ринки сільськогосподарської продукції.

### 1.2.2. Характеристика «чистої» монополії

Протилежністю досконалої конкуренції є «чиста монополія» (від грец. *monos* — один, *poleo* — продаю).

Характерні ознаки цієї ринкової моделі такі:

1. **На ринку існує лише один продавець певного товару.** Як єдиний постачальник фірма-монополіст стикається з сукупним попитом усіх потенційних покупців товару в межах певного (національного чи місцевого) ринку, і в цьому розумінні вона тотожна галузі. Інакше кажучи, галузь складається з однієї фірми, тобто поняття «фірма» і «галузь» збігаються. На перший погляд така ситуація малореальна і, дійсно, в масштабі країни трапляється рідко. Однак, якщо взяти, наприклад, невелике місто, то видно, що ситуація монополії досить типова. В такому місті існує одна залізниця, один банк, один книжковий магазин тощо.

2. **Відсутність абсолютних заміників.** Фірма-монополіст може виробляти однорідну або диференційовану продукцію, проте в будь-якому разі ця продукція не має абсолютних (з точки зору покупців) заміників (субститутів). Звичайно, всі споживчі товари є взаємозамінниками у тому розумінні, що всі вони конкурують за гроші покупців. Однак якщо товари, які виробляються конкурентними фірмами, мають абсолютні субститути, що виробляються іншими фірмами тієї самої галузі, то субститути товарів, які виробляються монополістом, не абсолютні. Тому перехресна еластичність попиту між продуктами монополіста й будь-яким іншим товаром або дорівнює нулю, або дуже незначна.

Хоча монополіст — єдиний продавець певного товару, він все ж має враховувати існування більш-менш близьких, хоча й не абсолютних, заміників свого товару, що виробляються іншими фірмами. Цей тиск загальної конкуренції за гроші покупців утілений у самій функції (кривій) попиту, яка для монополіста є ринковою функцією попиту на його товар.

3. **Входження на ринок нових фірм блоковано.** Монополія може існувати лише тому, що вхід на ринок уявляється іншим фір-

мам не вигідним або неможливим. Якщо ж інші фірми зможуть увійти в галузь, то монополія, за визначенням, зникне. Тому наявність вхідних бар'єрів є обов'язковою умовою і виникнення, й існування монополії. Вхідні бар'єри численні та різноманітні. Серед них:

- ♦ наявність у фірми-монополіста патентів на продукцію чи застосовувану під час її виготовлення технологію;
- ♦ існування урядових ліцензій, квот чи високого мита на імпорт товарів;
- ♦ контроль монополістом джерел надходження потрібної сировини чи інших спеціалізованих ресурсів;
- ♦ наявність істотного ефекту масштабу забезпечує функціонування на ринку лише одного виробника, який отримує економічний прибуток;
- ♦ великі транспортні витрати, які сприяють формуванню ізолюваних місцевих ринків, тому єдина технологічно галузь може передбачати багато локальних монополістів;
- ♦ нечесна конкуренція (антиреклама, тиск на банки та постачальників ресурсів, демпінг, переманювання фахівців, промисловий шпіднаж тощо) — незаконні або ті, що межують із беззаконням, заходи щодо утримання монополісної влади.

Крім того, і сама фірма-монополіст може здійснювати таку політику цін, яка не приваблює на ринок потенційних конкурентів.

**4. Абсолютна поінформованість.** І покупці, й єдиний постачальник володіють повною інформацією про ціни, фізичні характеристики благ, інші параметри ринку.

Ринки, закриті для входження конкурентів юридичними бар'єрами, називають **закритими монополіями**. Монополію, яка існує завдяки ефекту масштабу, називають **природною монополією**.

Зосередження виробництва всього ринкового обсягу блага в одній фірмі у разі природної монополії економічно ефективніше, ніж на кількох підприємствах. Тому природні монополії зазвичай підтримуються державною владою, яка бере на себе регулювання їхньої діяльності.

Існування різноманітних вхідних бар'єрів є джерелом монополісної влади. Монополісна (ринкова) влада полягає у здатності фірми впливати на ринкову ціну. Чистий монополіст має абсолютну ринкову владу, а його здатність впливати на ціну обмежується лише попитом споживачів.

Якщо уявити своєрідну шкалу можливостей різних ринкових структур щодо конкуренції серед постачальників та впливу на ринкові ціни, то всі реально існуючі типи структур будуть розміщені на ній між досконалою конкуренцією і чистою монополією.



### 1.2.3. Характерні ознаки олігополії

Термін «олігополія» (від грец. *oligos* — нечисленний і *poleo* — продаю) в європейську лексику запроваджений англійським гуманістом і державним діячем Томасом Мором у всесвітньо відомому романі «Утопія» (1516 р.). Нині цей термін використовується економістами для позначення певного типу будови ринку, за якого пропозиція представлена невеликою кількістю порівняно великих підприємств — продавців однорідної продукції або близьких субститутів. Припущень, на яких ґрунтується виокремлення олігополії як особливого типу будови ринку, небагато, і вони реалістичніші порівняно з припущеннями, покладеними в основу моделей досконалої конкуренції та монополії.

1. Незначна кількість продавців, яким протистоїть безліч дрібних покупців. Це означає, що покупці на олігополістичному ринку є цінодержувачами, кожен з них переконаний, що його поведінка не впливає на ринкові ціни. Крім того, самі олігополісти є «ціношукачами», кожен з них розуміє, що його поведінка істотно впливає на ціни, які можуть отримати за свою продукцію суперники.

Не можна конкретно сказати, скільки фірм має діяти на ринку, щоб його віднести до олігополії. Їх може бути три або десять, оскільки олігополія займає весь проміжок між чистою монополією та монополістичною конкуренцією.

2. Продукт, який виробляють олігополісти, може бути як однорідним (стандартним), так і неоднорідним (диференційованим). Типовими олігополістичними ринками є ринки сталі та автомобілів. Якщо у першому випадку виробляється стандартний продукт, то у другому він диференційований. У теорії зручніше розглянути цю велику кількість субститутів як однорідний агрегований продукт.

3. Можливості входження у галузь (на ринок) нових виробників змінюються в широких межах: від повністю блокованого входу (як у моделі монополії) до абсолютно вільного (як у моделі досконалої конкуренції).

Високі бар'єри до входження в галузь пов'язані насамперед з економією на масштабі виробництва (ефект масштабу), яка є найважливішою причиною значного поширення і тривалого збереження олігополістичних структур. В автомобільній промисловості США у 80-ті роки ХХ ст., наприклад, мінімально ефективний обсяг виробництва становив 300 тис. автомобілів за рік. Оскільки багато підприємств виробляли не менше від двох моделей одночасно, вартість такого заводу зазвичай перевищувала 3 млрд доларів. Такі великі інвестиції доступні далеко не всім фірмам, тому створюються об'єктивні передумови для збереження провідних позицій автомобільних заводів-гігантів. Перешкоди до входження в ринок можуть бути пов'язані з патентною монополією, як це відбувається в наукомістких галузях, які контролюються фірмами на

зразок «Ксерокс», «Кодак», IBM та ін. Упродовж усього терміну дії патенту (в США — 17 років) фірма надійно захищена від внутрішньої конкуренції.

Серед інших причин — монополія контролю над рідкісними джерелами сировини (наприклад, світовий ринок нафтопродуктів контролює картель ОПЕК), високі витрати на рекламу (як у виробництві сигарет, прохолоджувальних напоїв чи шоу-бізнесу). Є й інші бар'єри, що склалися природно або створені штучно. Перешкоди різні за міцністю і хоча немає таких, які не можна здолати, все ж вони виникають знову і знову.

4. Загальна взаємозалежність поведінки фірм на олігополістичному ринку. Олігополія виникає тоді, коли кількість фірм настільки мала, що кожна з них під час формування своєї економічної політики змушена брати до уваги реакцію з боку конкурентів. Фірма-олігополіст не може не зважати на те, що співвідношення між вибраним нею рівнем ціни і обсягом продукції, яку вона зможе за цією ціною продати, залежить від поведінки її суперників, які, в свою чергу, залежать від прийнятого рішення. Тому олігополіст не може розглядати криву попиту на свою продукцію як задану.

Саме ця «незаданість» функції попиту на продукцію олігополіста при прийнятті ним рішення щодо рівня цін та/чи обсягу виробництва і визначає особливості ринку, який має олігополістичну будову. Тому олігополіст має передбачати реакцію суперників на свої рішення та дії. Отже, загальна взаємозалежність фірм є основною рисою олігополістичних ринків. Результати суперництва на таких ринках значною мірою залежать від реакції суперників на дії один щодо одного, яка може істотно відрізнятись. Тому й не існує єдиної, загальної моделі олігополії, як це є у разі моделі досконалої конкуренції та монополії. Натомість відомо кілька моделей олігополії, які відрізняються характером намірів олігополістів та особливостями їхніх взаємовідносин.

Насамперед олігополістичні ринки розрізняють за тим, як діють виробники: незалежно один від одного, на свій страх і ризик, або, навпаки, вони вступають у змову, яка може бути явною (відкритою) чи таємною (закритою). В першому випадку йдеться про некооперовану, в другому — про кооперовану олігополію.

**Монополістична конкуренція** — така ринкова структура, за якої багато продавців конкурують, щоб продати диференційований продукт на ринку, де можлива поява нових продуктів.

#### 1.2.4. Основні риси ринку з монополістичною конкуренцією

1. На ринку існує досить багато продавців, які пропонують подібну, проте не ідентичну продукцію. Монополістична конкуренція істотно відрізняється від досконалої конкуренції щодо кількості



ті фірм. Їх може діяти на ринку кілька десятків, а не тисяч, як за умов досконалої конкуренції.

За наявності такої кількості фірм впливає кілька важливих ознак монополістичної конкуренції:

- ♦ кожна фірма володіє відносно невеликою частиною всього ринку, тому вона має дуже обмежений контроль над ринковою ціною;

- ♦ наявність порівняно великої кількості фірм унеможливує їх таємну змову з метою обмеження обсягу виробництва і штучного підвищення цін;

- ♦ за умов значної кількості фірм немає відчуття взаємної залежності між ними; кожна фірма визначає свою політику, не враховуючи можливу реакцію з боку фірм, що конкурують з нею.

2. На ринку монополістичної конкуренції фірми пропонують різновиди певного товару (диференційований товар). Диференціація продукту може набувати різних форм:

- ♦ товари можуть відрізнятися за своїми фізичними чи якісними параметрами (диференціація за якістю). Адже відмінності за функціональними особливостями, матеріалами, дизайном і якістю роботи є надзвичайно важливими для диференціації продукту. Персональні комп'ютери, наприклад, можуть відрізнятися за потужністю, програмним забезпеченням тощо. Існує також багато конкуруючих підручників з економічної теорії, які відрізняються за змістом, структурою, викладенням і доступністю;

- ♦ важливими аспектами диференціації продукту є послуги та умови, пов'язані з його реалізацією. В невеликій крамниці, наприклад, можуть надавати особливого значення якості обслуговування покупців, упаковуючи їхні покупки та надаючи інші послуги. В супермаркеті покупці самі змушені пакувати свої покупки, проте купують вони їх за нижчими цінами;

- ♦ продукти також можуть бути диференційовані на основі розміщення і доступності. Наприклад, бензозаправні станції, що розташовані на великих автомагістралях, продають бензин за вищими цінами, ніж на бензоколонках, віддалених на кілька кілометрів.

Диференціація продукту може бути результатом уявних відмінностей, створених рекламою, упаковкою та використанням фірмових знаків і торгових марок. Якщо певна марка товару пов'язана з ім'ям знаменитості, то це може позитивно вплинути на попит на цей товар.

Одним із наслідків диференціації продукту є те, що, незважаючи на наявність відносно великої кількості фірм, виробники в умовах монополістичної конкуренції мають певний контроль над цінами на свою продукцію. Споживачі надають перевагу продукції певних продавців і сплачують за неї вищу ціну, щоб задовольнити свої потреби. Продавці та покупці більше не пов'язані стійно, як це відбувається на ринку досконалої конкуренції.

3. В умовах монополістичної конкуренції економічне суперництво зосереджується не лише на цінах, а й на таких нецінових чинниках, як якість продукту, реклама і умови реалізації продукту. Оскільки продукти диференційовані, можна припустити, що з часом вони змінюватимуться і риси диференціації продукту кожної фірми будуть сприятливими для реклами та інших форм стимулювання збуту. Багато фірм використовують торгові марки і фірмові знаки з метою переконати споживача в тому, що їхня продукція краща, ніж у конкурентів.

4. На ринку монополістичної конкуренції є умови для вільного входження і виходу. Оскільки виробники на цьому ринку — це типово невеликі за розміром фірми (в абсолютному і відносному значеннях), то ефект масштабу і необхідний капітал незначні. Проте, порівняно з досконалою конкуренцією, можуть бути деякі додаткові фінансові перешкоди, зумовлені намаганням отримати продукт, що відрізняється від продукту конкурентів, і потребою його рекламування. Фірми можуть володіти патентами на свою продукцію і авторськими правами на свої фабричні знаки і торгові марки, що ускладнює копіювання їх новими фірмами.

Типовим прикладом монополістичної конкуренції є ринки безалкогольних напоїв, кондитерських виробів, товарів побутової хімії, ліків.

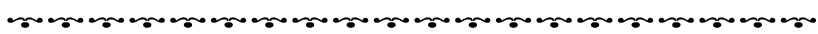
### 1.3. Ринкова інфраструктура

Сучасний ринок неможливий без розвиненої інфраструктури.

З економічної точки зору інфраструктура — це сукупність галузей і підприємств, зайнятих обслуговуванням суспільного виробництва. Існують виробнича і невиробнича (соціальна), а також ринкова інфраструктури. Під *інфраструктурою ринку* розуміють систему державних, приватних і суспільних інститутів (організацій, установ), що обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин і забезпечують їхню ефективну взаємодію.

Основні функції ринкової інфраструктури полягають у тому, що вона через свої елементи здійснює правове й економічне консультування підприємців і захист їхніх інтересів у державних і приватних структурах; забезпечує фінансову підтримку, кредитування, включаючи лізинг, аудит, страхування нових господарських формувань тощо; сприяє матеріально-технічному забезпеченню і реалізації продукції підприємств; регулює рух робочої сили; створює необхідні умови для ділових контактів підприємців; здійснює маркетингове, інформаційне та рекламне обслуговування та ін.

Основними елементами ринкової інфраструктури є банки і біржі.



**Банки** — це установи, функцією яких є кредитування суб'єктів господарської діяльності та громадян завдяки залученню коштів підприємства, установ, організацій, населення та інших кредитних ресурсів, касове та розрахункове обслуговування народного господарства, виконання валютних та інших банківських операцій.

В економіці ринкового типу кредитно-банківська система представлена різноманітними банками, головним з яких є **емісійний (центральний банк)**.

Функції центрального банку:

- ♦ розробка та реалізація грошово-кредитної політики;
- ♦ емісія готівкових грошей — монопольне право центрального банку;
- ♦ емісія безготівкових грошей;
- ♦ зберігання золотовалютних резервів країни;
- ♦ акумуляція та зберігання касових резервів комерційних банків.

Через центральний банк держава здійснює грошово-кредитну політику. Він представляє фінансові інтереси в інших країнах.

**Комерційний банк** — найуніверсальніший тип банку, що здійснює широке коло операцій. Ці банки є основою кредитної системи і успішно працюють за дотримання відповідних принципів: робота у межах реальних ресурсів, повна економічна самостійність і відповідальність, взаємодія з клієнтами на ринкових засадах, регулювання діяльності економічними методами і у межах закону.

Функції комерційних банків:

- ♦ ведення поточних рахунків (акумуляція безстрокових депозитів);
- ♦ акумуляція строкових депозитів вкладників;
- ♦ перерахування з одного рахунку на інший;
- ♦ розміщення акумульованих грошових засобів наданням кредитів, купівлею-продажем цінних паперів;
- ♦ продукування кредитних грошей мультиплікацією банківських депозитів та ін.

За способом формування статутного капіталу розрізняють комерційні банки без участі держави, з участю держави, з участю іноземного капіталу тощо.

Залежно від обсягу операцій, які виконують комерційні банки, їх поділяють на універсальні (здійснюють усі операції) та спеціалізовані (виконують менший обсяг операцій, обслуговують певну галузь чи сферу економічної діяльності або групу клієнтів).

**Інвестиційні банки** спеціалізуються на фінансуванні і довгостроковому кредитуванні різних підприємств і галузей. Розрізняють фінансові інвестиції, які здійснюються купівлею банком цінних паперів, тобто вкладенням грошей у цінні папери, і «реальні» інвестиції, що здійснюються вкладенням капіталу в промисловість, будівництво, сільське господарство тощо, тобто в об'єкти виробничої і невиробничої сфер.

**Іпотечні банки** спеціалізуються на тому, що надають довготермінові позики під заставу нерухомості. Іпотечні банки, що становлять природну частину банківської системи в економіці ринкового типу, ще чужі, незвичні для нашої економіки, в якій поки що не сформовані і не доведені до певної кондиції ні заставні, ні власницькі права.

**Інноваційні банки**, або фонди здійснюють кредитування (в основному венчурні, тобто пов'язані з певним ризиком) на всіх етапах і стадіях інноваційного процесу створення та впровадження різних нововведень і науково-технічних розробок.

**Ощадні банки** — це фінансово-кредитні установи для залучення вільних коштів населення, зберігання заощаджень, здійснення безготівкових розрахунків, надання населенню кредитів, проведення розрахунково-грошових операцій щодо обслуговування населення, включаючи операції з цінними паперами.

Залежно від форм власності існують такі види банків: державні, приватні, акціонерні, кооперативні, муніципальні, комунальні, змішані (державний капітал поєднується з іншими формами), міждержавні.

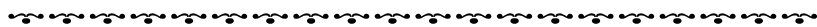
Залежно від видів господарської діяльності розрізняють банки промислові, сільськогосподарські, торговельні, зовнішньоторговельні (здійснюють операції з кредитування експорту та імпорту за зовнішньоторговельними розрахунками, гарантують й обліковують векселі з експортних кредитів, наданих комерційними банками).

Значну роль у світі відіграють міжнародні, міждержавні банки: Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР), Банк міжнародних розрахунків (БМР), Міжнародний банк економічного співробітництва (МБЕС), Європейський інвестиційний банк (ЄІБ) та ін.

**Товарна біржа** — одна із форм функціонування оптового ринку з купівлі-продажу товарів. У класичному розумінні біржа — це, *по-перше*, місце, де регулярно в той самий час здійснюються торги певними товарами. *По-друге*, це об'єднання торговців або біржових посередників, які спільно оплачують витрати на організацію торгів, установлюють правила торгівлі, визначають санкції за порушення їх. Сенс такого об'єднання в тому, що воно дає змогу швидше і з меншими витратами продати і купити товар, полегшує і спрощує процес торгівлі. Внаслідок цього біржа — це особливий ціноутворювальний механізм.

Товарна біржа діє на основі самоврядування, господарської самостійності, є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, власний розрахунковий, валютний та інші рахунки в банках, печатку з власною назвою.

На біржі продають і купують не визначені партії товару, а біржові, що мають встановлену біржею кількість товару певного сорту, типу, марки. Продавець на біржі передає покупцеві не товар, а





документ, який підтверджує право власності на товар. Таким документом є складське свідоцтво (варрант), яке засвідчує, що продавець здав товар на біржовий склад. За таким документом покупець може отримати товар з біржового складу.

На товарних біржах укладають угоди.

**Угода (операція)** — домовленість про взаємне передавання прав та зобов'язань щодо біржового товару, яка супроводжується передаванням фінансового інструмента (банківських документів чи грошей) від однієї особи до іншої. Існують два основних види угод: угоди на реальний товар і термінові (ф'ючерсні угоди).

**Угоди на реальний товар** завершуються переходом товару від продавця до покупця, тобто здаванням-прийняттям реального товару на одному із біржових складів. Такі угоди залежно від терміну поставки поділяють на угоди з негайною поставкою і угоди з поставкою в майбутньому.

*Угоди з негайною поставкою* зазвичай називають угодами на наявний товар («кеш» або «спот»), а *угоди на товар з поставкою в майбутньому* — угодами на термін, або форвард. Ці угоди передбачають поставку продавцем реального товару за ціною, зафіксованою в контракті на момент його підписання, і в термін, обумовлений контрактом. Тривалість цього терміну встановлює біржа.

**Термінові (ф'ючерсні)** угоди на відміну від угод на реальний товар передбачають не зобов'язання сторін поставити або прийняти реальний товар у термін, обумовлений контрактом, а купівлю і продаж прав на товар (паперові операції). Результатами таких угод є не передавання реального товару, а виплата або отримання різниці між ціною в день його виконання. В разі операцій на термін одна сторона завжди виграє, а інша — програє. Для пришвидшення цих операцій і полегшення ліквідації контрактів, а також для спрощення розрахунків за ними, біржами розроблені повністю стандартизовані форми ф'ючерсних контрактів.

Укладаючи угоди на біржі, її учасники мають на меті: купівлю і продаж реального товару; здійснення спекулятивних операцій; хеджування (страхування від можливих змін). Угода на купівлю і продаж реального товару здійснюється виробниками з метою реалізації товарів, які вони випускають; споживачами — з метою забезпечення себе необхідними товарами, в основному сировиною; торговцями — з метою перепродажу товарів кінцевим споживачам. Ці угоди здійснюються як на наявний товар, так і на термін.

Розвинений товарний обіг неможливий без широкого використання цінних паперів. Вони можуть бути як засобом кредиту, так і засобом платежу, ефективно замінюючи готівку. Як один із важливих засобів мобілізації вільних грошових ресурсів цінні папери виконують і антиінфляційні функції, «знімаючи» на відповідний

термін певну кількість готівки, що не забезпечена товарами і послугами. Ці та інші якості цінних паперів сприяють значному поширенню їх у комерційному обігу. Тому ринок цінних паперів і фондові біржі, як його провідна ланка, посідають важливе місце в країнах з розвинутою ринковою економікою.

Існують первинний і вторинний ринки цінних паперів.

На **первинному ринку цінних паперів** здійснюється розміщення щойно випущених цінних паперів. Емітентами можуть бути: державні органи влади різних рівнів, підприємства, організації, іноземні юридичні особи.

**Вторинний ринок цінних паперів** забезпечує перепродаж раніше випущених цінних паперів через фондову біржу і позабіржовий оборот. Громадяни та юридичні особи, що купують цінні папери від свого імені й за свій рахунок, є інвесторами.

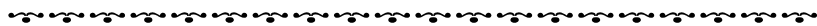
У нашій економіці використовувалися лише деякі види цінних паперів (облігації, чеки, векселі для зовнішнього обігу), до того ж у чітко окреслених межах. Останнім часом почали з'являтися фондові біржі і в Україні, що свідчить про початок формування ринку цінних паперів.

**Цінні папери** — це грошові документи, що засвідчують право володіння або відносини позики, визначають взаємовідносини між особою, яка їх випустила, та їх власником і передбачають зазвичай виплату доходу у вигляді дивідендів або відсотків, а також забезпечують інші права, що впливають з цих документів, іншим особам.

**Акція** — це цінний папір без установленого терміну обігу, що засвідчує пайову участь у статутному фонді акціонерного товариства, підтверджує членство в акціонерному товаристві та право на участь в управлінні ним, дає право його власникові на отримання частини прибутку у вигляді дивіденду, а також на участь у розподілі майна в разі ліквідації акціонерного товариства. Акції можуть бути іменними та на пред'явника, привілейованими та простими.

Розрізняють *номінальну ціну* акцій і *ринкову*, або *курс*ову, ціну. Номінальну ціну записують на акції під час випуску її. *Курс акцій* — це ринкова ціна, за якою їх продають і купують у певний момент. У країнах з розвинутою ринковою економікою курс акцій та інших цінних паперів найбільших компаній визначається на фондовій біржі і публікується в біржових бюлетенях.

**Облігація** — це цінний папір, що засвідчує внесення її власником грошових коштів і підтверджує зобов'язання відшкодувати йому номінальну вартість цього цінного паперу в передбачений термін з виплатою фіксованого відсотка (якщо інше не передбачено умовами випуску). Випускають облігації таких видів: облігації внутрішніх, державних і місцевих позик та облігації підприємств.



**Казначейські зобов'язання** України — це вид цінних паперів на пред'явника, що розповсюджуються винятково на добровільних засадах серед населення, засвідчують внесення їх власниками грошових коштів до бюджету і дають право на отримання фіксованого доходу. Випускають такі види казначейських зобов'язань: довгострокові — від 5 до 10 років, середньострокові — від 1 до 5 років, короткострокові — до одного року.

**Ощадний сертифікат** — це письмове свідоцтво банку про депонування грошових коштів, яке засвідчує право власника на отримання після закінчення встановленого терміну депозиту і відсотків за ним. Ощадні сертифікати бувають строкові (під певний договірний відсоток на визначений термін) або до запитання, іменні та на пред'явника. Іменні сертифікати обігу не підлягають, а їх продаж (відчуження) іншим особам є недійсним. Дохід за ощадними сертифікатами виплачується за пред'явленням їх для сплати в банк, що їх випустив.

Одним із цінних паперів є вексель.

**Вексель** — це цінний папір, який засвідчує безумовне грошове зобов'язання векселедавця сплатити після настання терміну визначену суму грошей власнику векселя. Випускають такі види векселів: простий і переказний.

Ринок праці, як і ринок капіталів, товарів, цінних паперів тощо, — складова частина ринкової економіки. На ньому, як зазначають експерти Міжнародної організації праці (МОП), підприємці і громадяни разом ведуть переговори, колективні або індивідуальні щодо заробітної плати і умов праці.

**Біржа праці** — це установа, яка здійснює посередництво між громадянами і підприємцями під час укладання угоди купівлі-продажу робочої сили. Крім того, вона виконує посередницькі послуги з працевлаштування безробітних, а також осіб, що бажають змінити роботу, вивчає попит і пропозицію робочої сили, надає інформацію про фахівців, які потрібні. Біржа праці веде облік безробітних і здійснює виплату їм допомоги по безробіттю.

## 1.4. Прибуток як винагорода за підприємництво

За умов ринку рішення щодо того, що і в яких обсягах виробляти, визначає прибуток. Тому кожного виробника товарів і послуг цікавить питання: за якого обсягу виробленого (реалізованого) товару і за якої його ціни можна отримати максимальний прибуток.

Прибуток як кінцевий результат функціонування виробництва на рівні фірми є елементом взаємовідносин усіх учасників виробничого процесу. В кожній фірмі прибуток виконує певні функції, основними з яких є:

♦ *інформаційна* — прибуток в умовах ринку визначає, що і в яких обсягах виробляти;

♦ *розподільна* — створення фондів грошових засобів, які забезпечують фінансування прийнятих до реалізації програм і стратегій, підтримання оптимальної структури капіталу, зведення до мінімуму ризику банкрутства;

♦ *стимулююча* — зниження витрат виробництва, впровадження інновацій і технічних удосконалень.

Найбільш загально прибуток можна розглядати як різницю між доходом (виручкою) від реалізації товарів і витратами на виробництво їх. Як мета і мотив організації підприємства прибуток створює його матеріальну основу. Завдяки прибутку фірма еволюціонує виробничий процес, здійснює капітальні і фінансові вкладення, фінансує соціальні потреби.

Розрізняють такі види прибутку:

♦ *економічний* (чистий) — це сума, що залишається після вирахування із загального доходу (виручки) фірми всіх витрат (зовнішніх і внутрішніх, включаючи в останні нормальний прибуток підприємця);

♦ *бухгалтерський* — частина доходу фірми, яка залишається від загальної виручки після відшкодування зовнішніх витрат, тобто плати за ресурси постачальника. Таке тлумачення пов'язане лише з явними витратами і не враховує внутрішні (неявні) витрати;

♦ *балансовий* — різниця між виручкою від реалізації продукції (доходом) і сумою матеріальних витрат, амортизації і заробітної плати. Іноді балансовий прибуток називають загальним прибутком, оскільки саме він є джерелом розподілу і використання коштів підприємства.

Якщо нормальний прибуток входить до складу альтернативних витрат, то економічний прибуток є додатковим доходом підприємця внаслідок його ефективнішої діяльності у певній галузі і він не належить до витрат. Цей прибуток отримують не всі підприємці. Його розмір обчислюють як різницю між виручкою (доходом) від реалізації продукції та економічними витратами. Бухгалтерський прибуток — це різниця між виручкою (доходом) від реалізації продукції та бухгалтерськими витратами. Отже, розмір бухгалтерського прибутку перевищує обсяг економічного прибутку на величину неявних (внутрішніх) витрат.

Кожна з концепцій прибутку має свою сферу застосування. Так, розрахунок економічного прибутку важливий для прийняття управлінських рішень, а для оподаткування використовується бухгалтерський підхід.

Прибуток в умовах ринкової економіки тісно пов'язаний з *підприємницьким доходом*, який потрібно розглядати, з одного боку, як підсумковий результат розподілу прибутку підприємства, а з іншого — як винагороду за виявлені підприємницькі здібності. Підприємницький дохід розрізняють за величиною, методами отримання, напрямками використання. Так, на підприємствах різ-



них форм власності формування підприємницького доходу різне у зв'язку з розмежуванням капіталу — функції і капіталу — власності. Коли власник капіталу одночасно є підприємцем свого виробництва, то підприємницький дохід формується за поданою вище схемою.

Якщо ж власник капіталу і підприємець — різні особи, то можливі два варіанти. *Перший* — власник капіталу передає функцію управління виробництвом і збутом менеджерам та визначає їм платню. Дохід підприємця виступає як плата за монополію власності на капітал. Менеджер здійснює капітал — функцію і відповідає за функціонування підприємства. *Другий* — власник капіталу може віддавати капітал під певний відсоток (зазвичай вищий від банківського) підприємцю для організації ним власної справи. Зазвичай за такої ситуації підприємницький дохід вищий у зв'язку з реалізацією особистого інтересу підприємця. При цьому він існує у вигляді винагороди за виявлення ініціативи у функціонуванні виробництва, впровадженні інновацій, прийнятті рішень щодо управління фірмою і відповідальності за ризик.

Підприємницький дохід складається з нормального та економічного прибутку.

Прибуток у ринковому господарстві є винагородою такого специфічного чинника, як підприємництво. Специфічного, *по-перше*, тому, що підприємництво, на відміну капіталу чи землі, непомітне. *По-друге*, не можна тлумачити прибуток як своєрідну рівноважну ціну, за аналогією з ринками праці, капіталу і землі. Ця специфіка виробництва як чинника виробництва виявляється через його функції: поєднання інших ресурсів — праці, капіталу, землі — для виробництва товарів і послуг; прийняття основних рішень, пов'язаних з діяльністю фірми; здійснення нововведень у виробництві чи збуті продукції; прийняття на себе ризиків, що випливають з виконання підприємницьких функцій. Підприємець унаслідок виконання цих функцій може цілком правомірно претендувати на певний дохід — прибуток. Розглянемо поняття прибутку як факторного доходу.

Прибуток зазвичай визначають як різницю між валовим доходом і валовими витратами. Якщо з визначенням валового доходу немає проблем (це добуток кількості реалізованої продукції та ціни одиниці товару), то що потрібно включати до валових витрат?

З точки зору бухгалтера до витрат зараховують явні грошові витрати. Тому бухгалтерський прибуток є різницею між повною виручкою і бухгалтерськими (явними) витратами.

Проте до економічних витрат має входити вартість послуг усіх чинників виробництва, незалежно від того, купуються вони на ринку чи є власністю фірми. Будь-які витрати, а отже, і витрати виробництва, слід розглядати під кутом зору цінності альтерна-

тивних можливостей, якими доводиться жертвувати. Так, кожен підприємець, вибираючи сферу застосування своїх підприємницьких здібностей, порівнюючи альтернативні варіанти з точки зору очікуваних вигод, вибирає найефективніший для себе варіант. Вирішивши, наприклад, зайнятися виробництвом меблів, він, по суті, відмовляється від отримання доходу в сільському господарстві чи страховій справі. Цей втрачений, або альтернативний, дохід має входити до витрат.

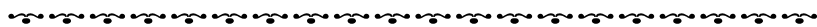
Використовуючи власні ресурси (капітал, землю, підприємницькі здібності), власник цих чинників не несе явних грошових витрат, це неоплачувані, чи неявні витрати.

Коли підприємець організовує процес виробництва, поєднуючи у ньому різні ресурси, управляє фірмою і приймає необхідні економічні рішення, він виступає як різнобічний фахівець, тобто одночасно є менеджером, інженером, юристом тощо. І лише виконуючи всі ці функції, підприємець тим самим виконує саму підприємницьку функцію. У такому разі дохід підприємця складатиметься з двох частин. Одна частина доходу — це плата за працю підприємця, за організацію і ведення бізнесу, тобто те, що в сучасній економічній науці прийнято називати безумовною заробітною платою. Друга частина доходу підприємця зумовлена тим, що він зазвичай є власником капіталу і вкладає його в бізнес. Дохід на капітал, що належить підприємцеві, може бути виражений у вигляді річної відсоткової ставки, яка, в свою чергу, є кількісним вираженням чистої продуктивності капіталу.

Ці дві частини доходу підприємця становитимуть прибуток з точки зору бухгалтера, проте з погляду економіста — все це елементи витрат. А до повних витрат, як відомо, має входити нормальний прибуток як мінімальний дохід підприємця, необхідний для залучення й утримання цього ресурсу в певному виробничому процесі. Економічний прибуток виникає в тому разі, якщо загальна виручка перевищує всі витрати — і явні, і неявні, враховуючи в останніх і нормальний прибуток.

**Джерела економічного прибутку.** Специфіка власне підприємницької діяльності розкривається не в статичній, а в **динамічній економіці**, коли чинники, що визначають величину попиту і пропозиції змінюються. Підприємець не просто об'єднує чинники (ресурси) у виробничому процесі, а виявляє ініціативу, об'єднуючи їх по-новому. Підприємець не просто керує підприємством, а приймає неординарні рішення щодо управління фірмою, впроваджує інновації і несе відповідальність за економічний ризик.

Нульовий економічний, або нормальний прибуток є наслідком статичної економіки і вільної конкуренції в чистому вигляді. Проте в реальній дійсності вільна конкуренція, повна рівновага ринку, статична економіка існувати не можуть. Завжди є певний ступінь недосконалості конкуренції (монополізації ринку), ринкова нерівновага, неоптимальна поведінка індивідуумів. До того ж еко-



номіка завжди перебуває в стані динаміки, оскільки змінюється населення, відкриваються нові джерела сировини, розвивається наука і техніка, виникають нові потреби тощо. Інакше кажучи, будь-яка конкурентна ринкова ситуація характеризується невизначеністю внаслідок динамічності економічної системи і значним контролем над виробництвом та цінами через монополізацію ринків.

Саме невизначеність ринку, з одного боку, і його монополізація, з іншого, й породжують економічний прибуток, що отримують окремі підприємці як додатковий, надлишковий дохід, перевищення загальної виручки над валовими витратами.

Можна виділити кілька причин появи цього додаткового доходу. *По-перше*, економічний прибуток можна розглядати як винагороду за прийняття підприємцем ризику, пов'язаного з невизначеністю притаманного розвитку ринкової економіки. Водночас слід зазначити, що ризики в економічній діяльності мають різний характер. Імовірність деяких подій, що породжують ризики, — наприклад, стихійного лиха, пожежі, нещасного випадку тощо — можна розраховувати. Для запобігання таким ризикам фірми вдаються до страхування і здійснюють певні витрати. При цьому плата за ризик входить до витрат. Проте в ринковій економіці є й інші види ризиків, що виникають унаслідок непередбачуваних змін попиту і пропозиції, які істотно впливають на фінансовий стан фірми. Ці зміни можуть бути пов'язані як із загальною зміною кон'юнктури на ринку в ході економічного циклу, так і з наслідками економічної політики держави, яка змінюючи правову базу економіки, а також використовуючи побічні методи регулювання (бюджетно-податковий, грошово-кредитний, зовнішньоекономічний), значною мірою визначає умови господарювання окремих фірм. Крім того, на обсяг доходу фірми впливають також постійні зміни смаків і переваг споживачів, пропозиції ресурсів тощо. Всі ці зміни в економіці (незалежно від того, створюються вони циклічними, структурними чи політичними чинниками) можуть стати для фірми причиною як додаткових доходів, так і збитків. Інакше кажучи, підприємець стикається у своїй діяльності з нестраховими ризиками. Прийняття на себе цих ризиків є одним з джерел економічного прибутку.

*По-друге*, економічний прибуток можна розглядати як винагороду за інновації. Однією з найважливіших причин динамічного характеру ринкової економіки є діяльність самих підприємців, спрямована на впровадження нових технологій, освоєння досягнень науки і техніки, удосконалення форм і методів організації виробництва тощо. Стимулом до інноваційної діяльності є прагнення знизити витрати виробництва і таким чином досягнути переваг у конкурентній боротьбі й отримати вищий прибуток. Водночас необхідно враховувати, що розробка і впровадження інновацій також пов'язані із значною невизначеністю. До початку ре-

ального процесу виробництва ніхто не може гарантувати, що нові технології виявляться ефективними, а новий вид продукції принесе прибуток. Тому інновації також можуть стати для фірми причиною як додаткових доходів, так і збитків. Отже, підприємець, вдаючись до нововведень, ризикує, проте платою за цей ризик за умови успіху може стати економічний прибуток.

*По-третє*, джерелом економічного прибутку може стати володіння монополією владою на ринку. Адже монополіст має можливість, змінюючи обсяги виробництва, впливати на ринкову ціну і встановлювати її на рівні, який дає йому змогу отримувати надприбуток. Водночас володіння монополією владою певною мірою знижує для підприємця ступінь невизначеності економічної ситуації і тим самим сприяє зниженню ризику втрат і збитків.

**Роль прибутку в системі ринкових відносин.** Прагнення отримати економічний прибуток, випередити конкурентів, зміцнити свої позиції на ринку — постійно діючий мотив підприємницької діяльності, який штовхає економіку вперед до постійного розвитку. З одного боку, очікування економічного прибутку стимулює найефективніше використання ресурсів. Розраховуючи на отримання економічного прибутку, підприємець намагається так організувати виробництво і збут продукції, щоб досягнути зниження витрат, підвищення віддачі від задіяних чинників виробництва і з цією метою він здійснює технологічні нововведення, освоює нові виробництва. В кінцевому підсумку це сприяє економічному зростанню і більш повному задоволенню потреб.

З іншого боку, існування економічного прибутку сприяє ефективному розподілу ресурсів між альтернативними способами застосування їх. Наявність у будь-якій галузі прибутку, що перевищує його нормальний середній рівень, сигналізує про більшу привабливість цієї сфери використання ресурсів. Це сигнал про те, що на цей вид продукції існує високий попит і суспільство зацікавлене в розширенні її виробництва. У відповідь на отриманий сигнал у цю галузь направляють ресурси з інших галузей, де їх використання дає менший дохід. Унаслідок такого переливання ресурсів зростає загалом ефективність функціонування економічної системи. Проте прибуток не лише створює стимул для розширення виробництв, продукція яких користується попитом, а й виступає джерелом фінансування такого розширення. Підприємства, що отримують більший прибуток, мають можливість хоча б частину його направити знову у виробництво як інвестиції, до того ж не тільки на розширення масштабів виробництва, а й на його удосконалення, розробку і впровадження нової техніки тощо. Інакше кажучи, отримання фірмою економічного прибутку сьогодні створює не тільки стимули для підприємця, а й реальні можливості для отримання прибутку в майбутньому.



Важливо зазначити, що невизначеність, яка приносить економічний прибуток одним підприємствам, одночасно породжує збитки для інших. Однак постійна загроза збитку є таким самим потужним стимулом, як і бажання отримати прибуток.

Засобами вимірювання прибутку є його маса (абсолютна грошова величина) та норма (якісний відсотковий показник).

**Маса прибутку** — це абсолютне вимірювання прибутку в грошовому вираженні.

**Норма прибутку** характеризує ступінь прибутковості капіталу і визначається як відсоткове відношення маси прибутку до всього авансового капіталу

$$\Pi_n = \frac{\Pi}{K} 100, \quad (1.1)$$

де  $\Pi_n$  — норма прибутку;  $\Pi$  — маса прибутку;  $K$  — величина авансового капіталу.

Величина норми прибутку свідчить про ефективність функціонування авансового капіталу і залежить від багатьох чинників, що діють у сферах виробництва, обігу та розподілу, у тому числі від швидкості обороту капіталу, маси прибутку ринкових цін, структури витрат, масштабу виробництва тощо.

**Норма (рівень) рентабельності** показує відношення прибутку до собівартості реалізованої продукції у відсотках

$$R = \frac{\Pi}{C_p} 100, \quad (1.2)$$

де  $R$  — норма (рівень) рентабельності;  $C_p$  — повна собівартість продукції.

Норма рентабельності відображає ефективність поточних витрат і залежить від цін на продукцію, її структури та комерційної (повної) собівартості.

### **Запитання і завдання для самоперевірки**



1. Як ринковий механізм координує економічний вибір? 2. Розкрийте суть закону попиту та чинники, що впливають на зміну попиту. 3. Сформулюйте закон пропозиції та назвіть чинники, що впливають на його зміну. 4. Поясніть стан ринкової рівноваги. 5. Що покладено в основу визначення типів ринкових структур? 6. Які характерні ознаки олігополістичного ринку? 7. Чим відрізняється монополія від монополістичної конкуренції? 8. Які види банків входять до банківської системи України? 9. Які угоди укладають на товарних біржах? 10. Дайте визначення прибутку і назвіть його основні функції.



## Розділ 2

# СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА АГРОБІЗНЕСУ

## 2.1. Природа підприємницької діяльності

### 2.1.1. Історія розвитку поглядів на підприємництво

Серед багатьох чинників соціально-економічного прогресу у більшості країн світу, в тому числі в Україні, важливу роль за сучасних умов відіграють підприємництво та суб'єкти, що його здійснюють, — підприємці. З'ясуванню сутності підприємництва, основних рис підприємця світова економічна наука приділяє увагу впродовж майже трьох століть. Проте поняття «підприємництво» (як і всі інші категорії) постійно поповнюється елементами нового змісту, що зумовлює потребу в його системному вивченні.

Поняття «підприємництво» вперше ввів у науковий обіг англійський учений *Річард Кантільон* (1680 – 1734). Він розглядав його як особливу економічну функцію, важливою рисою якої є ризик.

Французький економіст *Жан-Батист Сей* (1767 – 1832) стверджував, що підприємець діє на власний рахунок і ризик з метою отримання зиску, володіючи при цьому знаннями і досвідом, комбінує чинники виробництва. Відомий англійський економіст *Адам Сміт* (1723 – 1790) розглядав підприємця як власника, пов'язу-



вав підприємницьку діяльність насамперед з його власною зацікавленістю (особистим збагаченням), у процесі реалізації якої він сприяє найефективнішому задоволенню потреб суспільства. Для цього підприємець сам планує та організовує виробництво, розподіляє отримані прибутки. Інший англійський економіст *Давид Рікардо* (1772 – 1823) вбачав у особі підприємця звичайного капіталіста. Аналогічно оцінював роль підприємця *Карл Маркс* (1818 – 1883).

Якісно нову оцінку підприємництва дав наприкінці XIX ст. англійський економіст *Алан Маршалл* (1842 – 1924), виділивши організацію виробництва, а згодом підприємницьку здатність до такої організації, як окремий чинник виробництва (разом з працею, землею і капіталом).

Повнішу характеристику підприємництва наводять у своїх працях американський економіст *Йозеф Шумпетер* (1883 – 1950) та англійський — *Фрідріх Хаек* (1899 – 1992). На думку Й. Шумпетера, зміст підприємництва розкривається в його функціях:

1) реформування і докорінна перебудова виробництва через впровадження нових видів техніки і технологій, створення нових товарів, освоєння нових ринків, джерел сировини;

2) застосування нових розробок, маркетингу тощо. Використання функцій підприємництва залежить від господарсько-політичного середовища, яке визначає його можливості, види, мотивацію. Тому основними функціями підприємця, за Й. Шумпетером, є виготовлення нового блага або старого нової якості; освоєння нового ринку збуту, джерел сировини або напівфабрикатів; впровадження нового методу виробництва та відповідна його реорганізація. Підприємцем, на його думку, може бути не лише капіталіст, власник, а й управляючий. Найбільшою мірою відокремлення власності від управління (а отже, від підприємництва) виявляється в гігантських акціонерних компаніях.

Фрідріх Хаек пов'язував підприємництво насамперед з особою свободою, яка дає людині змогу раціонально розпоряджатися своїми здібностями, знаннями, інформацією та доходами. Підприємець прагне оптимально використати ці компоненти, враховуючи ситуацію на ринку (перспективність щодо інвестування, попиту і пропозиції певної галузі економіки, рівень цін тощо), знайти найкращі засоби для задоволення власних і суспільних потреб.

За американським економістом *Полем Самуельсоном* (1915) підприємництво пов'язане з новаторством, а сам підприємець є сміливою людиною з оригінальним мисленням, яка добивається успішного впровадження нових ідей.

### 2.1.2. Комплексна характеристика сучасної сутності підприємництва

Сучасне розуміння сутності підприємництва значною мірою розкривається у працях теоретиків постіндустріального суспільства, яке, на їхню думку, має прийти на зміну сучасному капіталістичному. Так, американський економіст *Вільям Ростоу* (1916) зазначав, що серед чинників економічного зростання важливу роль відіграватиме схильність людей до інновацій та матеріальних удосконалень. Французький теоретик постіндустріального суспільства *Раймон Арон* (1905 – 1983) стверджував, що притаманне такому суспільству раціоналізаторство супроводжуватиме дух науковості, прогресу, раціонального управління, економічного розвитку та демократії.

Враховуючи це, а також характеристику підприємництва *Й. Шумпетером* та іншими економістами, можна виділити такі найважливіші його функції: новаторську, організаційну, господарську, соціальну та особистісну.

**Новаторська функція** — сприяння процесу продукування нових ідей (технічних, організаційних, управлінських тощо), здійснення дослідно-конструкторських розробок, створення нових товарів і надання нових послуг тощо.

**Організаційна функція** — впровадження нових форм і методів організації виробництва, нових форм заробітної плати та їх оптимальне поєднання з традиційними; раціональне поєднання форм одиничного поділу праці, основних елементів системи продуктивних сил та контроль за їх виконанням.

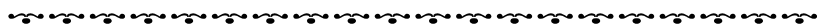
**Господарська функція** — найефективніше використання трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних та інформаційних ресурсів.

**Соціальна функція** — виготовлення товарів і послуг, необхідних суспільству, відповідно до основної мети, вимог дії основного економічного закону.

**Особистісна функція** — самореалізація власної мети підприємця, отримання задоволення від своєї роботи. Так, під час опитування власників дрібних компаній Великої Британії з'ясувалося, що переважна більшість їх (понад 80 %) основним стимулом своєї підприємницької діяльності вважає не особисте збагачення, а можливість відчути себе незалежним і мати задоволення від власної справи. Звичайно, ці дані потребують уточнення, оскільки відчути себе незалежним у підприємницькій діяльності можна за умов успішної роботи компанії, отримання відповідних прибутків.

За всебічною характеристикою основних функцій підприємництва можна дати комплексне визначення його сучасної сутності.

**Підприємництво** — самостійна організаційно-господарська новаторська діяльність на основі використання наявних можливостей для випуску нових товарів або послуг, відкриття нових дже-



рел сировини, ринків збуту тощо з метою отримання прибутку та самореалізації власної мети.

Виходячи з цього, підприємець, якому мають бути притаманні певні риси, пов'язані з його відповідними функціями, має:

1) вбачати в людині основне джерело підвищення ефективності діяльності підприємства, нових ідей, сприяти формуванню лідерів і новаторів, стимулювати у них виправданий ступінь ризику; формувати економічне мислення, постійно здійснювати пошук нових можливостей, бути ініціативним тощо;

2) вміти об'єднати людей для досягнення спільної мети; надихати співробітників, приділяти значну увагу їх прагненням і духовним якостям; добиватися того, щоб цінності фірми були в центрі уваги працівників, вміти переконувати їх;

3) бути професійно підготовленим для пошуку оптимальних варіантів розвитку підприємництва, підвищення його ефективності; постійно орієнтуватися на ефективність і якість, здійснювати систематичне планування; прагнути до всебічної інформованості, йти на розумний ризик; впроваджувати форми і системи заробітної плати, які сприяють економії ресурсів (сировини, електроенергії, палива, зменшення ручної праці); надавати підрозділам певної автономії, прагнути до простоти управління; вміло поєднувати автономію з жорстким централізмом тощо;

4) постійно орієнтуватися на потреби споживачів, на підвищення якості продукції та послуг, які надаються згідно з чинним законодавством; сплачувати податки; не забруднювати довкілля; оптимально поєднувати індивідуальні, колективні і суспільні інтереси; відповідати за свої вчинки;

5) діяти цілеспрямовано, енергійно, вірити в успіх справи, бути наполегливим і гнучким, розвивати свої творчі та організаторські здібності тощо.

У Законі України «Про підприємництво» зазначено, що підприємництво — це самостійна, ініціативна, на власний ризик діяльність щодо виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг та зайняття торгівлею з метою отримання прибутку. Основними принципами, за якими здійснюється підприємництво, є:

1) вільний вибір діяльності на добровільних засадах;

2) залучення до підприємницької діяльності майна та коштів юридичних осіб і громадян;

3) самостійне формування програми діяльності, вибір постачальників і споживачів виробленої продукції, встановлення цін відповідно до витрат виробництва з дотриманням чинного законодавства;

4) вільне наймання працівників;

5) залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших ресурсів, застосування яких не заборонене або не обмежене законодавством;

6) вільний розподіл прибутку, який залишається після внесення платежів, установлених законодавством;

7) самостійне здійснення підприємцем (юридичною особою) зовнішньоекономічної діяльності;

8) використання будь-яким підприємцем належної йому частки валютної виручки на власний розсуд.

**Підприємницька діяльність** — праця індивіда, заснована на розвитку особистісних чинників, розширенні знань про свої можливості, спрямована на досягнення найкращого результату в господарській діяльності, на отримання економічної вигоди і насамперед привласнення додаткового продукту.

Підприємництвом не вважають виконання будь-якого завдання, якщо виконавець не мав хоча б одного особистісного чинника і права на свободу такої діяльності.

**Особистісні чинники підприємництва** — особиста власність, фізичні, розумові здібності, знання і досвід, становище в суспільстві, права тощо.

*Основними завданнями*, які необхідно вирішувати на початку підприємницької діяльності, є:

- а) вибір місця розташування підприємства, фірми;
- б) вибір форм підприємницької діяльності та назви фірми;
- в) фінансування та інвестування.

Підприємництво — один із важливих чинників соціально-економічного прогресу. Тому суспільство зацікавлене в цивілізованому підприємстві, яке повинне мати правову підтримку з таких основних форм: 1) надання свободи підприємницькій діяльності; 2) надання підприємцю статусу комерсанта; 3) створення умов для відкриття і реєстрації підприємства. За вибору форми підприємництва беруть до уваги масштаб діяльності, форму відповідальності підприємця, можливість отримання кредитів, рівні оподаткування, можливий обсяг реалізації продукції тощо. *Основними суб'єктами підприємництва є приватні особи, група осіб (в акціонерних компаніях, кооперативах) і держава (відповідні органи).*

### 2.1.3. Предмет, метод та завдання навчального курсу «Підприємництво та агробізнес»

«Підприємництво та агробізнес» є однією з економічних дисциплін, яка має предмет свого вивчення і застосовує при цьому як загальні, так і спеціальні засоби пізнання. Людина живе і працює в суспільстві. Отже, виробництво має колективний, суспільний характер. Тому в процесі праці або впливу людей на предмети і сили природи вони вступають між собою у певні зв'язки й відносини з приводу кооперації, спеціалізації виробництва тощо. Люди не лише виробляють продукти праці, а й обмінюють, розподіляють і споживають їх. Відносини між ними у процесі виробництва, об-



міну, розподілу і споживання матеріальних благ та послуг у політичній економії називають виробничими (або відносинами економічної власності).

Предметом дисципліни «Підприємництво та агробізнес» (з погляду політичної економії) є виробничі відносини між різними суб'єктами такої діяльності (зайнятими у сферах виробничої, комерційної, банківської діяльності), з одного боку, та підприємцями і найманими працівниками, з іншого, в процесі виробництва, обміну, розподілу та споживання товарів і послуг; закони, які управляють діями підприємців у процесі вибору щодо обмежених ресурсів для виробництва, обміну, розподілу та споживання, або закони, що управляють виробничими відносинами між різними суб'єктами підприємницької діяльності та найманими працівниками в процесі виробництва, обміну, розподілу та споживання товарів і послуг.

На цій підставі можна дати узагальнене визначення основ підприємництва та бізнесу як науки:

**Основи підприємницької діяльності** — наука про закони, що управляють, з одного боку, відносинами економічної власності між різними суб'єктами підприємницької діяльності та найманими працівниками, а з іншого — діями підприємців у процесі вибору ресурсів для виробництва, обміну, розподілення та споживання товарів і послуг.

Для того щоб повною мірою реалізувати функції підприємця, діяти свідомо і цілеспрямовано у процесі підприємницької діяльності, необхідно мати ґрунтовні знання з низки інших економічних дисциплін. Крім економічної теорії (передусім політичної економії, яка є методологічною і теоретичною основою усіх економічних дисциплін), підприємець повинен досконало вивчити насамперед основи менеджменту та маркетингу, бездоганно знати правові закони, які регулюють підприємницьку діяльність (насамперед податкове законодавство), мати необхідний мінімум знань з теорії та практики кредитних відносин, обліку та аудиту, фінансів, етики, культури, психології тощо.

Важливу роль сучасна теорія підприємництва відводить раціональній інвестиційній діяльності, інноваційному підприємництву, науково обґрунтованому підприємницькому управлінню, шляхам та засобам підвищення ефективності функціонування підприємств, передбаченню можливих ризиків у підприємницькій діяльності тощо.

**Методична база** основ підприємництва та бізнесу — діалектичний метод дослідження, найважливішими елементами якого є системно-структурний аналіз, єдність історичного і логічного, принцип суперечності, аналіз і синтез, метод абстракції та ін.

**Системний підхід** передбачає комплексну характеристику основних ланок підприємницької діяльності (виробничої, цінової, товарної, збутової та ін.) в їх єдності та взаємообумовленості, внутрішній суперечності. Системоутворювальним чинником є основна мета підприємницької діяльності.

**Логічний підхід** передбачає, зокрема, з'ясування чіткої послідовності основних заходів у діяльності підприємця — від зародження підприємницької ідеї до привласнення підприємницького доходу, найважливіших закономірностей цього процесу.

**Принцип суперечності** означає, що будь-яка дія підприємця пов'язана з необхідністю вирішувати суперечливі проблеми. Наприклад, привласнення максимального прибутку вступає в суперечність з потребою спрямувати значні кошти на збереження довкілля, виплату заробітної плати найманим працівникам відповідно до вартості робочої сили та кількості й якості праці. Встановлені підприємством завищені ціни на виготовлені ним товари та надані послуги вступають у суперечність із його торговою і збутовою політикою.

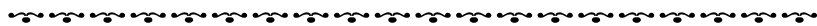
**Метод аналізу** передбачає розподіл цілого на окремі складові частини, елементи й відокремлений аналіз кожної з них, після чого настає етап синтезу, тобто комплексної характеристики цілого на основі знань, набутих на попередньому етапі.

**Метод абстракції** означає відмову від поверхневих, несуттєвих сторін явища з метою розкриття його внутрішніх, істотних, сталих зв'язків.

**Завдання курсу «Підприємництво та агробізнес»** — засвоєння наукових основ і практичних проблем підприємництва в різних сферах господарювання, а також вивчення особливостей підприємницької діяльності, шляхів її вдосконалення, оволодіння практичними знаннями для створення власного бізнесу.

Майбутньому фахівцеві потрібно знати: економічну сутність та організаційно-правові форми підприємництва; порядок державної реєстрації та ліцензування підприємництва; особливості здійснення підприємницької діяльності у різних галузях економіки; порядок укладання господарських договорів і шляхів забезпечення виконання їх; способи досягнення безпеки підприємництва; етику та культуру бізнесу.

Серед необхідних практичних навичок майбутнього фахівця — розробка й обґрунтування бізнес-планів; вміння знаходити кошти для ведення підприємницької діяльності; здійснення маркетингового пошуку; рекламування своєї діяльності тощо.





## 2.2. Економічна суть, особливості організації та розвитку підприємництва і бізнесу

### 2.2.1. Потреба у виникненні бізнесу

Економіка кожного суспільства є сукупністю різних видів діяльності, результатом якої є створення матеріальних благ та їх рух до споживача. Ця діяльність здійснюється на основі взаємодії продуктивних сил і виробничих відносин, що характеризуються їх взаємопроникненням і взаємовираженням.

**Бізнес** — діяльність, яка історично виникла в процесі розвитку суспільства.

**Люди** — рушійна сила економічного розвитку і тільки з точки зору їхньої діяльності можна зрозуміти, що таке бізнес. У процесі діяльності люди змінюють світ, перетворюючи явища природи і суспільства в об'єкти своєї діяльності, своєї справи чи бізнесу, а себе — в діяльних суб'єктів — бізнесменів. Діяльність спонукається потребою. Для задоволення потреб необхідні ресурси — виробничі, природні, людські. А вони обмежені. Дефіцитність ресурсів зумовлює обмеженість випуску кінцевого продукту. Отже, суспільство не може споживати стільки, скільки хоче. Стикаючись з цими проблемами, воно постійно має вирішувати що, як і скільки виробляти та як розподіляти вироблене, щоб максимально задовольнити потреби людей. Будь-яка серйозна спроба дати відповідь на ці питання неминуче зумовлює потребу у здійсненні аналізу процесів економічного розвитку суспільства.

**Діяльність** — вища форма розвитку, притаманна людині. Вся історія людського суспільства так чи інакше пов'язана з діяльністю людини, її справою чи бізнесом. Межі впливу бізнесу на процес економічного розвитку визначають об'єктивні умови, які залежать від економічної системи, де функціонує бізнес. Тому вічні проблеми: що, як, скільки виробляти та як розподіляти передаються від покоління до покоління, від однієї економічної формації до іншої.

Практика індустріально розвинених країн, де бізнес є основою розвитку економіки, а ринок виступає стимулом розвитку виробництва, виробила формулу виживання, позначену особливою простотою. Виявляється, що в ринковому механізмі ніхто з індивідів чи організацій свідомо не займається вирішенням цих проблем. Просто кожен робить свій бізнес, взаємодіючи на ринку то як виробник, то як споживач. Тут визначають ціни і обсяг виробництва. Через узгодження між покупцями і продавцями вирішуються одночасно всі проблеми. Перша з них — *«що виробляти?»* — визначається через гроші, які споживач сплачує за товар, який він вибрав; друга — *«як виробляти?»* — конкуренцією між виробниками; третя — *«скільки виробляти і як розподіляти?»* — зумовлюється співвідношенням попиту і пропозиції. Такий процес відбувається постійно у кожному способі виробництва, у різних економічних

системах, де сповідують ринкові відносини, а бізнес виступає як метод господарювання, тип мислення, спосіб життя.

*Отже, бізнес є категорією ринку, тобто економічною категорією, а потреба його виникнення — закономірним історичним процесом.*

### **2.2.2. Підприємництво як елемент бізнесу і тип господарювання**

Підприємництво як економічний феномен є категорією бізнесу. У господарській практиці «підприємництво» і «бізнес» часто отожднюють.

**Бізнес** — поняття ширше, ніж підприємництво. Воно охоплює всі відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки, включаючи не тільки підприємців, а й споживачів, найманих працівників, державні структури.

**Підприємництво** — динамічний, активний елемент бізнесу, що є ініціативною, самостійною діяльністю, яка здійснюється на свій ризик і під свою майнову відповідальність громадянами, об'єднаннями громадян з виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг з метою отримання прибутку. Підприємництво включає в оборот свого суб'єкта — підприємця, а не всіх учасників ринку.

Як елемент бізнесу підприємництво не може бути відокремлене від праці, від ведення господарства, від привласнення. Без праці бізнесу не буває. Праця і підприємництво — процеси діяльності, спрямовані на виробництво матеріальних і духовних благ. Проте якщо для підприємництва праця є основною умовою його розвитку і джерелом створення життєвих благ, то підприємництво — це за-сіб, що надає праці творчості, це змістовний, якісний бік діяльності, який характеризується самопримусом суб'єктів, що вибрали 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 і заради цього займається сам підприємницькою діяльністю або наймає працівників. Він не буде марно розбазарювати своє добро, не дасть це зробити й іншим. І в цьому розумінні поняття «підприємець» і «господар» тісно пов'язані одне з одним. Оскільки всі підприємці беруть активну участь у формуванні цілей підприємства та управляють підприємством, їх можна вважати менеджерами. Однак у підприємця може не бути здатності або хисту до ефективного виконання управлінських функцій — планування, організації, мотивації, контролю. Тому навіть видатний підприємець може не бути ефективним менеджером. Створена підприємцем організація



навіть може розпастися через погане керівництво, а не через погані ідеї. Таким чином, менеджера від підприємця відрізняє здатність і вміння ефективно управляти організацією, використовуючи всі функції управління. Заповзятливий менеджер активно шукає можливостей і з наміром ризикує, добиваючись змін і вдосконалення своєї організації. Керівники повинні думати і діяти як підприємці. Якщо менеджери середньої ланки не можуть або не хочуть ризикувати через нові ідеї, підприємницька спроможність організації серйозно обмежується.

Отже, порівнюючи поняття «менеджмент» і «бізнес», «менеджмент» і «підприємництво», можна зробити висновок: **бізнес** — це діяльність, спрямована на отримання прибутку створенням та реалізацією продукції чи послуг. **Менеджмент** реалізує процес управління бізнесом, наукою, культурою тощо. **Бізнесмен** — це володар капіталу, який є в обігу і дає прибуток. **Бізнесменом** може бути просто ділова людина, яка ніким не управляє, а менеджер обов'язково обіймає керівну посаду й управляє будь-яким об'єктом, має підлеглих. **Підприємець** — це людина, яка починає нову справу, здійснює бізнес, реалізує певні нововведення і вкладає свої кошти у нову справу, бере на себе особистий ризик.

### 2.2.3. Ознаки бізнесу, його функції і модель

До ознак бізнесу належить те, що залишила практика розвитку продуктивних сил суспільства, а саме:

- ♦ обмін діяльністю між суб'єктами економіки;
- ♦ прагнення кожного учасника обміну діяльністю реалізувати свої інтереси незалежно від того, чи реалізуються при цьому інтереси контрагентів;
- ♦ прагнення до нав'язування своїх інтересів у разі, коли контрагенти відмовляються враховувати нав'язувані їм умови ділового спілкування (угоди);
- ♦ прояв особистої чи колективної ініціативи у процесі підготовки чи укладання угоди;
- ♦ здатність і готовність йти на особистий (чи колективний) ризик заради укладання угоди (операції) на вигідних умовах;
- ♦ готовність і уміння здійснювати різні прийоми ділового спілкування, метою яких є досягнення найбільшої вигоди;
- ♦ здатність робити різні кроки, у різних напрямках з метою забезпечення вигідної позиції для подальшого здійснення вибраних прийомів ділового спілкування; вміння диференціювати вірогідні й справжні результати угоди, визначати пріоритети діяльності та підпорядковувати їм логіку ділового спілкування.

Зазначені ознаки бізнесу повною мірою виявляються у сучасній ринковій економіці, де вони мають повністю визначені видові особливості, зумовлені товарно-грошовими відносинами. Крім того, всі організаційні форми виробничого підприємництва (фірми) роз-

різняють за правовими, фінансово-економічними та організаційно-управлінськими ознаками.

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

До правових ознак належать:

- а) право власності на капітал та засновники;
- б) джерела формування та розмір статутного фонду;
- в) обмеження права стати учасником фірми;
- г) права учасника на майно у разі виходу з фірми;
- д) юридична відокремленість фірми від учасників.

*Фінансово-економічні ознаки* дають змогу з'ясувати та однозначно визначити належність учасникам відповідної частки прибутку фірми, розподіл ризиків між учасниками (майнових, грошових тощо), в тому числі і в разі припинення діяльності фірми.

У широкому аспекті фінансово-економічними ознаками є:

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

*Організаційно-управлінські ознаки:*

- а) участь в управлінні фірмою;
- б) добір, розстановка і використання найманої праці;
- в) автономність виробничо-господарської діяльності фірми від учасників.

У період, який передував першим бартерним угодам («товар» — «товар»), ділове спілкування, пов'язане з обміном діяльністю, здійснювалось у рамках замкнених економічних співтовариств (родів, племен, стад та ін.). І саме «ділова» природа цих первісних економічних контактів, діловий інтерес учасників первісного виробництва і спричинив у кінцевому підсумку розпад цих спільностей та диференціацію населення. Одні виявили себе в своєму бізнесі, і саме вони почали захоплювати ключові економічні позиції, інші терпіли крах, поступово потрапляючи у рабську чи іншу залежність від своїх контрагентів.

Вважати, що в докапіталістичній економіці не було бізнесу — те саме, що заперечувати наявність до капіталізму економіки як такої, хоча саме слово «бізнес» дійсно ввійшло у науковий і побутовий обіг саме з переходом до капіталізму. Наївним було б вважати, що бізнес був повністю ліквідований у радянській доперевбудовній економіці. У колишньому СРСР панувала думка, що бізнесу в нашій економіці бути не може, крім зовнішньоекономічних контактів, і бізнесмени, як особлива соціальна група, на завжди зникли. Вони сприймалися хіба що як атрибут злочинного світу, причому їх наявність не була постійно відтворюваним явищем.



Однак бізнес був завжди поширеним явищем у планово-розподільній економіці. Бізнесом займалися споживачі, які здійснювали пошук дефіцитних товарів. Їхні дії, включаючи диференціацію ринку за регіональними, ціновими, фірмовими, товарними та іншими ознаками, для подальшого залучення до дефіциту, очевидно, могли б оснастити характерними прикладами кожного фахівця з теорії бізнесу, якби вони вирішили звернутися у цьому до радянського досвіду.

**Функції бізнесу.** Вперше в теорію бізнесу поняття «функції бізнесу», як і «модель бізнесу», ввів англійський економіст Алан Хоскінг. Під функціями бізнесу він розумів здійснення діяльності з виробництва й обмінних операцій між підприємцем та іншими елементами господарського середовища. Виходячи з цього, бізнес передбачає такі функції:

- ♦ *ведення фінансів і обліку* — накопичення капіталу завдяки засобам інвесторів і кредиторів; накопичення доходів від продажу; управління використанням капіталу і доходів у межах і поза бізнесом;

- ♦ *кадрова* — добір і наймання на роботу відповідно до потреб бізнесу, вирішення всіх питань щодо використання трудових ресурсів;

- ♦ *матеріально-технічне постачання* — придбання сировини, машин і обладнання та інші поставки, необхідні для господарської діяльності;

- ♦ *виробнича* — перетворення сировини та інших поставок у такий вид продукції, який придатний для продажу клієнтам підприємства;

- ♦ *маркетинг* — визначення потреб споживачів і управління процесом обміну між підприємством і його контрагентами.

До перелічених функцій можна віднести:

- а) *підтримку підприємства*. Поширення підприємницьких ідей, ініціативи і досвіду управління, що є функцією менеджменту;

- б) *науково-дослідні і проектні роботи*. Діяльність з розробки і реалізації нових технологічних процесів або нової продукції для поліпшення підприємництва, підвищення ефективності, розширення пропозиції нової продукції;

- в) *зв'язки з громадськістю* (так званий «паблік рілейшлз»). Управління відносинами між підприємством і громадськими структурами або засобами масової інформації.

**Модель бізнесу.** Узагальнюючи викладений матеріал, бізнес можна зобразити як просту модель, що складається з двох блоків:

- а) *макросередовище* — економічні, правові політичні, соціально-економічні, технологічні, географічні умови діяльності;

- б) *мікросередовище* — інституціональна система (рис. 2.1).

Наведена модель показує бізнес з його п'ятьма основними функціями, чотири із яких (фінанси, маркетинг, кадри і матеріально-

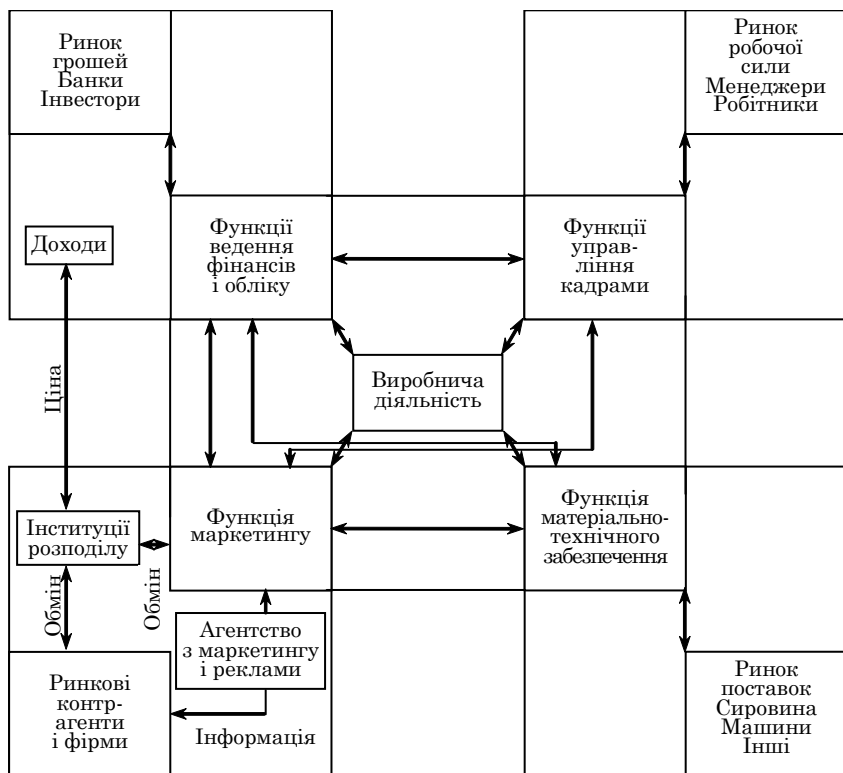


Рис. 2.1. Модель бізнесу

технічне постачання) передбачають відносини із зовнішніми блоками. Ці інститути становлять безпосереднє середовище діяльності фірми, або «мікрорівень». Виробнича функція з її «ноу-хау» — це внутрішнє середовище бізнесу.

#### 2.2.4. Рушійні сили, стратегія і тактика бізнесу

Джерелом розвитку бізнесу є праця, творчий характер людської діяльності. І хоча розвиток бізнесу — це результат свідомої діяльності людей, люди не вільні в цьому розвитку. Не можна змусити людину стати бізнесменом, можна лише створити умови для економічної свободи, навчити її деяким навичкам маркетингу, менеджменту, дати суму економічних знань.

Діяльність людей у розвитку своєї справи (бізнесу) об'єктивно визначена зовнішніми і внутрішніми умовами і насамперед досягнутим рівнем розвитку продуктивних сил, станом економічних та інших суспільних відносин.

*Бізнес — це соціально-економічна і ділова творчість людини.* Саме в ній, у самій людині, в її особистій ініціативі, енергії, активності, відповідальності, порядності, винятковій працьовитості закладені рушійні сили бізнесу. Прагнення людини реалізувати свої ідеї, винаходи, проявити себе, задовольнити своє здорове честолюбство, залишити після себе слід на землі спонукають її до бізнесу.

Історія розвитку бізнесу показує, що без ризику бізнесу не буває. *Ризик притаманний лише людині.* Це інтуїція, гра, обґрунтований розрахунок, змагання в конкурентній боротьбі. Це радість перемоги розуму і розрахунків або гіркота поразки і прорахунків, однак те й інше стимулює бізнес. Одних ризик надихає, інших — загартовує, але виграє зазвичай суспільне виробництво, оскільки неухильно створюється багатство для людей і суспільства.

Прагнення до створення матеріальних та духовних благ, до збільшення багатства також є рушійною силою бізнесу, тому що задовольняє потреби не тільки самого бізнесмена, а й суспільства. Потреби мають здатність випереджати рівень виробництва. Це пояснюється тим, що розвиток суспільства і бізнесу зумовлює такі потреби, які не можуть бути задоволені наявними продуктивними силами. Зростання цих потреб наптовхується на вузькі рамки можливостей задоволення їх, що зумовлює потребу в нових продуктивних силах (технологія, техніка, впровадження нових професій та ін.). Отже, *потреби виступають рушійною силою суспільства.*

*Рушійними силами* розвитку бізнесу виступає низка економічних законів ринку, зокрема закон вартості і закон попиту та пропозиції. Суть першого з них полягає в тому, що обмін товарів здійснюється на основі їх суспільної вартості, тобто відповідно до суспільно-необхідних затрат праці на їх виробництво. В умовах ринку закон вартості діє як закон цін.

**Ціна** — грошове вираження товару, прояв закону вартості. Колівання цін є сигналом для збільшення виробництва одних товарів і зменшення інших. Ціни — це особливо могутній регулятор, який впливає одночасно на попит і пропозицію. При цьому зв'язок попиту та пропозиції з ціною товару створює механізм, за допомогою якого реалізується дія закону попиту та пропозиції, де попит визначає обсяг і структуру пропозиції, висуваючи свої вимоги до виробництва. Пропозиція формує попит через асортимент виробленої продукції та її ціни. Що вища ціна, то менше купують товарів. Щодо пропозиції, то чим вище ціни, тим вигідніше виробляти товари і тим більше їх надходитиме на ринок. *Суперечність між попитом і пропозицією є рушійною силою бізнесу.*

Бізнес має свою стратегію і тактику. *Стратегія бізнесу* — максимізація вигоди (доходу, прибутку) у процесі укладання різних угод; *тактика* — реалізація цієї стратегічної установки у відносинах з контрагентами в кожному окремому випадку з викорис-

танням конкретних умов здійснення, термінів і предметів угод, тобто якими способами і методами буде реалізовано стратегію бізнесу. Якщо мета бізнесу відповідає об'єктивній потребі й виражає їх, то люди свідомо створюють майбутнє. Якщо людина не ставить перед собою мети, то вона ніколи її не досягне.

Створення власної справи — завжди величезний ризик і подолання труднощів, які обов'язково виникають при народженні нового. Створюючи власну справу, бізнесмен-початківець повинен розуміти, що він не тільки користуватиметься благами, які обіцяють ці починання, а й нести відповідальність за їх розвиток. Важливо визначити стратегію своєї справи, бачити перспективу її розвитку.

## 2.2.5. Економічна основа та елементи системи бізнесу

**Власність** — це відносини, які формуються між її суб'єктами з приводу присвоєння засобів виробництва і результатів праці. Вони покладені в основу всіх виробничих відносин будь-якої економічної системи господарювання і охоплюють:

- ♦ *присвоєння* — повна економічна влада суб'єкта над об'єктом і повна відповідальність суб'єкта за результати користування;

- ♦ *володіння* — відносини фактичного панування, проте розпоряджання і привласнення обмежене існуванням і правами власника;

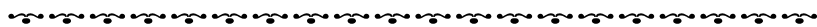
- ♦ *розпоряджання* — фактичне здійснення влади власника над об'єктами власності, фактичне управління нею;

- ♦ *користування* — процес фактичного вилучення корисних властивостей з об'єкта власності для задоволення конкретних потреб.

**Відносини власності** — «основна конструкція» економіки, охоплює увесь господарський процес. Це дає підставу для ствердження, що економічні епохи відрізняються за типами власності.

Відомо, що такі форми власності, як групова, колективна, кооперативна, акціонерна, пайова, історично виникли внаслідок розвитку приватної власності, вийшли з неї і прийшли їй на заміну. Те саме можна сказати і про державну власність. Ця форма покликана коригувати розвиток приватної власності, усувати притаманні їй суперечності, а в разі потреби через денационалізацію знову повертатися до приватної власності.

Економічною основою бізнесу є *приватна власність*. У системі бізнесу вся власність належить окремим громадянам чи компаніям. Уся власність є приватною. Володіння власністю — це також володіння владою. Ті, хто контролює власність, здатні впливати на дії інших. Оскільки право приватної власності дає змогу розширювати володіння власністю серед великої кількості людей, то





ї влада розподіляється між членами суспільства значно ширше. Це обмежує небезпеку концентрації влади в руках небагатіох, а історія свідчить, що концентрація влади призводить до зловживання цією владою.

Приватна власність сприяє також збереженню ресурсів. Те, як ми поводитимось з власністю, безпосередньо залежить від прав, які має власник цієї власності. Власник має право:

- ♦ вирішувати, як використовувати свою власність;
- ♦ передавати, продавати свою власність будь-кому; користуватися доходами й іншими вигодами, які дає його власність.

Такі дії найбільше відповідають інтересам людей, оскільки власність визначає добробут. Отже, *власність — це багатство*. Коли власність втрачає свою вартість, її власник втрачає частину свого багатства. Право приватного володіння власністю змушує нас працювати більше і продуктивніше, що, в свою чергу, сприяє економічному зростанню. Таким чином, приватна власність виступає економічною основою бізнесу і розкриває простір для його функціонування і розвитку.

### **Економічна свобода — основна умова розвитку бізнесу.**

На практиці це означає право розпочати або припинити свій бізнес, купувати будь-які ресурси, використовувати будь-яку технологію, виробляти будь-яку продукцію і пропонувати її до продажу за будь-якою ціною; вкладати свої кошти за власним розсудом. Такі права-свободи не забезпечують гарантованого успіху для кожного бізнесмена. Він може виробляти будь-яку продукцію, встановлювати за неї будь-яку ціну. Проте немає гарантії, що хтось її купить, оскільки споживачі також користуються економічною свободою, тобто свободою особистого вибору, яка не менш важлива, ніж свобода підприємництва. Кожний споживач має право вільно купувати будь-який товар або послугу, пропонувати свої послуги для виконання будь-якої роботи; відмовлятися від будь-якої роботи; використовувати власні ресурси за умови, що це не порушує прав інших людей. Ці права-свободи також не дають ніяких гарантій, тобто бізнесмен має право запропонувати свої послуги, але нікого не можна змусити прийняти їх.

Економічні свободи підприємців взаємопов'язані. Коли підприємство у приватному володінні, то зазіхання на свободу бізнесу — це фактично зазіхання на свободу особи — володаря власності. *Без економічної свободи не може бути свободи особи.*

Практика ділових відносин (бізнесу), використовуючи економічну свободу як умову розвитку, виробила таку систему взаємовідносин, яка є обов'язковою для участі в бізнесі. Це насамперед дотримання соціально-економічного суверенітету ділових відносин та консенсус інтересів.

*Суверенітет ділових відносин* — елемент економічної свободи, його не можна ототожнювати із свободою.

Суверенітет ділових відносин означає, що законна діяльність суб'єктів перебуває під захистом державних органів влади та управління і жоден суб'єкт не має права втручатися в неї та нав'язувати свої умови здійснення угод. Проте суверенні суб'єкти ділових відносин не мають повної незалежності від своїх контрагентів. І якщо вони користуються свободою у прийнятті рішень, то не можна забувати, що ця свобода має певні рамки реалізації, зумовлені прагненням кожного із суб'єктів ділових відносин зберегти і відтворити свій власний суверенітет.

**Консенсус інтересів** — взаємні зобов'язання всіх учасників ділових відносин не порушувати суверенітет своїх контрагентів. Такі зобов'язання не приймаються безпосередньо учасниками угод під час укладання їх, вони формуються у процесі розвитку і постійного відтворення ділових відносин на засадах взаємної вигоди сторін і є обов'язковою умовою системи бізнесу.

Елементами системи бізнесу є підприємницький, споживчий, трудовий та державний бізнес.

**Підприємницький бізнес** — один з найдинамічніших видів бізнесу. Його суб'єктами виступають як фізичні, так і юридичні особи. Їх діловий інтерес — отримання прибутку (доходу) — реалізується через виробництво і продаж продукції (виконання робіт, надання послуг). Звідси підприємницький бізнес поділяють на виробниче, комерційне і фінансове підприємництво.

**Виробниче підприємництво** поширюється в основному на виробництво, споживання товарів і послуг — це виробничі підприємства, фірми, установи.

**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 є *приватна власність на засоби виробництва*.

**Споживчий бізнес** є масовим явищем у ринкових відносинах, оскільки він, по-перше, здійснюється всіма громадянами, на противагу підприємницькому бізнесу, відображає загальну участь людей у системі ділових відносин; по-друге, показує зацікавленість людей у кінцевих результатах виробництва; по-третє, є одночасно і силою, яка врівноважує та стимулює підприємницький бізнес, примушуючи підприємців не тільки враховувати запити споживачів, а й сприймати їх як партнерів з ділових зв'язків; по-четверте, учасниками споживчого бізнесу виступають і підприємці — як споживачі продукції інших фірм. Це є важливим чинником, який збалансовує підприємницькі інтереси кожного з ділових людей. Основою споживчого бізнесу є *приватна власність на предмети споживання*.

**Трудовий бізнес** — це бізнес громадян, які працюють за наймом. Як і споживачі, вони є не пасивною стороною в угодах з під-



приємцями, а рівноправними учасниками відносин з ними. Діловий інтерес найманих працівників (отримання доходів) реалізується працею у підприємницькій фірмі на контрактній або іншій основі. Якщо для підприємців виграшем в угодах є остаточний дохід фірми після збуту продукції, то для найманих працівників — особистий дохід, який вони отримують за виконання своїх посадових обов'язків. Основою трудового бізнесу є *приватна власність на робочу силу*.

**Державний бізнес** здійснюють державні органи, які також безпосередньо виходять на ринок з діловими пропозиціями. При цьому вони є рівноправними партнерами інших учасників ділових відносин. Проте діловий інтерес держави не може відрізнятись від ділових інтересів інших суб'єктів. Основою ділового інтересу держави є потреба у здійсненні пріоритетних загальнодержавних науково-технічних, науково-виробничих (зазвичай наукових капіталомістких) та інших програм, здатних принести користь державі і його громадянам.

Принцип взаємної вигоди сторін за такими угодами: підприємницькі фірми стимулюються державою для участі у цих програмах, бо сама держава не має змоги реалізувати їх. Основою державного бізнесу є *державна власність на засоби виробництва, інформацію, продукцію інтелектуальної праці, цінні папери, грошові фонди*.

## 2.3. Економічні та правові засади підприємництва

### 2.3.1. Підприємницьке середовище

Для характеристики умов підприємницької діяльності використовують поняття «підприємницьке середовище» та «інфраструктура» підприємництва. В довідкових виданнях інфраструктуру трактують як сукупність складових, що має підпорядкований характер і забезпечує діяльність системи загалом.

У найзагальнішому плані підприємницьке середовище, його основні характерні складові зумовлюються економічною системою кожної держави. Так, англійські дослідники вважають, що система вільного підприємництва є економічною системою, яка характеризується наявністю у громадян права володіння капіталом і власністю, а також права займатися підприємництвом за обмеженого втручання держави. Система вільного підприємництва стимулює діяльність підприємців і прагнення приватних власників фірм до прибутків.

Отже, спираючись на це твердження, можна визначити **основні ознаки підприємницького середовища**: наявність різних економічних і юридично однакових форм власності та господарювання; економічна незалежність підприємців; еквівалентність об-

міну продуктів праці; економічна свобода і самостійність у господарській діяльності; конкуренція товаровиробників.

Слід розрізняти *поняття підприємницького клімату і підприємницького середовища*. Складові підприємницького середовища є пасивними доти, доки не буде створено відповідного підприємницького клімату. Останній є більш активною й динамічною категорією й означає сукупність конкретних параметрів складових підприємницького середовища, які регулюють, регламентують, зумовлюють підприємницьку діяльність і з якими підприємець, як господарюючий суб'єкт, вступає у взаємодію, розвивається сам і спонукає їх до саморозвитку.

Характеризуючи підприємницьке середовище, низка авторів обмежуються ринком як сферою діяльності. Такий підхід зумовлює змішування понять «бізнес» і «підприємництво». Тому для розвитку підприємництва в перехідних економіках вони вважають за достатнє сформувати ринкову інфраструктуру в складі системи фінансового обслуговування (фінанси, кредит, банки, страхування, податки) та забезпечити її функціонування (біржі праці, системи комунікації, консалтингові та аудиторські компанії тощо) (рис. 2.2).

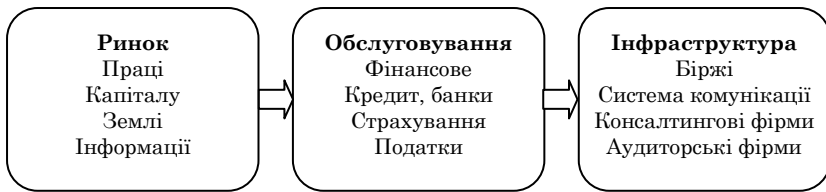


Рис. 2.2. Система розвитку підприємництва

Однак врахування лише цих складових не вирішує проблеми розвитку підприємництва в основній сфері економіки — виробництві, і не тільки у сфері фінансовій та комерційній, що спостерігається сьогодні в Україні.

Вихідним положенням у визначенні складових підприємницького середовища є забезпечення можливостей здійснення підприємницької функції, насамперед новаторсько-координуючої із забезпечення суспільних потреб. Найповнішу характеристику підприємницького середовища дає англійський економіст А. Хоскінг, який вважає його основними складовими економічну обстановку, політичну ситуацію; правове, соціально-культурне, технологічне, географічне, інституціональне та організаційно-технічне середовище. Цей перелік можна доповнити екологічним середовищем як найважливішим для України, яка постраждала від техногенної катастрофи століття.

**Економічна ситуація** зумовлює рівень купівельної спроможності населення, заробітної плати, наявності вільних робочих місць, наявності і доступності грошових ресурсів, відсоткових ставок на капітал, розміру позичкового капіталу, розвитку економічних та юридичних прав власності. Оскільки економічне становище залежить від політичної ситуації, необхідно враховувати політичну спрямованість правлячих кіл, їхні інтереси і мету.

Підприємницька діяльність здійснюється у відповідному правовому полі. Тут може йтися про сфери обмеження, ступінь законодавчого регулювання і контролю, підтримку чи не підтримку.

**Соціально-культурне середовище** визначається моральними, релігійними нормами, звичаями, традиціями, притаманними місцевому населенню. Таке середовище безпосередньо впливає на види діяльності, перелік товарів тощо.

**Технологічне середовище** відображує рівень науково-технічного прогресу, що безпосередньо впливає на розвиток підприємництва.

**Географічне середовище** характеризує територію країни, де здійснюється підприємницька діяльність: якість ґрунтів; наявність земель, придатних для сільськогосподарського виробництва; кліматичні умови; запаси сировини; наявність енергоресурсів, різних систем комунікацій, включаючи автомобільні магістралі, залізниці, морські і повітряні шляхи сполучення.

Геополітичне розташування України є сприятливим для здійснення підприємницької діяльності в усіх сферах, у тому числі і в сільському господарстві, і це є однією із найважливіших умов зацікавленості іноземних інвесторів у вкладанні капіталу у вітчизняну економіку.

**Інституціональне та організаційно-технічне середовище.** Успішна підприємницька діяльність неможлива без наявності широкої мережі різнобічних інститутів, які допомагають підприємцям налагоджувати ділові контакти, здійснювати торгові операції, страхування діяльності, рекламування продукції тощо. До цих інститутів слід віднести:

- ♦ банки;
- ♦ страхові компанії;
- ♦ біржі, торгові доми, посередницькі фірми, що виконують функції реалізації продукції;
- ♦ рекламні агентства;
- ♦ навчальні заклади з підготовки кадрів та інститути післядипломної освіти;
- ♦ консалтингові структури;
- ♦ бізнес-центри та бізнес-інкубатори, підприємницькі кластери тощо;
- ♦ транспортні агентства;
- ♦ постачальники (запасних частин, пально-мастильних матеріалів, машин і обладнання, будівельних конструкцій, технологій тощо);

- ♦ підприємства з переробки сировини і торгівлі готовою продукцією;
- ♦ засоби зв'язку і передавання інформації;
- ♦ комунальні послуги.

Стан розвитку цих та інших складових підприємницького середовища свідчить про загальний рівень цивілізованості країни взагалі, що безумовно впливає і на розвиток самого підприємництва.

**Бізнес і право. Правове середовище.** Істотно важливим елементом неекономічного середовища бізнесу є правові відносини на макро- і мікрорівнях організації суспільства, які формують власне правове середовище бізнесу.

Суб'єкти ринку, вступаючи у взаємодію один з одним усередині середовища бізнесу, потребують узгодженості своїх прав і відповідальності. Кожний з них заздалегідь, до здійснення угоди, має знати, яка відповідальність і які права у нього виникають.

Право, реалізоване в законах, нормах і правилах, організовує, регламентує діяльність і ділові зв'язки суб'єктів бізнесу. В свою чергу, розвиток ділових відносин впливає на вдосконалення законів, норм і правил, що застосовуються в суспільстві. Із поняттями законів, норм, правил і правових відносин пов'язане визначення правового середовища бізнесу, під яким тут і далі розуміють таке:

- ♦ сукупність юридичних інститутів (державні і міжнародні «силові структури», а також органи захисту прав громадян і організацій, у тому числі адвокатури);
- ♦ сукупність регламентуючих і організуючих документів у суспільстві, за допомогою яких органи влади й управління можуть створювати, забезпечувати і підтримувати встановлений порядок у взаємовідносинах між різними суб'єктами;
- ♦ сукупна діяльність названих інститутів зі створення регламентуючих і організуючих документів, а також з контролю за їх дотриманням різними суб'єктами.

Таким чином, у правовому середовищі можна виділити найбільшу й інституційну інфраструктуру, а також сукупність документів, прийнятих у суспільстві, на різних рівнях його організації.

Розглянемо докладніше зазначені документи. Для цього слід насамперед розмежувати поняття права, правил та норм.

**Право** — це сукупність директивних, тобто обов'язкових для виконання норм і правил, які встановлюють з метою адміністративної регламентації впорядкування і регулювання відносин між людьми.

**Правила** — це положення, які визначають зміст дій людей і приписують форми їхньої поведінки.

**Норми** — кількісні параметри, що характеризують поведінку і взаємодії людей відповідно до встановлених правил.



Наприклад, Закон України «Про оподаткування фізичних осіб» встановлює, що всі громадяни зобов'язані сплачувати податок із усіх видів заробітку в розмірі 13 % нарахованої заробітної плати, причому кошти, отримані від оподаткування, підлягають бюджетному перерозподілу. Тут сплата податку — правило, його розміри — норма.

Усі відносини між суб'єктами бізнесу, які формуються у процесі взаємодії ділових людей, неодмінно виступають об'єктами правового регулювання. Ці відносини здійснюються лише в тих межах, що створюють правовий простір або правовий коридор бізнесу, і на тій основі, які встановлені правилами і нормами.

Правила і норми можуть мати заборонний і дозвільний характер. Заборонний характер правил і норм має місце тоді, коли останні містять прямі заборони на здійснення окремих видів ділової діяльності, а отже, всі інші види ділової діяльності трактують як дозвільні. Навпаки, дозвільний характер правил і норм здійснюється за принципом: можна діяти лише так, як дозволено, як приписано.

Правові правила і норми мають історичний характер. За різних історичних форм людського суспільства існували різні підходи до встановлення таких правил і норм. Наприклад, дозволене на зорі людства рабство сьогодні офіційно заборонене законами майже всіх держав світу. Навпаки, рабовласницький світ ніколи не знав правил, що регламентують, наприклад, біржову торгівлю та інвестиційний бізнес.

Право регулює відносини у сфері бізнесу, що виникають у процесі цілеспрямованої діяльності людей у досягненні його цілей. Тому **об'єктами правового регулювання** виступають:

- а) власність;
- б) способи й розміри отримання доходів;
- в) способи взаємодії між: підприємцями, підприємцями і споживачами; між підприємцями і найманими працівниками; між підприємцями і органами державного управління та місцевого самоврядування, державними службами;
- г) способи взаємодії між найманими працівниками і державою.

Перебуваючи у правовому полі (просторі), бізнесмен має право обирати будь-яку форму діяльності, будь-який механізм поведінки. Залежно від наявності права бізнес поділяють на дві категорії — **законний і незаконний**.

У межах законного бізнесу існують взаємні гарантії дотримання інтересів суб'єктів ділових відносин, за межами законного бізнесу такі гарантії відсутні.

Законний бізнес ґрунтується на визнанні потреби у врахуванні інтересів усіх різноманітних суб'єктів економіки. При цьому гарантіями врахування інтересів різних сторін виступають правила і норми права. Порушення законів призводить до обмеження інтересів сторін і тому передбачає ступінь відповідальності.

Закони, правила, норми права є гарантіями врахування інтересів різних сторін. Тут важливо звернути увагу на таку обставину. Єдиним критерієм виправданості дій у сфері бізнесу і справедливості взаємних відносин між суб'єктами бізнесу є право. Якщо дії суб'єктів ділових відносин не суперечать правилам і нормам права, ці дії виправдані, а результати цих дій справедливі. Іншими словами, дотримання права робить діяльність підприємців та інших суб'єктів ділових відносин правомірною. Інші критерії виправданості і справедливості, наприклад, моральні, неприйнятні.

Чи справедливо, наприклад, що в суспільстві є багаті та бідні? Можливо, під кутом зору загальнолюдської моралі це несправедливо. Проте якщо багатство одних людей і бідність інших стали результатом їх діяльності і не виходять за рамки закону, то така диференціація суспільства є правомірною.

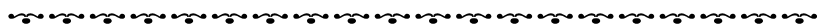
Інша річ, що саме право може не відповідати потребам розвитку економіки, не сприяти формуванню стимулів ділової активності, а навпаки, — стримувати поступальні процеси. В такому разі необхідні перетворення у правовій сфері, які можуть мати еволюційний чи революційний характер.

**Еволюційний тип** перетворень є процесом здійснення правової реформи.

**Революційний тип** перетворень означає докорінні зміни попередньої системи права, усунення її основоположних властивостей і перехід до нової системи права. Такий тип перетворень здійснювався в минулому у багатьох країнах у формі буржуазних революцій, у ході яких усувалася основа попередньої системи права — положення про особисту залежність і особисту підпорядкованість одних суб'єктів економіки іншим — і створювалася нова система права, заснована на закріпленні за кожною людиною права власності у поєднанні з її особистою свободою.

Право має відображувати досягнутий рівень розвитку економіки і забезпечувати діловим відносинам найкращі можливості здійснення, відтворення і розвитку. Тому з розвитком людського суспільства право повинно постійно вдосконалюватися та видозмінюватися. Водночас консерватизм і навіть анахронізм окремих правил не може розглядатися як підстава для порушення закону. Наприклад, у попередній українській економіці директор державного підприємства не мав права збільшувати фонд заробітної плати працівників за рахунок основної частини прибутку. Проте багато директорів підприємств різними шляхами йшли на це. Чи правильно вони робили? З точки зору здорового глузду це було правильно. Проте з позицій закону їхні дії були неправомірними, за що, до речі, більшість несли відповідальність, навіть кримінальну.

Право взагалі існує у вигляді системи правил і норм, причому правові документи покликані як регламентувати ділові стосунки, так і не суперечити один одному. Проте через різні причини у ба-





гатьох країнах, у тому числі і в Україні, між окремими правовими документами можуть бути суперечності. Ці невідповідності створюють **квазіправовий простір**, перебуваючи в якому, бізнесмен отримує можливість порушувати закон, формально перебуваючи під захистом інших законів.

Система правових норм і правил, що регулюють ділові взаємовідносини, охоплює такі основні компоненти:

- а) цивільне і кримінальне законодавство держави;
- б) загальне господарське законодавство держави;
- в) спеціальне господарське законодавство держави;
- г) підзаконні нормативні документи;
- д) норми міжнародного права.

**Цивільне і кримінальне законодавство** — це сукупність документів, яка містить загальні норми поведінки громадян, включаючи перелік заборонених видів діяльності.

**Загальне господарське законодавство** є нормами цивільного і кримінального права, що визначають типові економічні обставини дії суб'єктів. Тим самим загальне господарське законодавство — це відбиття цивільного і кримінального законодавства держави у сфері економіки. Основними джерелами права тут виступають Конституція України, Цивільний та Кримінальний кодекси країни, деякі загальноекономічні законодавчі акти, наприклад, закон про бюджет країни тощо.

**Спеціальне господарське законодавство** об'єднує документи, які регулюють різні сторони ділових відносин. Воно складається із таких основних компонентів:

- а) законодавство про власність на засоби виробництва та підприємницької діяльності;
- б) трудове законодавство;
- в) законодавство про конкуренцію і монополістичну діяльність;
- г) податкове законодавство;
- д) фінансове законодавство;
- е) законодавство про облік та ревізію господарської діяльності;
- е) законодавство про захист прав споживачів;
- ж) комерційне і біржове законодавство;
- з) законодавство про державну службу;
- і) законодавство про організації, які займаються правовим забезпеченням бізнесу (господарський суд, третейські суди, нотаріат, адвокатура тощо).

Отже, *основним регламентуючим і організуючим документом у бізнесі є закон*. На підставі законів органи виконавчої влади, галузеві міністерства і відомства можуть видавати підзаконні нормативні документи, зокрема акти, які покликані розкривати зміст окремих положень законів, а також описувати процедури (алгоритм) застосування законів. До них належать:

- а) інструкції міністерств і відомств;

- б) офіційні листи, телеграми, факси міністерств і відомств;
- в) офіційні роз'яснення і коментарі до законів, що випускаються міністерствами і відомствами, а також місцевими органами влади;
- г) рішення місцевих органів влади і управління;
- д) постанови уряду України.

Найбільше підзаконних актів та документів містить податкове законодавство України. Підзаконні акти не повинні відхилятися від закону, вони мають суворо відповідати правилам і нормам, які містяться в законі. Важливо враховувати й те, що жоден орган влади й управління не має права зобов'язати людину дотримуватися підзаконних документів, якщо вони йдуть у розріз із законом. Жоден підзаконний акт не може замінити собою закон.

**Норми міжнародного права** встановлюються міжурядовими угодами, а також рішеннями загальноновизнаних міжнародних організацій, таких як ООН, Комісія Європейської економічної співдружності тощо.

У всіх країнах діє правило, згідно з яким у тому разі, якщо положення тих чи інших законодавчих документів цих країн не відповідає нормам міжнародного права, на практиці застосовуються саме норми міжнародного права. Такий стан речей досить актуальний. Він визначає загальні правила поведінки суб'єктів ділових відносин, яким має відповідати національне законодавство окремих країн, і є засобом усунення свавілля в галузі господарського права.

Таким чином, правове поле діяльності бізнесу можна відобразити у вигляді двох стовбців: один з них — *тип правових норм і правил*; другий — *що визначає система норм і правил*.

<b>Тип правових норм і правил</b>	<b>Що визначає система норм і правил</b>
Цивільне та кримінальне законодавство держави	Загальні норми поведінки
Господарське законодавство	Обставини дій
Спеціальне законодавство	Сторони ділових відносин
Підзаконні акти	Процедури
Міжнародне право	Міжнародні норми

### **2.3.2. Формування підприємницького середовища в аграрній сфері економіки**

Підприємницька діяльність в аграрній сфері економіки має низку особливостей:

1. Необхідність особливого підприємницького середовища для сільського господарства пояснюється двома його різноспрямованими функціями: задоволенням потреб усіх верств населення в



доступних за ціною і високими споживчими якостями продуктах споживання та реалізацією економічного інтересу сільськогосподарських товаровиробників.

2. Параметри складових двох сторін підприємницького середовища мають бути диференційовані. В сільському господарстві основою підприємницького середовища є зовнішнє підприємницьке середовище, яке формується законодавчо і є відносно сталим з незначними відхиленнями в галузевому розрізі під впливом ринкових важелів, і внутрішнє середовище, що формується безпосередньо за участю сільських підприємств.

3. Складові підприємницького середовища започатковуються і порізному координуються на основі інтеграційних зв'язків сільського господарства з іншими сферами народногосподарського комплексу.

Координування сільськогосподарської діяльності з іншими сферами агропромислового комплексу може здійснюватися за допомогою відкритого ринку, контрактної, кооперативної, вертикальної і комбінованої інтеграції. Відкритий ринок агробізнесу передбачає купівлю необхідних засобів і продаж продукції сільськогосподарськими виробниками на основі економічної доцільності, які беруть на себе весь ризик. Проте такий спосіб узгодження окремих технологічних стадій у процесі виробництва продуктів харчування не є поширеним в Україні. В економічно розвинених країнах найбільшого поширення набули сільськогосподарські кооперативи і вертикальні інтегровані структури.

4. Внутрішнє підприємницьке середовище слід розглядати як багаторівневе формування: на національному, регіональному (обласному, районному) мікрорівні та на внутрішньогосподарському рівні. Грані такого поділу не завжди досить жорсткі, частина складових формується на різних рівнях.

Для нормального і різнобічного функціонування сільськогосподарських товаровиробників у ринковій економіці має бути сформована потужна інфраструктура — організаційно-технічна сфера. Йдеться про створення сільськогосподарських кооперативів з надання різних послуг, у тому числі маркетингових, страхувальних, закупівельних, збутових, обслуговуючих, постачальницьких, переробних. Важливо також сформувати торговельну інфраструктуру — біржі, торгові дома.

Складові внутрішнього середовища формуються на різних ієрархічних рівнях. Згідно з економічною теорією, в умовах перехідної економіки для сільського господарства України важливого значення набуває внутрішньогосподарське середовище, оскільки для набуття колективними формами підприємницьких рис необхідно забезпечити кожному підрозділу умови, ідентичні індивідуальному підприємцю. Для цього потрібно насамперед сформувати внутрішньогосподарський ринок з відповідною інфраструктурою, цінами, розмірами кредитів тощо.

Такий підхід до формування підприємницького середовища має забезпечити необхідні умови для становлення і розвитку підприємництва в сільському господарстві.

### 2.3.3. Правові засади та умови здійснення підприємництва

Стаття 1 Закону України «Про підприємництво» визначає підприємництво як самостійну ініціативу; систематичну, на власний ризик, діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг та заняття торгівлею з метою отримання прибутку.

Матеріальну основу підприємницької діяльності становить власність. Як економічна категорія власність — це відносини між людьми щодо привласнення різних об'єктів власності.

Власник має право використовувати належне йому майно (будівлі, споруди, засоби виробництва, вироблену продукцію, транспортні засоби, грошові кошти, цінні папери тощо) для підприємницької діяльності. Йому забезпечуються однакові умови здійснення своїх прав.

Власність не повинна використовуватися на шкоду людині й суспільству. Згідно з ч. 4 ст. 13 Конституції України держава забезпечує захист прав усіх суб'єктів права власності і господарювання, соціальну спрямованість економіки. Усі суб'єкти права власності рівні перед законом.

**Суб'єкти підприємництва.** Відповідно до ст. 2 Закону України «Про підприємництво» суб'єктами підприємницької діяльності (підприємцями) можуть бути:

- ♦ громадяни України, інших держав, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності;
- ♦ юридичні особи всіх форм власності, встановлених Законом України «Про власність».

Не мають права займатися підприємницькою діяльністю такі категорії громадян: військовослужбовці, посадові особи органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, господарського суду, державного нотаріату, а також органів державної влади й управління, які покликані здійснювати контроль за діяльністю підприємств. Законом України «Про державну службу» від 16.12.93 р. та ст. 5 Закону України «Про боротьбу з корупцією» від 05.10.95 р. державним службовцям або іншим особам, уповноваженим на виконання функцій держави, заборонено займатися підприємницькою діяльністю безпосередньо, через посередників або підставних осіб, входити до складу правління чи інших виконавчих органів підприємств, кредитно-фінансових установ, господарських товариств, організацій, спілок, об'єднань кооперативів, що здійснюють підприємницьку діяльність.

Заборона безпосередньо займатися підприємницькою діяльністю керівникам, заступникам керівників державних підприємств,



установ і організацій, їх структурних підрозділів, а також посадовим особам державних органів, органів місцевого і регіонального самоврядування встановлена Декретом Кабінету Міністрів України «Про впорядкування діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, створених за участю державних підприємств». Це, однак, не виключає їхнього права отримувати дивіденди від акцій, а також доходи від інших, корпоративних прав (доходи відповідно до своєї частки майна в статутному фонді господарського товариства).

Посадовими особами, на яких поширюється дія зазначеного Декрету, вважають працівників, діяльність яких пов'язана зі здійсненням державно-владних повноважень, виконанням організаційних, розпорядчих, адміністративних функцій, прийняттям управлінських рішень. Збереження за цими особами лише права на отримання дивідендів (доходів) означає, що право на управління належним їм майном (це друга складова корпоративного права) зазначені в Декреті посадові особи, на період обіймання зазначених посад, можуть передавати довіреним особам відповідно до чинного законодавства.

Особи, яким суд заборонив займатися певною діяльністю, не можуть бути зареєстровані як підприємці з правом здійснення відповідного виду діяльності до закінчення терміну, встановленого судом. Особи, які мають непогашену судимість за крадіжки, хабарництво та інші корисливі злочини, не лише не можуть бути зареєстровані як підприємці, а й не можуть виступати співзасновниками підприємницької організації, а також обіймати в підприємницьких товариствах та їхніх спілках (об'єднаннях) керівні посади і посади, пов'язані з матеріальною відповідальністю.

**Обмеження у здійсненні підприємницької діяльності.** Крім обмеження суб'єктивного складу підприємництва законодавством України, зокрема Законом «Про підприємництво», встановлено певні обмеження щодо здійснення окремих видів підприємницької діяльності: по-перше, деякі види підприємництва мають право здійснювати лише певні суб'єкти (діяльність, пов'язана з обігом наркотичних засобів, виготовленням і реалізацією військової зброї та боєприпасів до неї, вибухових речовин, видобуванням бурштину, охороною окремих особливо важливих об'єктів права державної власності, перелік яких визначається у встановленому Кабінетом Міністрів України порядку, а також діяльність, пов'язана з розробленням, випробуванням, виробництвом та експлуатацією ракет-носіїв, у тому числі з їх космічними запусками з будь-якою метою, може здійснюватися тільки державними підприємствами, а проведення ломбардних операцій — також і певними товариствами); по-друге, заборонено здійснювати окремі види діяльності (перелік яких встановлює Верховна Рада України за поданням Кабінету Міністрів України) без спеціального дозволу

(ліцензії). Зокрема, без спеціального дозволу (ліцензії), що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженим органом, не можуть здійснюватися:

- ♦ пошук (розвідка) та експлуатація родовищ корисних копалин;
- ♦ виробництво, ремонт і реалізація спортивної, мисливської вогнепальної зброї та боєприпасів до неї, а також холодної зброї;
- ♦ виготовлення і реалізація лікарських засобів; виготовлення і реалізація особливо небезпечних хімічних речовин, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України;
- ♦ виготовлення пива, алкогольних напоїв, а також виготовлення та реалізація спирту етилового, коньячного і плодового;
- ♦ медична практика;
- ♦ ветеринарна практика;
- ♦ юридична практика;
- ♦ створення та утримання гральних закладів, організація азартних ігор тощо.

Перелік видів підприємницької діяльності, що підлягають ліцензуванню, вміщено в ст. 4 Закону «Про підприємництво».

Рішення про видачу дозволу (ліцензії) на здійснення підприємницької діяльності чи про відмову у видачі приймають у термін не пізніше від 30 днів з дня отримання заяви та необхідних документів.

У видачі ліцензії може бути відмовлено у разі виявлення недостовірних даних у документах, поданих заявником, а також у разі неможливості здійснення заявником певного виду діяльності відповідно до ліцензійних умов. У рішенні про відмову у видачі ліцензії вказують підстави відмови.

Питання, пов'язані з видачею ліцензій, урегульовані Положенням про порядок ліцензування підприємницької діяльності, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України № 1020 від 03.07.98 р.

Для отримання ліцензії на кожний вид діяльності суб'єкт підприємницької діяльності подає органу, що видає ліцензії, заяву про її видачу, де зазначають для:

- ♦ громадянина-підприємця — прізвище, ім'я, по батькові та паспортні дані (серію і номер, ким і коли виданий) місце проживання, ідентифікаційний номер фізичної особи — платника податків та інших обов'язкових платежів;
- ♦ юридичних осіб — найменування, місцезнаходження, банківські реквізити, організаційно-правову форму, ідентифікаційний код; вид діяльності, на який заявник має намір отримати ліцензію; термін дії ліцензії.

До заяви додають такі документи:

- а) громадяни-підприємці — копії документів, що засвідчують рівень освіти і кваліфікації, необхідний для здійснення відповідного виду діяльності;

б) юридичні особи — копії свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності та установчих документів.

За видачу ліцензії встановлено плату: з громадян-підприємців — у розмірі двох неоподатковуваних мінімумів доходів громадян; з юридичних осіб — у розмірі дванадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Органам, що видають ліцензії, забороняється справляти за видачу ліцензій додаткову плату понад установлену актами законодавства, а також передбачати умовою видачі ліцензій внески до будь-яких позабюджетних фондів і здійснення інших платежів, не віднесених актами законодавства до обов'язкових.

У ліцензії зазначають:

- ♦ найменування та ідентифікаційний код органу, що видав ліцензію;

- ♦ прізвище, ім'я, по батькові, місце проживання, ідентифікаційний номер фізичної особи — платника податків та інших обов'язкових платежів або найменування і місцезнаходження, ідентифікаційний код юридичної особи;

- ♦ вид діяльності, на яку видається ліцензія; місце провадження діяльності;

- ♦ особливі умови та правила провадження певного виду діяльності;

- ♦ номер реєстрації ліцензії; дату видачі і термін дії ліцензії.

Термін дії ліцензії встановлюється органом, що її видає (перелік органів, які видають ліцензії на провадження певних видів підприємницької діяльності, затверджено постановою Кабінету Міністрів України № 1020 від 03.07.98 р.), але не менше ніж на три роки. Подовження цього терміну здійснюється в порядку, встановленому для її отримання. Після припинення суб'єктом підприємництва своєї діяльності надана ліцензія втрачає дію. У разі порушення підприємцем ліцензійних умов або невиконання у визначений термін розпоряджень Ліцензійної палати або органу, який видав ліцензію, щодо дотримання ліцензійних умов орган, що видав ліцензію, має право зупинити дію її.

Ліцензія може бути анульована у разі виявлення недостовірних даних у заяві на отримання ліцензії чи в документах, доданих до неї; передавання суб'єктом підприємницької діяльності ліцензій іншій особі; повторного або грубого порушення суб'єктом підприємницької діяльності ліцензійних умов.

Ліцензію вважають анульованою з дати прийняття рішення щодо анулювання ліцензій або з дати скасування державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності.

Мотивоване рішення про зупинення дії ліцензії або її анулювання доводиться до відома суб'єкта підприємницької діяльності у п'ятиденний термін.

Рішення про зупинення дії ліцензії або її анулювання може бути оскаржено суб'єктом підприємницької діяльності в судовому порядку.

**Умови здійснення підприємництва.** Однією з основних умов здійснення підприємницької діяльності є *державна реєстрація* підприємництва.

Заняття підприємницькою діяльністю без державної реєстрації тягне за собою накладання штрафу від трьох до восьми неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією виготовленої продукції, знарядь виробництва і сировини чи без такої (ст. 164 Кодексу про адміністративні правопорушення). Якщо ці дії вчинено впродовж року після накладання адміністративного стягнення за такі самі порушення, фізична особа, винна у їх вчиненні, може бути притягнена до кримінальної відповідальності у вигляді штрафу до двох мінімальних розмірів заробітної плати з позбавленням права обіймати певні посади або займатися певною діяльністю на термін до трьох років (ст. 148-3 Кримінального кодексу України).

Згідно з чинним законодавством України з 1 липня 2004 р. реєстрація, ліквідація і перереєстрація суб'єктів підприємницької діяльності здійснюється за принципом «єдиного вікна»: підприємець-початківець замість спілкування з податківцями, соціальними фондами і органами статистики спілкується лише з уповноваженим державним службовцем.

Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності здійснюється у виконавчому комітеті міської, районної ради народних депутатів або районній міст Києва і Севастополя державній адміністрації за місцеперебуванням або місцем проживання цього суб'єкта, якщо інше не передбачено законом.

Місцеперебуванням суб'єкта підприємницької діяльності (юридичної особи) на дату державної реєстрації може бути місцеперебування (місце проживання) одного із засновників або місцеперебування за іншою адресою, що підтверджується договором про передавання засновнику у власність або користування приміщення, частини приміщення (договір купівлі-продажу, обміну, дарування, оренди, лізингу, безоплатного користування майном, про спільну діяльність, установчий договір тощо).

Для державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності — юридичної особи подають такі документи:

- ♦ рішення власника (власників) майна або уповноваженого ним (ними) органу про створення юридичної особи (крім приватного підприємства). Якщо власників або уповноважених ними органів два і більше, таким рішенням є установчий договір, а також протокол установчих зборів (конференції) у випадках, передбачених законом;

- ♦ статут, якщо відповідно до законодавства це необхідно для створення організаційно-правової форми суб'єкта підприємницької діяльності;





- ♦ реєстраційну картку встановленого зразка, яка є водночас заявою про державну реєстрацію;

- ♦ документ, що засвідчує сплату власником (власниками) внеску до статутного фонду суб'єкта підприємницької діяльності в розмірі, передбаченому законом;

- ♦ документ, що засвідчує внесення плати за державну реєстрацію.

Громадяни, які мають намір здійснювати підприємницьку діяльність без створення юридичної особи, подають реєстраційну картку власного зразка, яка є водночас заявою про державну реєстрацію, копію довідки про присвоєння ідентифікаційного номера фізичній особі — платнику податків та інших обов'язкових платежів, а також документ, що засвідчує внесення плати за державну реєстрацію.

За державну реєстрацію (перереєстрацію) суб'єктів підприємницької діяльності вноситься плата (реєстраційний збір).

Органам державної реєстрації забороняється вимагати від суб'єктів підприємницької діяльності додаткових документів, не передбачених Законом «Про підприємництво».

Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності здійснюється за наявності всіх необхідних документів за заявочним принципом упродовж не більше від п'яти робочих днів. Органи державної реєстрації зобов'язані впродовж цього терміну внести дані з реєстраційної картки до Реєстру суб'єктів підприємницької діяльності та видати свідоцтво про державну реєстрацію встановленого зразка з проставленим ідентифікаційним номером фізичної особи — платника податків та інших обов'язкових платежів.

У п'ятиденний термін від дати реєстрації органи державної реєстрації надсилають примірник реєстраційної картки з позначкою про державну реєстрацію відповідному державному податковому органу й органу державної статистики та подають відомості про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності до органів Фонду соціального страхування і Пенсійного фонду України.

Свідоцтво про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності та копія документа, що підтверджує взяття його на облік у державному податковому органі, є підставою для відкриття рахунків у будь-яких банках України та інших держав за вибором суб'єкта підприємницької діяльності і за згодою цих банків у порядку, що встановлюється Національним банком України.

У такому самому порядку здійснюється і перереєстрація суб'єкта підприємницької діяльності. Підстави перереєстрації вказані в ст. 8 Закону «Про підприємництво», відповідно до якої вона проводиться у разі зміни назви, організаційно-правової форми суб'єкта підприємницької діяльності, а також форми власності.

Безпосередньо підприємницьку діяльність можуть здійснювати не лише суб'єкти — юридичні особи, а й створені ними філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи. За зага-

льним правилом вони не потребують державної реєстрації (суб'єкт підприємницької діяльності повідомляє про відкриття зазначених підрозділів орган державної реєстрації внесенням додаткової інформації до своєї реєстраційної картки). Виняток становлять представництва іноземних суб'єктів господарської діяльності, які мають бути зареєстровані відповідно до ст. 5 Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність».

Суб'єкти підприємницької діяльності підлягають внесенню:

♦ *юридичні особи*, а також їхні філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи — до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, що ведеться органами державної статистики. Порядок внесення визначається Положенням про Єдиний державний реєстр підприємств та організацій України, затвердженим постановою Кабінету Міністрів № 118 від 22.01.96 р. Орган державної статистики після внесення суб'єкта підприємницької діяльності до реєстру проставляє у свідоцтві про державну реєстрацію ідентифікаційний код і дату внесення до реєстру;

♦ *фізичні особи* — до Державного реєстру фізичних осіб-платників податків та інших обов'язкових платежів, що ведеться податковими адміністраціями. Порядок внесення визначається Законом України «Про Державний реєстр фізичних осіб — платників та інших обов'язкових платежів».

Відмова в державній реєстрації може бути оскаржена в судовому порядку. Суб'єкти підприємницької діяльності з різних причин можуть з часом змінювати своє місцезнаходження. У таких випадках суб'єкт підприємництва у семиденний термін з дня виконання такої зміни має повідомити про це орган державної реєстрації. Невиконання цієї вимоги дає право органам державної реєстрації звернутися до суду (господарського суду) з позовом про скасування державної реєстрації.

Скасування державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності здійснюється за заявою власника (власників) або уповноважених ним (ними) органів чи за особистою заявою підприємця-громадянина, а також на підставі рішення суду (господарського суду) в разі:

♦ визнання установчих документів недійсними або такими, що суперечать законодавству;

♦ здійснення діяльності, що суперечить установчим документам та законодавству України;

♦ несвоєчасного повідомлення суб'єктом підприємницької діяльності про зміну його назви, організаційної форми, форми власності та місцезнаходження;

♦ визнання суб'єкта підприємницької діяльності банкрутом (у випадках, передбачених законодавством);

♦ неподання впродовж року до органів державної податкової служби податкових декларацій, документів бухгалтерської звітності згідно з законодавством.



Скасування державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності здійснюється органом державної реєстрації за наявності ліквідаційного балансу, складеного і затвердженого згідно з законодавством, та інших документів, що підтверджують проведення заходів щодо ліквідації суб'єкта підприємницької діяльності як юридичної особи, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України, вилученням його з Реєстру суб'єктів підприємницької діяльності.

Скасування державної реєстрації позбавляє суб'єкта підприємницької діяльності статусу юридичної особи і є підставою для вилучення його з Єдиного державного реєстру підприємств і організацій України.

Для здійснення підприємницької діяльності підприємець має право укладати з громадянами договори про використання їхньої праці. Під час укладання трудового договору (контракту, угоди) підприємець зобов'язаний забезпечити умови та охорону праці, її оплату не нижче від встановленого в Україні мінімального рівня, а також інші соціальні гарантії, включаючи соціальне й медичне страхування та соціальне забезпечення відповідно до чинного законодавства. В разі втрати працездатності підприємець забезпечує потерпілому відшкодування витрат у випадках і порядку, передбачених чинним законодавством.

Здійснюючи підприємницьку діяльність, підприємець зобов'язаний не завдавати шкоди довкіллю, не порушувати прав і інтересів громадян, підприємств, установ, організацій і держави, що охороняються законом. За завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність.

Суб'єкт підприємництва — юридична особа — може бути визнаний господарським судом банкрутом у порядку, передбаченому Законом України «Про банкрутство».

### 2.3.4. Підприємець і держава

**Гарантії прав суб'єктів підприємницької діяльності** поділяють на *загальні* та *майнові*. Загальні гарантії полягають у тому, що держава гарантує всім підприємцям, незалежно від обраних ними організаційних форм підприємницької діяльності, однакові права і створює рівні можливості для доступу до матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів. Забезпечення матеріально-технічними та іншими ресурсами, що централізовано розподіляються державою, здійснюється тільки за умови виконання підприємцем робіт і поставок для державних потреб.

У передбачених законом випадках підприємець або громадянин, який працює у підприємця за наймом, може бути залучений до виконання в робочий час державних обов'язків. Орган, що приймає таке рішення, відшкодовує підприємцю відповідні збитки.

Гарантії майнових прав підприємця полягають у тому, що держава гарантує недоторканість майна і забезпечує захист права

власності підприємця. Вилучення державою у підприємця його основних і оборотних фондів та іншого використовуваного ним майна не допускається, за винятком випадків, передбачених законодавчими актами України.

Збитки, завдані підприємцю внаслідок порушення громадянами, юридичними особами і державними органами його майнових прав, що охороняються законом, відшкодовуються підприємцю відповідно до чинного законодавства.

**Державна підтримка підприємництва** є важливим чинником його активізації в умовах побудови ринкової економіки. З метою створення сприятливих організаційних та економічних умов для розвитку підприємництва держава надає земельні ділянки, передає підприємцю державне майно (виробничі та нежитлові приміщення, законсервовані й недобудовані об'єкти та споруди, невикористовуване устаткування), необхідні для здійснення підприємницької діяльності. За допомогою економічних важелів (цілових субсидій, податкових пільг тощо) держава стимулює модернізацію технології, інноваційну діяльність, освоєння нових видів продукції і послуг. Вона надає підприємцям цільові кредити та інші види допомоги.

Велике значення для розуміння взаємовідносин між підприємцем і державою мають норми Закону «Про підприємництво». В умовах побудови ринкової економіки докорінно змінюється характер організаційно-правових відносин державних та інших органів із суб'єктами підприємництва. Нині ці відносини знайшли своє відображення у Господарському кодексі України і будуються з використанням:

- ♦ податкової та фінансової політики, включаючи запровадження ставок податків і відсотків по державних кредитах; податкових пільг; цін і правил ціноутворення; цільових дотацій; валютного курсу; розмірів економічних санкцій;
- ♦ державного майна і системи резервів, ліцензій, концесій, лізингу, соціальних, екологічних та інших норм та нормативів;
- ♦ науково-технічних, економічних, соціальних республіканських та регіональних програм;
- ♦ договорів на виконання робіт і поставок для державних потреб.

Втручання державних органів у господарську діяльність підприємця не допускається, якщо воно не зачіпає передбачених законодавством України прав державних органів контролю за діяльністю підприємців. Для зменшення втручання державних органів у підприємницьку діяльність, усунення правових, адміністративних, економічних і організаційних перешкод у розвитку підприємництва запроваджено нові підходи до державного регулювання підприємництва. Указом Президента України «Про запровадження єдиної державної регуляторної політики у сфері підприємництва» від 22.01.2000 р. № 89/2000 визнано за необхідне здійснити заходи щодо усунення обмежень, які стримують розвиток підприємницької діяльності, та щодо зменшення надмірного державного регулювання підприємницької діяльності (держрегулювання).



Зазначені заходи, частина яких вже реалізована в чинному законодавстві, передбачають:

- ♦ спрощення порядку створення, реєстрації та ліквідації суб'єктів підприємницької діяльності;
- ♦ скорочення переліку видів підприємницької діяльності, що підлягають ліцензуванню та патентуванню, потребують отримання сертифікатів та будь-яких інших дозволів на здійснення підприємницької діяльності;
- ♦ лімітування перевірок та контролю за діяльністю суб'єктів підприємництва;
- ♦ спрощення процедури митного оформлення вантажів під час здійснення експортно-імпортних операцій;
- ♦ забезпечення послідовності та стабільності нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності.

Відповідно до чинного законодавства державні органи і посадові особи можуть давати підприємцям вказівки тільки відповідно до своєї компетенції, встановленої законодавством. У разі видання державним чи іншим органом акта, який не відповідає його компетенції або вимогам законодавства, підприємець має право звернутися до суду чи господарського суду із заявою про визнання такого акта недійсним. Збитки, завдані підприємцю внаслідок виконання вказівок державних чи інших органів або їхніх посадових осіб, що призвели до порушення прав підприємця, а також внаслідок неналежного здійснення такими органами або їхніми посадовими особами передбачених законодавством обов'язків щодо підприємця, підлягають відшкодуванню цими органами. Всі претензії щодо відшкодування збитків вирішуються господарським судом.

### **Запитання і завдання для самоперевірки**



- 1.** Як змінювалися погляди економістів щодо поняття «підприємство»?
- 2.** Сутність підприємництва в його сучасному розумінні.
- 3.** Дайте характеристику основних функцій та завдань підприємництва, розкрийте їхній зміст: а) найефективніше використання різноманітних ресурсів; б) вибір сфери та масштабу діяльності; в) фінансування та інвестування; г) продукування нових ідей, створення нових товарів; д) вибір місця для розташування підприємства.
- 4.** Дайте визначення бізнесу і назвіть його ознаки.
- 5.** Яка стратегія і тактика бізнесу?
- 6.** Розкрийте зміст приватної власності як економічної основи бізнесу.
- 7.** Як, на вашу думку, можна обмежити концентрацію влади в руках окремих людей та яка роль у цьому економічної основи бізнесу?
- 8.** Що ви відносите до рушійних сил бізнесу? Назвіть їх.
- 9.** Яка відмінність між підприємництвом і бізнесом?
- 10.** Розкрийте зміст підприємницького, споживчого, трудового та державного бізнесу.
- 11.** Чи може бути робоча сила товаром? Якщо може, то за яких умов, якщо ні — обґрунтуйте чому.
- 12.** Які ознаки підприємницького середовища?
- 13.** Хто може бути суб'єктом підприємницької діяльності?
- 14.** У чому полягає свобода підприємницької діяльності?
- 15.** В якому порядку здійснюється реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності?



## Розділ 3

# ПРИВАТНА ВЛАСНІСТЬ НА ЗЕМЛЮ І МАЙНО — ОСНОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ

### 3.1. 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-колективна. 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 Земельного кодексу України земля може перебувати у приватній, комунальній та державній власності. Право власності на землю набувається та реалізується на підставі Конституції України, Земельного кодексу та інших законів, що видаються відповідно до них. Субjekтами права власності на землю є громадяни та юридичні особи — на землі приватної власності; територіальні громади — на

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



землі комунальної власності; держава — на землі державної власності.

Як відомо, *державна власність* належить народу, всьому суспільству, а *колективна* — певному колективу. Колективна власність відрізняється від державної меншим рівнем усупільнення. За цієї власності працівник не має прямого інтересу до майна і землі. Нині в колишніх державних і колективних сільськогосподарських підприємствах кожний працюючий приватизував майно і землю. Колективна власність трансформована в *приватну власність* цих громадян. Як засвідчують світовий досвід та невелика практика роботи господарств в Україні, за приватної власності виникнення, зміни і призупинення правовідносин власності пов'язані з наявністю визначених юридичних фактів. Потреба у правовому регулюванні цих питань зумовлена 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 дотримуються принципу римського права, відповідно до якого результати роботи вважають «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.

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 підрозділів (бригада, цех, ферма, ланка, сім'я тощо), трудові колективи галузей, кооперативів, індивідууми, суспільні організації. Власник стає основним у процесі виробництва, тому має бути господарем засобів виробництва, виробленої продукції та отриманих доходів. Господарючі суб'єкти повинні мати статус вільних товаровиробників, матеріально зацікавлених і відповідальних за результати своєї діяльності. За наявності таких виробників сільськогосподарської продукції формуються 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 отримали землю, але не мають майнових паїв;
- ♦ особи, звільнені за скорочення 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, повинні звернутися до комісії з реструктуризації з письмовою заявою про внесення їх до списку. Основний критерій отримання 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 влади — Рада міністрів Автономної 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 суспільній власності територіальних громад та управлінні районних і обласних рад — відповідними районними й обласними радами.

**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.

Приватна власність сприяє кращому збереженню і використанню землі та інших засобів виробництва. У господарствах, заснованих 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 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 у сільському господарстві. Формування виробничих відносин на основі приватної власності найповніше відповідає сутності товарно-грошових відносин та інтересам сільськогосподарських товаровиробників.





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

Характерною ознакою державного сільськогосподарського підприємства є те, що воно володіє, користується і розпоряджається майном за своїм розсудом, здійснює виробництво на принципах повного господарського розрахунку, забезпечує розвиток виробництва і матеріальне стимулювання працівників. Основна мета діяльності — отримання максимального прибутку, досягнення високої окупності авансового капіталу. Це не суперечить вимогам ринку, а діяльність цих господарств також повинна мати підприємницький характер, особливо щодо реалізації вільної від держзамовлень продукції. Державне підприємство несе повну відповідальність за раціональне використання земель і всього виробничого потенціалу.

Нині більшість сільськогосподарських підприємств (близько 70 %) працюють на принципах колективної організації виробництва та праці. Практично так само функціонують і фермерські господарства, які орендують цілісні комплекси. Такі агроформування створені завдяки добровільному об'єднанню земельних і майнових паїв товаровиробників. Вони є самостійними суб'єктами господарювання, працюють на принципах підприємництва. При цьому сільськогосподарські підприємства, де сумісно використовується власність, є юридичними особами, які діють на підставі статутів.

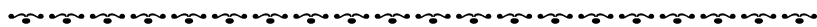
Втручання держави та інших органів у господарську та іншу діяльність підприємств не допускається, крім випадків, передбачених законодавством України.

Нові форми власності та господарювання затверджуються відповідно до вимог Законів України «Про власність», «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві», «Про плату за землю», «Про сільськогосподарську кооперацію», «Про особливості приватизації майна в агропромисловому комплексі», «Про оренду землі», «Про стимулювання розвитку сільського господарства на період 2001 – 2004 років», «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні», «Про охорону земель», «Про внесення змін до Закону України «Про оренду землі», «Про особисте селянське господарство», «Про фермерське господарство»; «Про фіксований сільськогосподарський податок», Земельного та Господарського кодексів України, Указів Президента України «Про невідкладні заходи щодо прискорення земельної реформи у сфері сільськогосподарського виробництва», «Про порядок паювання земель, переданих у колективну власність сільськогосподарським підприємствам і організаціям», «Про невідкладні заходи щодо прискорення

реформування аграрного сектора економіки», «Про захист прав власників земельних часток (паїв)», «Про додаткові заходи щодо задоволення потреб громадян у земельних ділянках», «Про заходи щодо забезпечення захисту майнових прав селян у процесі реформування аграрного сектора економіки», «Про основні напрямки земельної реформи в Україні на 2001 – 2005 роки», «Про заходи щодо прискорення розвитку аграрного ринку», «Про додаткові заходи щодо соціального захисту селян-власників земельних ділянок та земельних часток (паїв)», «Про додаткові заходи щодо підвищення рівня захисту майнових прав сільського населення»; постанов Верховної Ради України «Про земельну реформу», «Про прискорення земельної реформи та приватизацію землі», «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року», «Про благоустрій населених пунктів», «Про стимулювання розвитку регіонів», «Про землеустрій»; постанов Кабінету Міністрів України «Про прискорення приватизації майна в агропромисловому комплексі та спрощення процедури її проведення», «Про Методику нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів», «Про затвердження форми сертифіката на право на земельну частку (пай) і зразка Книги реєстрації сертифікатів на право на земельну частку (пай)», «Про затвердження типового договору оренди землі», «Про затвердження Порядку Державної реєстрації договорів оренди землі», «Про затвердження Порядку реєстрації договорів оренди земельної частки (паю)», «Про врегулювання питань щодо забезпечення захисту майнових прав селян у процесі реформування аграрного сектору економіки», «Про експертну грошову оцінку земельних ділянок», «Про затвердження Програми розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на 2003 – 2004 роки», «Про затвердження форм державного акта на право власності на земельну ділянку та державного акта на право постійного користування земельною ділянкою».

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 отриманої продукції та прибутків.

Водночас вітчизняний і зарубіжний досвід переконливо засвідчує високу ефективність сільськогосподарського виробництва, яке ґрунтується на приватній власності. Це і визначило потребу у формуванні дійсного власника, який вільно володіє землею та іншими засобами виробництва, визначає форму господарювання і розпорядження результатами своєї праці. Досвід підтверджується особистими та фермерськими господарствами. В особистих господарствах земля у населення перебуває у постійному користуванні,



а отриманою продукцією власник розпоряджається за власним розсудом. Останнім часом такі підсобні господарства цілеспрямовано підтримували, що сприяло збільшенню розмірів землекористування, а отже, і виробництва продукції.

Як засвідчує аналіз, сьогодні основна частка виробництва продукції (61,6 %) припадає на особисті підсобні господарства населення. При цьому їм належить лише 34,2 % площі сільськогосподарських угідь. Без додаткових капітальних вкладень такі господарства успішніше стримують падіння виробництва, ніж суспільний сектор.

Відповідно до Земельного кодексу України ці господарства можуть мати площу до 2 га. Указ Президента України від 03.12.99 р. передбачає подальше підтримання особистих підсобних господарств населення. З цією метою площа може бути розширена завдяки використанню частини землі, що відповідає земельному паю. Не створюючи юридичної особи, працівник колективного підприємства має право отримати земельний пай для збільшення особистого підсобного господарства. Громадяни можуть викупити ту частину отриманої в користування землі, яка перевищує безоплатну приватизовану, за ціною, що відповідає грошовій оцінці, а не кон'юктурі ринку.

Уже нині особисті підсобні господарства населення виробляють майже 69,3 % продукції тваринництва. Передбачено створення за рахунок земель запасу і резерву поблизу населених суспільних пасовищ для випасання тварин сільських жителів. Особисті підсобні господарства стабілізують виробництво, стримують його падіння, підтримують життєвий рівень населення, забезпечують йому хоча незначний, але додатковий до заробітної плати та пенсій дохід. Такі господарства можуть використовувати 30 – 35 % землі.

Нині в Україні функціонує понад 43 тис. фермерських господарств. У загальному обсязі виробництва сільськогосподарської продукції їхня частка поки що незначна — близько 3,7 %. Відомо, що ефективність роботи фермерських господарств залежить від їхніх розмірів. За розрахунками найраціональніший розмір фермерських господарств має становити 300 – 400 га, тоді як тепер він дорівнює лише 73 га. Передбачається збільшення оптимальних розмірів за допомогою 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.*

Пільговий режим оподаткування фермерів дає їм можливість працювати відкрито і повністю показувати реальні обсяги отриманої продукції та економічні результати діяльності.

Основні напрями посилення приватної власності на землю і майно такі:

- ♦ завершення закріплення на правовій основі за працівниками і пенсіонерами земельних і майнових паїв;
- ♦ визнання земельної частки (паю), майнової частки власністю члену колективу з усіма правами їх використання і розпорядження;
- ♦ визнання права вільного виходу кожного члена з агроформування зі своєю земельною та майновою часткою (паєм); 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 і майно в оренду в розмірі частки (паю) основних фондів;
- ♦ розвиток сільськогосподарських підприємств на принципах колективної організації праці, поглиблення спеціалізації, кооперації, інтеграції, диверсифікації та концентрації виробництва, що ґрунтуються на добровільному об'єднанні земельних та майнових паїв товаровиробників — власників;
- ♦ 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 господарств населення на основі розширення виробництва завдяки власності на земельний пай.

Такий різносторонній порядок утвердження приватної власності сприяє розвитку індивідуального виробництва, добровільному об'єднанню власників для збереження цілісності великих товарних господарств. Крім того, може бути досягнута висока ефективність і конкурентоспроможність нових виробничих структур, заснованих на приватній власності, орендних відносинах, колективних формах організації праці, розвитку фермерських господарств, оптимального розміру з достатньою концентрацією і спеціалізацією виробництва.

Утвердження приватної власності на землю та майно в Україні дасть змогу забезпечити належну трансформаційну динаміку реформованих агроформувань у напрямі створення різних конкурентоспроможних і рівноправних форм господарювання в поєднанні з колективною та індивідуальною організацією праці.

### **3.2. Трансформування агроформувань у ефективні виробничі структури**

Як в плановій, так і в ринковій економіці основою ефективного ведення сільськогосподарського виробництва є раціональна його організація. Ще з початку минулого століття О.В. Чаянов писав: «обдумывая нужды нашего крестьянского хозяйства мы должны



признать, что не достаёт очень многого... То нет хорошего скота, то не хватает отсортированных высокосортных семян. Случается, что не достаёт земледельных машин для хорошей обработки почвы, случается и крупный недостаток в кормах, а в настоящее время у всех и везде проявляется полный недостаток в оборотных средствах, в капитале, нужном для обычного хозяйственного оборота.

Нередко, впрочем бывает и так, что как будто все, что нужно — и скот, и машины, и постройки, и семена — имеются на лицо, а дело все же не ладится. Хозяйство, несмотря на обилие всего, что нужно, трещит по всем швам и работает с перебоями, как плохо собранная машина.

...Очевидно, что здесь дело уже в нехватках машин, скота, а в неналаженности всего хозяйственного устройства, в недостаточной организованности хозяйства...

В этой правильной организации хозяйства как раз и заключается самый главный секрет земледелия. Часто все беды нашего крестьянского хозяйства заключаются не в недостатке, а в неумении взяться за дело».

На сьогодні більшість агроформувань (97,4 %) є недержавними. На державні припадає тільки 2,6 %. Ці форми підприємств відрізняються одна від одної статусом, засновниками, джерелами формування майна, правом власності на землю, відповідальністю за зобов'язаннями. Водночас загальним для недержавних господарств є те, що вони створені за участю власників, мають підприємницький характер діяльності, працюють на принципах самокупності і самофінансування, мають бути конкурентоспроможними. Забезпечити таку спрямованість можливо лише за високої матеріальної зацікавленості працівників. Тільки це дасть змогу досягти поставленої мети в господарській діяльності, яка підпорядковується досягненню високих економічних та соціальних результатів, отриманню прибутку.

Приватна власність на землю та інші засоби виробництва зумовила два напрями використання їх — індивідуальне чи спільне з іншими власниками на принципах кооперації, колективної організації праці та виробництва. При цьому, як показав досвід реформування агропромислового комплексу, колективна організація виробництва і праці на основі спільного використання приватної власності залишається основним напрямом організаційної структури сільськогосподарських підприємств. Це дає змогу забезпечити цілісність територій господарств, сівозмін, внутрішньогосподарських доріг, полезахисних лісових смуг, меліоративних споруд, тваринницьких комплексів, об'єктів виробничої і соціальної інфраструктури. Реформування відносин власності, форм господарювання не можливо поєднувати зі створенням нового виробничого потенціалу та інфраструктури підприємств. За цих умов потрібно повніше використовувати потенціал великих сільськогосподар-

ських підприємств з високим рівнем концентрації виробництва у формі колективів власників. Власність на землю та інші засоби виробництва в нових умовах має стати реальною основою матеріальної зацікавленості та відповідальності їхніх колективів. При цьому дія чинника матеріальної зацікавленості власників за спільного використання землі та майна має бути визначальною порівняно з інтересами держави, засновників, інвесторів, комерційних та банківських структур. Досі ці умови практично не враховували. Власники залишаються безправними і незацікавленими, що суперечить сутності реформ.

Нові виробничі структури залежно від кількості власників, їх земельних і майнових паїв організували різні за розміром підприємства, які поки що не відповідають економічному та юридичному статусу. В результаті роль власності як капіталу в процесі виробництва не стала визначальною з усіма негативними наслідками, що випливають з цього. Тому певна частина реформованих господарств послідовно трансформуватиметься в такі організаційно-правові форми, які найповніше враховуватимуть насамперед інтереси власників, безпосередньо зайнятих у сфері матеріального виробництва. В реформованих господарствах на всіх рівнях структуризації має забезпечуватися відповідність економічного й юридичного статусу підприємств, їхніх підрозділів і власників новим відносинам власності, її ролі і мотивації ефективного розвитку виробництва. За всіх підходів і методів удосконалення відносин власності і форм господарювання власник-товаровиробник повинен мати гарантовану матеріальну зацікавленість та нести відповідну відповідальність за кінцеві результати виробництва, економічний і соціальний розвиток своїх підприємств. Інтересам власників-товаровиробників має бути підпорядкована організаційна структура господарюючих суб'єктів під кутом зору утвердження їх економічної самостійності й самоуправління, самофінансування і конкурентоспроможності.

Сільськогосподарські підприємства можуть трансформуватися та удосконалюватися з дотриманням таких вимог:

- ♦ добровільність членів підприємства у прийнятті рішення про трансформацію, термін її проведення, вибір форм нових формувань, організаційно-методичних засад реструктуризації;
- ♦ підтримання колективних та індивідуальних інтересів усіх власників земельних і майнових паїв;
- ♦ врахування пропозицій членів підприємства щодо організації здійснення трансформації, вільний доступ їх до всіх матеріалів, пов'язаних з приватизацією і реформуванням господарств.

Трансформування сільськогосподарських підприємств — процес тривалий і потребує:

- ♦ систематичної інвентаризації майна підприємства, всіх його активів та пасивів, у разі потреби — переоцінення або уточнення вартості майна;



- ♦ обліку пайового фонду та індивідуальних майнових паїв членів підприємства;
- ♦ видачі майна в натурі у разі виходу осіб зі складу сільськогосподарських підприємств;
- ♦ забезпечення державними актами на право приватної власності на землю;
- ♦ створення передумов для формування нових економічних приватних агроформувань;
- ♦ розподілення майна і землі між новими господарюючими суб'єктами у разі поділу господарства та створення на його основі двох чи більше юридичних осіб або економічно самостійних підрозділів;
- ♦ розроблення установчих документів підприємств, створених унаслідок реструктуризації, та реєстрації нових юридичних осіб, або трансформації економічно-самостійних підрозділів;
- ♦ проведення серед членів підприємства інформаційно-роз'яснювальної роботи з питань щодо трансформації;
- ♦ кадрово-управлінське забезпечення реструктуризації.

У процесі трансформування на основі діючих підприємств можуть створюватися одне чи більше товариств з обмеженою відповідальністю (ТОВ), фермерські господарства, кооперативи, приватно-орендні підприємства, інші організаційно-правові форми. Зазвичай у таких агроформуваннях менше людей, управління здійснюється ефективніше, робота дає ліпші результати.

Керівники господарств і фахівці, які користуються довірою власників землі та майна, можуть створювати на основі реформованих підприємств приватні формування завдяки оренді майна і землі членів колективу. Співзасновниками нових агроформувань можуть бути представники промислових, переробних, агросервісних підприємств, комерційних структур, банків як потенційні інвестори.

Згідно з чинним законодавством підприємство може трансформуватися в господарські товариства: акціонерні (відкритого і закритого типу), з обмеженою або повною відповідальністю, командитні, сільськогосподарські кооперативи, 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 та їх натуралізації;
- ♦ 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, соціальне підтримання їхніх членів, передавання об'єктів соціальної сфери на баланс місцевої влади.

Трансформування в підприємницькі структури може здійснюватися зі збереженням цілісності підприємств як єдиного господарського (земельно-майнового) комплексу або зі створенням на його основі двох або більше господарств- правонаступників. Створення підприємницької структури без поділу господарства на два і більше нових агроформувань доцільне 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 розподілення об'єктів виробничої інфраструктури, зрошувальних систем тощо;

- ♦ надання внутрішньогосподарським структурам економічної самостійності, організації їх роботи на комерційному розрахунку;

- ♦ 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 завдяки внескам засновників до статутного фонду. Особи, які не є засновниками нового агроформування, можуть передати новому підприємству своє майно в оренду або використовувати його в індивідуальному господарстві. Земельні частки після виділення їх у натурі всі фізичні особи (у тому числі засновники) передають юридичній особі за договором оренди.

Іншим варіантом створення підприємницьких структур на основі сільськогосподарських підприємств є поділ їх 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.

Трансформаційні зміни у формах господарювання, як показують дослідження, поки не супроводжуються зміцненням матеріально-технічної бази, фінансовою стабілізацією, створенням умов для розширеного відтворення та інтенсифікації виробництва. За такого стану першочергове значення має інноваційна спрямованість інтенсифікації. Такий напрям, як свідчить аналіз роботи агроформувань, у ринкових умовах забезпечує їм високу економічну та фінансову стабільність. Тобто в сучасних агроформуваннях чинники інтенсифікації мають обов'язково ґрунтуватися на використанні складових досягнень науково-технічного прогресу: біологічних, технічних та технологічних, екологічних, економічних, соціальних, інформаційних. Комплекс цих вирішальних чинників, як показують проведені дослідження на основі експертного оцінювання їхніх складових, у великих господарствах може бути використаний на 100 %, у середніх — 40 – 50, малих — 15 – 20 %.

Як показали розробки, частка підприємств, сформованих на колективній організації праці, у виробництві окремих видів продукції може становити 60 – 90 %. При цьому великотоварні сільськогосподарські підприємства можуть і надалі посідати провідне місце у виробництві продовольчого і фуражного зерна, цукрового буряку, соняшнику, продукції садівництва, молока та яловичини, продукції свинарства та птахівництва. В цих агроформуваннях основна увага має приділятися підвищенню конкурентоспроможності цієї продукції.

Однак унаслідок об'єктивних і суб'єктивних причин конкурентоспроможність реформованих сільськогосподарських підприємств та фермерських господарств залишається низькою. Доступні для нашого товаровиробника чинники підвищення конкурентоспроможності, які пов'язані з якістю продукції та ціною конкурентоспроможністю, потребують посилення критичного самоаналізу розвитку й обґрунтованого визначення стратегічної спрямованості

виробничої діяльності. Збереження багатогалузевого характеру виробництва, так само як і перехід до монопродукції на рівні підприємств, порушило їх організаційно-технологічну структуру, не забезпечує у межах господарств раціонального поєднання великого, середнього і малого виробництв.

У зв'язку з цим у розвитку сільськогосподарських підприємств на майбутнє неприпустимим є як багатогалузева спрямованість їх, так і виробництво монопродукції, що має місце останнім часом. Тобто на перспективу для кожного агроформування має передбачатися науково обґрунтований склад галузей та їх розміщення за підрозділами. Це має принципове значення, оскільки пов'язано зі створенням відповідного ресурсного потенціалу на основі інноваційних рішень.

Сучасні агроформування, як показав досвід роботи їх в умовах ринку, доцільно орієнтувати на масштабніший та глибший розподіл праці, посилення та розвиток внутрішньогосподарських, міжгосподарських і міжгалузевих зв'язків, з урахуванням яких потрібно формувати перспективні типи підприємств й об'єднань. Трансформаційна динаміка агроформувань має супроводжуватися поглибленням спеціалізації та збільшенням кількості самостійних організаційно-господарських структур з використанням сучасної техніки та технології. Нині у більшості господарств цих вимог не дотримують, підрозділи не є спеціалізованими. На перспективу у підприємствах і підрозділах, зайнятих виробництвом продукції рослинництва, доцільна їх спеціалізація на виробництві озимої пшениці, насіння, цукрового буряку, соняшнику, овочевих, плодоягідної продукції, кормових. Ці культури залежно від концентрації, як показали розробки, можуть виступати типоутворюючими або в поєднанні з іншими галузями визначати спеціалізацію підрозділів і господарства. Щодо тваринництва послідовний розподіл праці може супроводжуватися виділенням у межах підприємства самостійних організаційно-технологічних ланок: виробництво молока; вирощування та відгодівля надремонтного молодняку на м'ясо; вирощування ремонтного молодняку; вирощування та відгодівля молодняку спеціалізованих м'ясних порід. У свинарстві доцільні такі організаційно-технологічні ланки: відтворення та вирощування поросят до 4-місячного віку; відгодівля молодняку з 4-місячного віку і до реалізації на м'ясо; відтворення та вирощування ремонтного помісного поголів'я. У вівчарстві організаційно-технологічні ланки можуть бути із закінченим циклом відтворення; утриманням маточного поголів'я; вирощуванням ремонтного та племінного молодняку. Птахівництво на перспективу доцільно формувати на створеній системі спеціалізованих господарств промислового типу, цеховій формі спеціалізації та концентрації виробництва.

Формування таких спеціалізованих ланок тваринництва стримується ліквідацією цієї галузі майже в половині господарств країни та

малою кількістю поголів'я в тих підприємствах, де воно залишилося, що виправдовується збитковістю галузі. Водночас проведене дослідження по областях, районах і господарствах показує, що з підвищенням питомої ваги тваринництва в структурі товарної продукції забезпечується такий самий рівень рентабельності, як і за виробництва так званих вигідних високодохідних ринкових культур.

На перспективу за умов обов'язкового об'єднання галузей рослинництва і тваринництва та найдосконалішої спеціалізації в структурі товарної продукції господарств провідними галузями можуть бути: зернові — 50 – 55 %, цукровий буряк — 30 – 35, сояшник — 30 – 35, овочі — 30 – 50, плоди і ягоди — 50 – 60, молочне скотарство — 70 – 75, вирощування молодняка на м'ясо — 80 – 85, вирощування нетелей — 60 – 80, свинарство — 70 – 80, птахівництво — 75 – 80, вівчарство — 50 – 60 %. Скорочення витрат завдяки концентрації виробництва та підвищенню рівня його спеціалізації може становити за інших однакових умов 20 – 25 %, підвищення продуктивності праці — в 2 – 2,5 раза.

Створення ефективної галузевої структури агроформувань на основі розподілу праці, об'єднання різних за розмірами галузей і розміщення їх за підрозділами за сучасних умов потребує посилення принципів кооперації та інтеграції. Для агроформувань найістотнішим є процес кооперації, який пов'язаний з трьома основними напрямками. *Перший* — кооперація на рівні первинних виробничих підрозділів у складі великотоварних сільськогосподарських підприємств. Основа — об'єднання земельних і майнових паїв членів трудового колективу підприємства. Кількість таких підрозділів у спеціалізованих господарствах може становити 8 – 10, а в багатогалузевих — 15 – 20. Відповідно, в структурі підрозділи рослинницького напрямку можуть становити 45 – 50 %, молочного — 20 – 22, свинарського — 10 – 11, з вирощування молодняка великої рогатої худоби — 10 – 12, інших галузей — 10 – 12 %. *Другий* напрям — кооперація підприємств, колективних та особистих господарств з виробництва певних видів продукції, особливо тваринництва, включаючи міжгосподарську кооперацію. Основа — об'єднання для спільної діяльності окремих функцій господарств з метою ефективного використання виробничих ресурсів. Зберігається економічна, юридична самостійність, розпорядження доходами спільного підприємства є прерогативою учасників кооперації. За інших однакових умов така концентрація сприятиме збільшенню в 1,6 – 2 рази продуктивності поголів'я молодняка великої рогатої худоби і свиней, зменшенню затрат праці на 1 ц приросту в 3 рази, кормів — у 2 рази, собівартості — на 25 – 40 %. *Третій* напрям — це кооперація приватних товаровиробників зі створенням системи обслуговуючих кооперативів. Така кооперація буде вигідною і для підприємств. Мета — звести до мінімуму втрати продукції під час реалізації її. Як показав

аналіз, на сьогодні товаровиробник недоотримує близько 50 % коштів від реалізації продукції. За сучасних умов у сільському господарстві для кооперації характерною особливістю має стати широка диверсифікація діяльності: виробничої, закупівельно-постачальницької, кредитної, інвестиційної. Це забезпечить стабілізацію сільськогосподарського виробництва, збільшення обсягів та поліпшення якості продукції, фінансового стану товаровиробників, зміцнення регіонального ринку продовольства та поліпшення продовольчого забезпечення населення.

Доцільно посилити єдність функціонування сучасних сільськогосподарських підприємств з галузями переробної промисловості, сфери заготівлі, транспорту, торгівлі, фінансовими структурами, які безпосередньо беруть участь у виробництві та доведенні сільськогосподарської продукції і продуктів її перероблення до споживачів. Інтеграційні зв'язки для сільськогосподарського товаровиробника вкрай необхідні для зменшення ризику за слабкої еластичності попиту на продукцію, невідрегульованості продовольчого ринку, необхідності підвищення конкурентоспроможності, розширення робочих місць. З 1990 по 2004 рр. частка продукції переробки у структурі товарної продукції сільськогосподарських підприємств зменшилася. Водночас уже на рівні підприємств продукція перероблення може становити 25 – 30 %, а в господарствах, наближених до основної маси споживачів, — до 70 – 80 %. Участь агроформувань в інтеграційних процесах має відбуватися в напрямі створення агропромислових виробництв на рівні підприємств, об'єднань, агропромислово-фінансових груп, вертикальних інтегрованих структур — галузевих, господарських товариств, спілок, асоціацій тощо. Потрібно створити продуктові підкомплекси району — молочного, м'ясного, цукробурякового, плодоовочевого та ін. Заслужовує на увагу створення з метою залучення інвестицій, пришвидшення оновлення матеріально-технічної бази, поглиблення перероблення сільськогосподарської продукції та вирішення соціальних проблем села агропромислових холдингів. Участь сільськогосподарських товаровиробників у такому типі інтегрованих формувань потребує державного підтримання в напрямі збереження власності селян і створення умов співпраці на принципах однакової окупності капіталу, включаючи землю, що, як показує досвід, не забезпечується.

### **3.3. Особливості господарювання на власних і орендованих землях**

Приватна власність на землю дає змогу формувати підприємницькі структури господарювання, нові виробничі відносини. Отримання громадянином України державного акта на право

приватної власності на землю засвідчує його перехід до нового статусу — статусу власника конкретної земельної ділянки. Статус землевласника дає селянинові право повного розпорядження земельною ділянкою за власним розсудом, 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 й 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 інших об'єднаннях.

*По-друге*, селяни мають право на відчуження отриманої у власність земельної ділянки купівлею-продажем, даруванням, обміном тощо.

*По-третє*, вони можуть передавати земельну ділянку в оренду іншому сільськогосподарському підприємству, яке має забезпечити її ефективне використання і сплачувати 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.

Згідно з нормативно-правовою базою власниками землі стали всі члени колективних господарств, тому потрібно враховувати їхні інтереси під час організації виробництва. Для спільної діяльності власники можуть об'єднати майно, землю і працю, працювати і використовувати права власників у складі колективних сільськогосподарських підприємств, акціонерних товариств, виробни-

чих 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, свинокомплекси, 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 підприємницькій діяльності та комерційному розрахунку, на основі плати за виконану роботу, отриману 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 фахівці, 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 відображувати 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.

Використання землі в Україні платне. Плата за землю стягується у вигляді земельного податку або орендної плати, визначених залежно від грошового оцінювання земель.

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 % грошового оцінювання ріллі, сіножатей і пасовищ, 0,03 % — для багаторічних насаджень. Власники землі та землекористувачі сплачують земельний податок з дня виникнення права власності або права користування земельною ділянкою.

Земельний податок сплачується однаковими частками власниками землі й землекористувачами-виробниками товарної сільськогосподарської продукції. Орендна плата має становити не менше ніж 1,5 %, а оптимально — 2 – 3 % грошового оцінювання землі. Фактично за 2003 р. із загальної суми виплат грошима було сплачено 9,6 %, натурою (сільськогосподарською продукцією) — 83,9, відробітково (послуги) — 6,5, у тому числі сплачено селянам-пенсіонерам 50,9 %.

Згідно із Земельним кодексом України земельні ділянки можуть передаватися в оренду громадянам та юридичним особам України, іноземним громадянам і особам без громадянства, іноземним юридичним особам, міжнародним об'єднанням і організаціям, а також іноземним державам. За згодою орендодавця орендована земельна ділянка або її частина може передаватися в суборенду. Орендодавцями земельних ділянок є їхні власники або уповноважені ними особи. Численність власників означає, що є всі можливості для розвитку справжніх орендних відносин. Нині практикується передавання земельних ділянок і земельних часток (паїв) разом з майновими паями своєму підприємству, фермерським господарствам та ін. Земельні ділянки використовують для організації та розширення фермерських господарств, інших господарських формувань. У разі передавання в оренду земельного паю сільськогосподарському підприємству чи приватному підприємцю його власник зобов'язує тим самим орендаря (керівника) значно ефективніше використовувати землю, за яку треба сплачувати орендну плату.

### **3.4. Реорганізація колективних сільськогосподарських підприємств, організація внутрішньогосподарських відносин**

На ефективність сільськогосподарського виробництва впливають підприємства суспільного сектора. Нині в користуванні цього сектора є 65,8 % сільськогосподарських угідь, зайнято 60,8 % працюючих, виробляється 88 % зерна, 93 % цукрового буряку, 92 % соняшнику — основної 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 за колективної організації виробництва і праці недостатньо. Ось чому в разі спільного використання землі та майна за умови добровільності й зацікавленості власників потрібно якомога повніше враховувати потенці-

ал наявних системних зв'язків, пропорцій, балансів. Це означає, що реформовані господарства та їхні підрозділи мають реструктуруватися не в напрямі руйнування їх, а для організаційного удосконалення. При цьому слід урахувати, 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 отримати 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 оцінювання і вдосконалення організаційно-технологічних складових як підприємства загалом, так і його підрозділів. Критерій оцінки — окупність капіталу, враховуючи землю, забезпечення високої матеріальної зацікавленості власників. Оцінювання передбачає:

- ♦ об'єднання галузей, спеціалізацію і концентрацію;
- ♦ структуру посівних площ і сівозмін;
- ♦ кількість і співвідношення продуктивної худоби;
- ♦ склад і структуру виробничого потенціалу.

Під час реструктуризації виробництва особливу увагу приділяють горизонтальній і вертикальній кооперації та інтеграції. Рішення можуть бути різними. Основне, 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 і 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 напрямами:

- ♦ 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 мають бути створені умови для інтенсифікації виробництва. Водночас має бути економічний механізм, що регулює взаємовідносини власників, які бажать спільно використовувати землю і засоби виробництва.

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

Як свідчить аналіз, за сучасних умов зміни форм власності та господарювання можливості сільськогосподарських підприємств з реалізації внутрішньогосподарських відносин різні і залежать від ступеня самостійності первинних колективів. Прийнята класифікація виділяє три основні форми, які можуть застосовуватися на практиці. Члени первинного трудового колективу (працівники та власники-співвласники) мають самостійно приймати рішення про вибір моделі внутрішньогосподарських економічних відносин. Як показує аналіз, за сучасних умов залежно від ступеня самостійності первинних підрозділів, рівня економічної діяльності можуть бути прийняті три моделі внутрішньогосподарських госпрозрахункових відносин, подані на рис. 3.1. Унаслідок приватизації та реорганізації підприємств внутрішньогосподарські відносини істотно змінюються. Розподілення доходів відбувається за працею і капіталом. Нині ці відносини мають бути спрямовані на посилення мотивації людей до високопродуктивної праці, досягнення оптимального поєднання особистих інтересів з врахуванням трудової участі та власності.

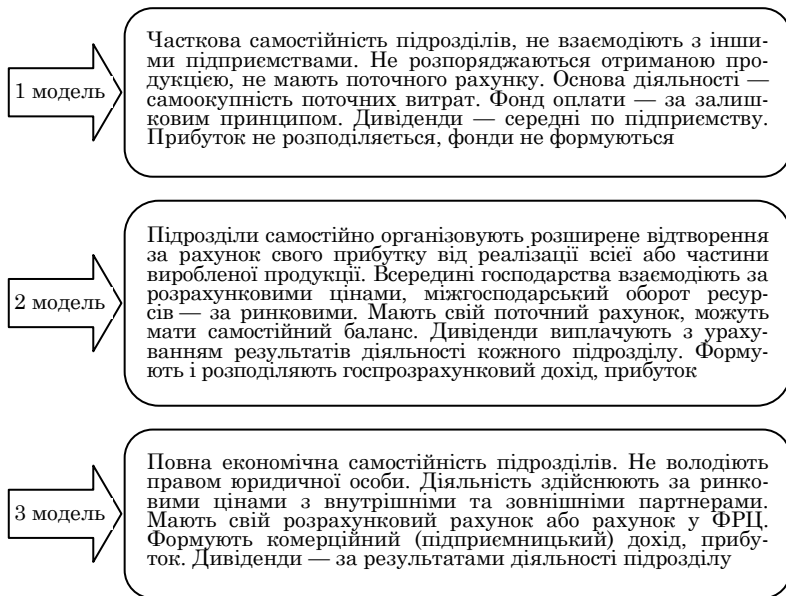


Рис. 3.1. Моделі внутрішньогосподарських розрахункових відносин

Під час вибору найдоцільнішої моделі потрібно виключити можливі суперечності між первинними трудовими колективами і керівництвом підприємства насамперед з питань користування та розпорядження власністю, управління і розподілу отриманих доходів. У всіх випадках важливо, щоб підрозділи несли відповідальність за кінцеві результати виробництва і були господарями створеної продукції та доходу.

За умов переважання приватної власності засоби виробництва, які формують матеріальну основу підприємств, можуть бути продані, придбані, орендовані, передані в спадщину, заставу тощо. В кожному підприємстві необхідно добиватися збалансованості інтересів, створюючи надійну базу для залучення позичкових коштів, кредитів, інвестицій. Як показує досвід, краще переводити колективи первинних підрозділів на самостійну основу з постійним закріпленням землі та інших засобів виробництва. При цьому основними умовами є забезпечення єдності власників і товаровиробників, підвищення реального рівня самостійності підрозділів. Колективи їх мають бути наділені статусом власника, бути матеріально відповідальними, розпоряджатися продукцією, комерційним (підприємницьким) доходом.

Для підвищення ефективності діяльності різних форм господарювання велике значення має удосконалення внутрішньогоспо-

дарських організаційно-економічних відносин. Крім госпрозрахунку сфера внутрішньогосподарських організаційно-економічних відносин у сільськогосподарських підприємствах стає ширшою і різноманітнішою. Вона охоплює принципи формування внутрішньогосподарських структур за нових умов господарювання, визначення виробничої програми їхньої діяльності, перерозподілення функцій внутрішньогосподарського управління, земельні та майнові відносини, визначення внутрішньогосподарських цін на продукцію та послуги, договірні відносини, основи організації обліку в самостійних первинних колективах, трудові відносини та мотивацію сільськогосподарської праці та ін.

Механізм внутрішньогосподарських відносин, побудований на принципах власності, потребує впровадження комерційного розрахунку, оскільки такий механізм забезпечить інтереси власника-товаровиробника. Тому з врахуванням конкретних особливостей господарств форми внутрішньогосподарських відносин можуть бути різними. Проте за всіх підходів підрозділи мають нести відповідальність за кінцеві результати виробництва, взаємодіяти на основі розрахунків за продукцію, послуги, матеріальні ресурси. Водночас такі колективи не потребують регламентації діяльності, тут немає потреби у доведенні лімітів на ресурсне та фінансове забезпечення, організації стимулювання та контроль за їх використанням. Вважаємо, що господарський розрахунок за сучасних умов більшою мірою має відповідати вимогам закону вартості, ринку, принципам самофінансування. Такий розрахунок забезпечить більш раціональне використання капіталу, знизить витрати, підвищить прибуток і рентабельність. Треба виходити з того, що основним регулятором виробництва в діяльності товаровиробників-власників стає споживчий попит на якісну продукцію, яку отримують з мінімальними витратами, чому також сприяє комерційний розрахунок.

Нинішні агроформування — це насамперед колективи власників з повним правом на землю та інші засоби виробництва. Це означає, що товарно-грошові відносини мають бути перенесені на мікрорівень, безпосередньо в первинні структури, які зорієнтовані на ринок й отримання прибутку, функціонують на принципах комерційного розрахунку. У зв'язку з цим вони повинні застосовувати ринкові ціни, послідовно здійснювати виплату платежів і податків, отримання і повернення позик, кредитів, використовувати рахунки в банках, самостійно формувати прибуток і фонди. Ці важелі свідчитимуть про високу економічну самостійність колективів, їх зацікавленість і матеріальну відповідальність у досягненні високих кінцевих результатів діяльності, що відповідає вимогам сучасної ринкової економіки.

Практичне здійснення комерційного розрахунку в реформованих господарствах потребує вирішення кола питань. Передусім

необхідно закріпити на правовій основі за конкретними працівниками та колективами підрозділів майнові та земельні паї.

Природно під час переходу до нових внутрішньогосподарських відносин колективів власників має бути встановлений напрям використання земельних і майнових паїв у розрізі підрозділів, економічно активних і пасивних власників. Необхідно чітко встановити розмір земельних та майнових паїв, які у вартісній та натуральній формах використовуються колективом підрозділу самостійно або передаються в оренду підприємству, іншим підрозділам, окремим членам трудового колективу, фермерам. Кожний колектив підрозділів повинен спробувати натуралізувати закріплену за ним власність, щоб визначитися з орендною платою, з можливістю викупу її у власників, що не працюють, напрямами відтворення основних засобів.

Основною ланкою взаємовідносин, враховуючи підприємницький характер підрозділів, є ціни. Оскільки всі види діяльності підрозділів у складі господарств підпорядковані виробництву товарів, то принципи ціноутворення на продукцію, а також ресурси внутрішньогосподарського обороту, роботи, послуги мають бути єдиними. У зв'язку з цим замість розрахункових цін на продукцію підрозділів, планово-облікових на ресурси внутрішньогосподарського обороту доцільно використовувати ціни, які відповідають товарній продукції у разі реалізації її за межі господарства. Тобто ціни на всю продукцію, включаючи і продукцію внутрішньогосподарського обороту, повинні відшкодовувати витрати і забезпечувати гарантований дохід. Порядок формування цін на продукцію та ресурси внутрішньогосподарського обороту має бути таким самим, як і по всій галузі. Слід враховувати, що половина сільськогосподарської продукції, 80 – 100 % робіт і послуг реалізуються на внутрішньому ринку.

Єдиний підхід до формування внутрішньогосподарських цін дасть змогу об'єктивніше оцінити ресурси, що використовуються для виробничих потреб, а окремий облік витрат і прибутку включає підвищення собівартості продукції в первинних підрозділах. Це стосується насамперед колективів, які спеціалізуються на виробництві продукції тваринництва, отриманні кормів тощо.

З утвердженням власників має змінюватися схема розподілу прибутку. Від органу управління підприємством вона перейде до колективів власників-товаровиробників, які його формують. Тобто в будь-яких агроформуваннях основним показником діяльності підрозділів повинен стати прибуток. І навіть головне не це. Сьогодні розмито межі використання прибутку, однак він не може повністю спрямовуватися на матеріальне стимулювання. На рівні підприємства можна і потрібно встановити співвідношення прибутку, який спрямовується на розвиток виробництва, соціальний розвиток і формування резервів.

Власники-товаровиробники своє право на формування та розподілення прибутку, фондів можуть реалізувати самостійно або через делегування адміністрації підприємства. Найповніше цим вимогам відповідає комерційний розрахунок.

Ґрунтуючись повністю на інтересах власника, комерційний розрахунок має забезпечити умови для самоокупності та самофінансування всіх трудових колективів підприємства.

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

### **3.5. 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 отримання на певний період прав володіння 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. Розміри платежів за орендовані земельні ділянки та майно передбачаються договором 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 й отриманням 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 06.10.98 р. та постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження порядку держав-

ної реєстрації договорів оренди землі». У цих документах визначено конкретний механізм набуття, реалізації і 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 відображувати вартість землі, а орендну плату включати до собівартості сільськогосподарської продукції.

Взаємовідносини між орендарями і орендодавцями регулюється відповідними договорами, де 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 й обтяження щодо використання земельної ділянки.

Основним в орендних відносинах слід вважати спонукальні мотиви сторін. Обидві сторони зацікавлені в отриманні якнайбільшого зиску з оренди землі: орендодавець — в якомога вищій орендній платі зі збереженням при цьому якості земельної ділянки; орендар — у максимальному врожаї впродовж тривалого періоду. Орендодавець у зв'язку з цим прагне передати землю у короткотермінову оренду, а орендар, навпаки, взяти земельну ділянку в оренду на тривалий термін. Зазвичай нині договори оренди укладають на термін до п'яти років. В інтересах сільськогосподарського виробництва бажано була б довготермінова оренда — не менше від десяти років. На сьогодні оренда землі за термінами становить: 1 – 3 роки — 29,9 %, 4 – 5 років — 59,7, 6 – 10 років — 9,2, більше ніж 10 років — 1,2 %. Переважно близько 80 % договорів оренди укладені з господарствами, де отримано земельний пай, або їх правонаступниками.

Для розвитку особистих підсобних і фермерських 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. У разі відсутності купівлі-продажу землі оренда є важливим засобом ефективного розподілення ресурсів. Вона вигідна як фермерам-початківцям, які не мають достатнього капіталу для придбання землі, так і тим, що прагнуть розширити виробництво, не беручи



землю у власність. Оренда вигідна орендодавцям, особливо пенсіонерам. Земля в оренді оброблятиметься, приносить їм додатковий дохід, право власності не буде втрачено. Орендні відносини розвиватимуться і поглиблюватимуться, сприятимуть найповнішому використанню земельних ресурсів, а отже, підвищенню ефективності сільськогосподарського виробництва загалом.

Нині особисті підсобні і фермерські господарства надто погано забезпечені матеріальними ресурсами, насамперед технікою. За такого стану проблематичною стає інтенсифікація виробництва, що може призвести до стримування зростання обсягів виробництва продукції, доходів від фермерського та особистого підсобного господарства. Вирішити проблему придбанням нової техніки через її дорожнечу також не можна. За цих умов важливо об'єднати зусилля власників особистих господарств, фермерів і колективних господарств з використання техніки на основі оренди та взаємодопомоги.

Організаційними структурами щодо раціонального використання техніки для індивідуальних господарств можуть бути товариства зі спільного використання сільськогосподарської техніки. Можуть організовуватися та успішно функціонувати також фермерські механізовані кооперативи за умови підтримання їх наданням механізованих послуг фермерам. Як засвідчив світовий досвід, позитивно зарекомендували себе прокат і оренда сільськогосподарської техніки під час обслуговування 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. Особливої уваги 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.

Вирішальне значення в успішному функціонуванні різних форм господарювання має створення надійної матеріально-технічної бази. Недостатність техніки за постійного дефіциту 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 має забезпечити високоефективне виробництво конкурентоспроможної продукції, сприяти досягненню максимального прибутку й окупності авансового капіталу.

Особливу увагу під час формування засобів виробництва слід приділяти індивідуальним господарствам. Прагнення до повного забезпечення технікою індивідуальних господарств потребує істотних капітальних витрат, які до того ж буде складно окупувати. Тому пріоритетним напрямом придбання та використання сільськогосподарської техніки для всіх форм господарювання мають стати кооперація, взаємодопомога.

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

Для того щоб вирішити питання — купувати машину чи брати її напрокат, скористаємося формулою

$$S = C / (P - Z), \quad (3.1)$$

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);  $P$  — щорічна плата за прокат;  $Z$  — 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 вищим, ніж збільшення вартості основних виробничих фондів.

Основними напрямками розвитку технічної бази сільськогосподарських підприємств різних форм господарювання є:

1. Технологічне і технічне переозброєння: впровадження нових ресурсо- та енергозберігаючих технологій вирощування й збирання сільськогосподарських культур, вирощування худоби з використанням сучасної високопродуктивної техніки, яка дає змогу знизити затрати ручної праці, підвищити врожайність і продуктивність.

2. Міжгосподарське придбання і використання складної збиральної техніки (зерно-, кормо- і бурякозбиральних комбайнів), надання взаємодопомоги у виконанні механізованих робіт.

3. Подальший розвиток машинно-технологічних станцій й удосконалення економічних взаємовідносин із сільськогосподарськими підприємствами. Освоєння і виконання для господарств повних сучасних технологій вирощування сільськогосподарських культур, що забезпечують високу врожайність і зниження трудових та матеріальних ресурсів.



4. Удосконалення економічних взаємовідносин із сільськогосподарськими підприємствами передбачає:

- ♦ значне поліпшення змісту договору — основним показником роботи й одиниці взаєморозрахунків має бути 1 т зібраного зерна, соняшнику, цукрового буряку за мінімального розміру втрат 1 – 2 %;
- ♦ обов'язкову наявність калькуляції витрат за видами робіт;
- ♦ надання послуг господарства (заправлення дизельним паливом, харчування і розміщення механізаторів, ремонт тощо) має утримуватися з вартості робіт поданням зустрічних рахунків;
- ♦ розроблення і встановлення обґрунтованих норм виробітку і витрат дизельного пального залежно від культур і врожайності на переїзд техніки.

5. Здійснення оплати за актами приймання виконаних робіт замовником, тобто сільськогосподарським підприємством. Облік витрат на виконувані роботи в МТС має здійснюватися за наведеними у договорі статтями калькуляції.

6. Створення системи технічного сервісу на базі наявних підприємств. Одночасно повинні функціонувати майстерні в господарствах з машинними дворами, великі сервісні підприємства (РТП, «Агросервіс» та ін.) у вигляді цехів і майстерень, станцій ТО, ремонтних заводів, регіональних і головних технічних центрів і опорних пунктів заводів-виробників та сервісних ремонтно-обслуговуючих підприємств.

Ремонт техніки має здійснюватися, виходячи з його економічної доцільності порівняно з придбанням нових машин. Варто продовжити роботи зі створення мінімально необхідної ремонтно-технічної бази в господарствах, які її не мають.

7. Використання господарствами перевірених на практиці організаційних форм застосування техніки, що сприяють зменшенню їхніх потреб. Наприклад, групове використання машин, закріплення за механізатором двох тракторів чи трактора і зернозбирального комбайна, в разі потреби — організація двозмінної роботи енергоємних тракторів. Розмір площ посівних культур має забезпечувати ефективне використання техніки, спеціалізації механізаторів на виконання робіт, що потребують високої кваліфікації, тобто створення своєрідних механізованих загонів господарства під час посіву, внесення мінеральних добрив, збирання силосних культур, сіна, для боротьби зі шкідниками і бур'янами.

Упровадження нових форм оплати праці, зокрема, від валового доходу, прогресивно-преміальної тощо сприяє підвищенню матеріальної зацікавленості механізаторів у кращому використанні техніки та збільшенні її денного і сезонного виробітку.

Застосовують стимулювання механізаторів за економію дизельного пального, витрат на ремонт техніки, устанавлюють диференційну оплату залежно від віку техніки.

Щодо економічного оцінювання вибору проектів будівель обчислюють показники будівельної та технологічної частин, які визначають вартість технологічного обладнання, його металомісткість, енергоємність, трудомісткість та інші експлуатаційні витрати.

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

1. Рентабельність

$$E_p = \frac{Ц - C}{K}, \quad (3.2)$$

де  $Ц$  — вартість річної продукції за цінами реалізації;  $C$  — собівартість продукції;  $K$  — сума капітальних вкладень.

2. Питомі капітальні вкладення

$$У = \frac{K}{П}, \quad (3.3)$$

де  $П$  — вартість продукції підприємства.

3. Термін окупності капітальних вкладень

$$T_1 = \frac{K}{Ц - C}. \quad (3.4)$$

4. Термін окупності додаткових капітальних вкладень

$$T_1 = \frac{K_1 - K_2}{E_2 - E_1}, \lim_{x \rightarrow \infty}, \quad (3.5)$$

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

$$E = \frac{1}{T_2}, \quad (3.6)$$

де  $T_2$  — термін окупності додаткових капітальних вкладень.

Щодо системи цих показників оцінюють усі можливі проекти зведення будівель і споруд, собівартість продукції, рентабельність, термін окупності капітальних вкладень і коефіцієнт ефективності.

Подальший розвиток орендних відносин має відбуватися на основі вдосконалення правовідносин щодо оренди земель, техніки, споруд і загалом основних засобів, підвищення ефективності використання їх. Орендні відносини мають стати складовою соціального захисту селян.



## Запитання і завдання для самоперевірки



**1.** Схарактеризуйте приватну, державну та комунальну власність. **2.** Яке місце посідає приватна власність у виробництві сільськогосподарської продукції? **3.** Розкрийте вимоги до подальшої трансформації сільськогосподарських підприємств. **4.** Які перспективні форми сучасних сільськогосподарських підприємств? **5.** Опишіть організаційно-економічні чинники підвищення ефективності функціонування агроформувань, створених на принципах поєднання власності та колективної організації праці. **6.** Назвіть чинники спеціалізації та оптимального об'єднання галузей у посиленні підприємницької діяльності агроформувань. **7.** Які принципи кооперації та інтеграції використовуються сучасними сільськогосподарськими підприємствами? **8.** Чим зумовлена об'єктивна потреба у розробленні та впровадженні комерційного розрахунку, які його складові? **9.** Розкрийте організаційні та правові аспекти відносин орендарів і орендодавців. **10.** Схарактеризуйте оренду як чинник посилення підприємницької діяльності сільськогосподарських підприємств і фермерів.





## Розділ 4

# ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРОБІЗНЕСІ

## 4.1. Організаційно-правові форми підприємництва

Існуючі підприємницькі структури розрізняють 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:

- ♦ 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 розподіленні прибутків;
- ♦ відповідальність за зобов'язаннями фірми;

Організаційно-правові форми господарської діяльності в агробізнесі



- ♦ розподілення майна у разі припинення діяльності фірми.

**Організаційно-управлінські ознаки** характеризують можливість для учасників займатися безпосередньо управлінською діяльністю, 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. Підприємництво 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 докладну характеристику кожної з трьох основних організаційних форм виробничого підприємництва. Першою організаційною формою виробничого підприємства є підприємство, яке існує як *одноосібне володіння*, або *особиста власність*. Одноосібна власність належить одній особі, одній сім'ї. У США, наприклад, таких одноосібних підприємств близько 15 млн. Одноосібна власність охоплює 10 – 14 % фінансового обсягу всього американського бізнесу. Зазвичай 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 направлене на компенсацію вимог кредиторів і погашення боргів;
- ♦ власник фірми повинен бути компетентним з усіх виробничих та фінансових питань 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 необхідні фінансові процедури в товаристві; процедуру прийняття нових партнерів і ліквідації товариства. У середині 80-х років у США налічувалося 2 млн товариств. У 2003 р. в Україні було зареєстровано понад 59,9 тис. господарюючих суб'єктів.

Партнерство має такі переваги:

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

Недоліки цієї організаційної форми полягають у тому, що в разі генерального партнерства, банкрутства фірми, всі її співвласники несуть необмежену відповідальність. Компаньйон, якому належить 1 % власності фірми, відповідає так само, як і той, кому належить решта 99 %. Труднощі виникають у разі ліквідації і реорганізації фірми в інші види виробництва. Зокрема, передбачається залежність юридичного існування від виходу партнерів фірми.

Третя організаційна форма виробничого підприємництва — *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. Особливістю корпорації є те, 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 зростає 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 %, в 1995 р. — 68,9, то в 2004 р. — понад 70 %.

Увесь прибуток корпорації належить її акціонерам (учасникам) і розподіляється зазвичай 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 притаманні також певні недоліки, зокрема, такі:

- ♦ високі подвійні податки на одиницю прибутку: спочатку оподатковується прибуток корпорації, а потім — дивіденди акціонерів під час виплати їх;

- ♦ значні організаційно-економічні труднощі під час рестрації фірми;

- ♦ більша регламентованість з боку держави.

Порядок корпоратизації підприємств визначений постановою Кабінету Міністрів України № 508 від 05.07.93 р. 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 було приведено у відповідність з чинним законодавством.

Розглядаючи такий аспект, як «власність», слід спинитися 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, проте має право повного розпорядження прибутком її 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 майбутньо-

му приватного сектора економіки. Для здійснення управлінських функцій засновник може наймати професійного менеджера. Розміри приватного підприємства законодавчо не обмежуються. Економічною привабливістю створення такої форми підприємництва є можливість для засновника отримувати доходи у вигляді заробітної плати, премій, матеріальної допомоги тощо, розміри яких він встановлює самостійно під час безпосереднього керівництва фірмою та у вигляді частини прибутку, спрямованої на споживання, розмір якої не має нормативного обмеження та встановлюється засновником одноосібно.

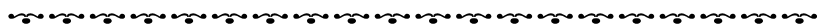
**Державне підприємство** — це юридична особа, засновником якої виступає держава. Розрізняють державні підприємства, засновані на загальнодержавній власності та власності адміністративно-державних одиниць (комунальна власність). Ця категорія підприємств характеризується такими економічними перевагами: часткова гарантованість у 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 спрямовують на споживання, за своєчасністю сплати до держбюджету 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.

Результатом функціонування приватних і державних підприємницьких структур є створення 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 й 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 й 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 та 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, однак 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, все майно якого або його частина належить колективу загалом і кожному його члену окремо залежно від трудового внеску. Наприклад, в умовах народного підприємства викупувають оборотні засоби і беруть в оренду основні засоби виробництва. Обігові кошти викупувають 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 малих і середніх фірм (до 500 працюючих). Орендодавцями виступають холдингові фірми, державні підприємства, які є власниками майна. Користувачем амортизаційних відрахувань є народне підприємство.

Економічні переваги народного підприємства такі:

- ♦ додаткова продукція може реалізовуватися за ринковими цінами;
- ♦ залишки фонду оплати праці передаються безоплатно 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, який обчислюють за формулою

$$I_{\text{д}} = (D\Phi_{\text{н.п}} - 3П_{\text{1роб}}) / 3П_{\text{н.в.п}}, \quad (4.1)$$

де  $D\Phi_{\text{н.п}}$  — 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;  $3П_{\text{1роб}}$  — заробітна плата одного робітника за весь час його роботи в народному підприємстві;  $3П_{\text{н.в.п}}$  — заробітна плата всього промислово-виробничого персоналу народного підприємства за весь час існування.

Розрахунок здійснюють 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 отримання прибутку. Члени кооперативу, крім внесення своїх паїв до загального статутного фонду, повинні обов'язково ви-

конувати трудові обов'язки, тобто брати безпосередню участь у виробничій діяльності кооперативу.

Виробничі кооперативи мають право використовувати найману працю. Всі питання виробничо-господарської діяльності мають узгоджуватися 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 посідають *господарські товариства* — структури, створені 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 відкритою підпискою та купівлею-продажем на біржах.

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

Акціонерним товариством може стати будь-яке об'єднання відповідно до засновницького договору між підприємствами й організаціями, що входять до системи цього об'єднання як самостійні юридичні особи. Це дає можливість змінити 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 засновницького договору, 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.

*Акція* — це цінний папір, який дає акціонерові право брати участь в управлінні товариством, у розподіленні 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 простим передаваням;

♦ *привілейовані* — підприємство гарантує виплату дивідендів незалежно від розмірів прибутку. У разі недостатнього прибутку дивіденди за привілейованими акціями виплачують за рахунок резервного фонду, проте 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 їхньої 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, отриманий унаслідок використання акціонерного капіталу.

Розрахунок дивідендів у разі випуску акцій для додаткової мобілізації коштів передбачає кілька послідовних кроків:

1) визначення вартості основних фондів і обігових коштів, що є носієм власності майна ( $B_{o.ф}$ );

2) рішення, на яку суму випустити акції ( $Ак$ );

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

4) визначення фондівддачі ( $\Phi$ ) як результат порівняння обсягу продажу з сумою акцій і виробничих фондів. Це сума продукції, що припадає на одиницю капіталу ( $K$ ):

$$\Phi = O_{пр} / K = O_{пр} / (B_{o.ф} + Ак); \quad (4.2)$$

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

$$O_a = \Phi \cdot Ак; \quad (4.3)$$

6) визначення прибутку від реалізації продукції як різниці між виручкою від реалізації та витратами ( $\Pi_p$ );

7) визначення прибутку від акцій акціонерів:

$$\Pi_a = O_a \cdot \Pi_p / O_{\text{пр}}; \quad (4.4)$$

8) визначення чистого прибутку від акцій акціонерів ( $\Pi_{a,ч}$ ) (з урахуванням частки платежів до бюджету та інших виплат з прибутку акціонерів):

$$\Pi_{a,ч} = \Pi_a - \Pi л'; \quad (4.5)$$

$$\Pi л' = Ак / (Ак + P_{\text{оф}}) \Pi л, \quad (4.6)$$

де  $\Pi л$  — загальна сума платежів у бюджет та інших виплат з прибутку акціонерного товариства;

9) розрахунок суми дивідендів, що одержують акціонери:

$$Д = Д_a - Ак, \quad (4.7)$$

де  $Д_a$  — встановлений розмір дивідендів на акції, %;

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

$$\Pi_n = \Pi_{a,ч} - Д. \quad (4.8)$$

**Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)** має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Учасники несуть відповідальність тільки в межах внесків. 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 до статутного фонду.

Інші види підприємницьких структур у вигляді підприємств підпадають під категорію «партнерства». Організаційно створювати такі фірми значно легше порівняно з іншими видами товариств, однак 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 в разі 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 обладнання, 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 (зазвичай 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 підприємництва

кої діяльності належить важлива роль в економічному зростанні, соціальній переорієнтації виробництва, насиченні ринку товарами і послугами, вирішенні проблем зайнятості трудових ресурсів, пришвидшенні науково-технічного прогресу, оздоровленні економіки країни тощо.

Малі підприємства здатні позитивно впливати 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 обладнання, 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 пришвидшеного 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 отримати необхідну ліцензію у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

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

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

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.

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

Указом Президента України № 721 від 25.05.2000 р. затверджено Положення про Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва (Держпідприємництво України). У своїй діяльності Комітет зобов'язаний забезпечувати створення і реалізацію державної політики щодо розвитку і підтримки підприємництва в Україні.

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, полягають у реалізації стратегії державної політики розвитку суспільного виробництва, сприяттій 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 розміщуються у різних країнах. Внутрішньофірмовий жорсткий контроль, поєднаний з господарською самостійністю підприємств, відділів, філій 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 сприяв створенню в економіці України концернів як форми промислового багатогалузевого об'єднання, до складу якого входять багато 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 — розроблення — інвестування — виробництво — збут — споживання;

- ♦ основний 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 проектів, що мають високу вартість і протистоять сильній конкуренції американських і японських монополій.

Останнім часом у нашій країні з'являються консорціуми в сільському господарстві, у галузі перероблення 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 створюють з метою об'єднання фінансових і матеріальних ресурсів, необхідних для реалізації цінних проектів (створення нового або модернізація існуючого виробництва, інфраструктури, наукового центру тощо).

Організаційно-правові форми господарської діяльності в агробізнесі





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 зумовлює використання форм консорціуму для міжнародних угод за участю держави, що виступає як гарант. Наприклад, в Україні внаслідок 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 об'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 до інших господарських об'єднань. 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 кооперації, фінансової підтримки для розвитку окремих ланок єдиного виробничого процесу, інвестування в науково-технічні проекти з метою впровадження інновацій.

**Контрактне підприємство** — це новий значний крок до ринку, який за значущістю можна порівняти хіба що з орендою майна. Відмінність полягає в тому, що право оренди поширюється тільки на майно, а підприємництво — це по суті оренда права власності і розпоряджання господарством загалом на певний термін. Тому контрактне підприємство є найрозвиненішою формою 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. Є 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 й обов'язково обмежувались інструктивними вказівками. Тому підприємницька ініціатива керівника у найкращому разі трималася на його ентузіазмі.

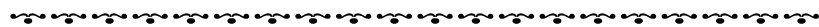
Контрактне підприємництво передбачає встановлення рівня особистого доходу підприємця. Варіанти механізму узгодження цих рівнів можуть бути різними: прямопропорційна, випереджальна чи зменшена частка доходу; частка доходу від прибутку, госпрозрахункового, валового доходу; вартість валової продукції і послуг; кількість основних видів натуральної продукції і послуг; змішана частка. Кожен з варіантів слід узгодити з особливостями й умовами підприємництва, його цілями і завданнями. Так, щодо економічно відсталого господарства зі слабкою матеріально-технічною базою може бути використаний варіант установавання доходу підприємця за випереджальною часткою. В контракті на передавання підприємству економічно міцного господарства може передбачатися значна частина особистого доходу підприємця. В умовах спаду виробництва окремих видів продукції або необхідності стимулювання зростання виробництва в такому контракті частку доходу найчастіше визначають залежно 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*, значне підвищення ефективності й продуктивності праці на основі вторинного контрактного підприємництва може, в свою чергу, зумовлювати передавання керівникам і фахівцям контрактного підприємництва окремих підрозділів або прийняття на роботу керівників, фахівців та інших працівників на умовах най-



му. 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 значному підвищенню ефективності праці, тісному узгодженню його оплати з кінцевими результатами господарювання.

Створення фермерських господарств зумовлене такими основними чинниками:

1. Із створенням особистих селянських господарств з'являється багато аграрних товаровиробників, що сприяє формуванню анти-монопольної і конкурентоспроможної аграрної економіки. Що більше особистих селянських господарств, заснованих на приватній власності, то менше можливостей для їх монополізації і більше — для взаємного конкурування.

2. Особисті 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.

### **Запитання і завдання для самоперевірки**



**1.** За якими основними ознаками розрізняють організаційно-правові форми підприємництва? **2.** Дайте характеристику правовим ознакам підприємництва. **3.** Які фінансово-економічні ознаки підприємницьких структур? **4.** Схарактеризуйте організаційно-управлінські ознаки підприємництва. **5.** Назвіть основні організаційно-правові форми підприємницьких структур. **6.** Дайте характеристику таким організаційним формам виробничого підприємства: одноосібне володіння, партнерство та корпорація. **7.** Яка основна характеристика акціонерних товариств? **8.** Які основні ознаки малого підприємництва? **9.** Які організаційно-правові форми малих і середніх підприємств у сільському господарстві?

## Розділ 5

# ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРУКТУР МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ НА СЕЛІ



## 5.1. Природа малих форм господарювання

Ми звикли до широкомасштабного виробництва товарної продукції за великих ринків збуту, і воно об'єктивно потребує промислових технологій, дає ефект за середніх і великих розмірів виробництва. Проте настільки ж закономірно мають «право на життя» малі форми господарювання.



Малою називають таку форму господарювання, яка має принаймні дві такі характеристики: незалежне управління і приватний капітал (локальну сферу діяльності, порівняно невеликий розмір у своїй сфері діяльності). В цьому визначенні малі форми господарювання на селі є малим бізнесом. В економіці розвинених країн малі форми господарювання є основним джерелом праці. Близько третини робочих місць (31,8 %), наприклад у США, надають фірми з кількістю працюючих менше ніж 100 осіб; в Англії — близько 26, у Німеччині — 17, Данії, Нідерландах — 40 % тощо. Проте малі форми господарювання, на думку провідних економістів світу, відіграють важливу роль у тих країнах, де відбувається економічний спад.

Нарешті, малі форми господарювання є важливим джерелом інновацій, швидко поставляють їх на ринок.

За даними Адміністрації з малому бізнесу (АМБ), на кінець 90-х років у США

було близько 4,4 млн малих самостійних фірм і 5,5 млн малих підприємницьких утворень, які були відбрунькуванням великих корпорацій. Крім того, існувало близько 7,5 млн одноосібних володінь, власники яких поєднували малі форми господарювання з іншою роботою, а також 2 млн власників фермерських господарств. Перелічені форми можна віднести до малих підприємницьких утворень, без яких неможливо уявити США.

Хоча характерним для США є великий бізнес, який визначає більшість напрямів господарського життя країни, малий бізнес, або малі форми підприємництва (господарювання), відіграє надзвичайно важливу роль.

**Яким чином малий бізнес досягає успіху?** Малі форми успішно конкурують з великими і доповнюють їх, оскільки швидше реагують на зміни ринку, найбільше наближені до споживачів, а інколи й утримують нижчі ціни. Вони підтримують великий бізнес у постачанні комплектуючих та наданні деяких послуг і забезпечують їм канали збуту.

Проте малі форми господарювання не можуть конкурувати на всіх ринках. Першою умовою успіху у малому бізнесі є знаходження ринку, на якому бути малим — перевага, а не недолік. Що ж забезпечує переваги малим формам підприємництва?

**Розмір ринку.** Чимало ринків, особливо на селі, мають обмежені розміри та низьку ємність. Якщо послуги таких малих підприємницьких структур, як перукарні, ресторани, точки роздрібно-ї торгівлі тощо, користуються попитом у населення мікрорайону, то це є великою перевагою цих представників малого бізнесу. Виробництво ж тракторів, автомобілів та іншої складної техніки — не для малого бізнесу.

**Інновації і зміни.** Малі фірми — основне джерело інновацій в економіці всіх розвинених країн. Вони впроваджують інновації на ринок швидше, ніж великі фірми. Інновації ґрунтуються на асигнуванні цих фірм, які швидше дають віддачу.

**Особистий контакт.** Іноді малі форми мають переваги в тому, що можуть запропонувати особистий контакт. У багатьох фірмах роздрібно-ї торгівлі та обслуговування, у різних клубах, церквах соціальні контакти переросли у ділові. Особисті стосунки керівника малої фірми зі службовцями — також перевага малого бізнесу. Службовці, що контактують з керівником, часто й роботу виконують краще, ніж працівники великих компаній.

Хоча малі форми господарювання мають значні переваги порівняно з великими, у них є також серйозні недоліки. Причини цих недоліків різні.

**Неоднаковий доступ до ресурсів.** Малі фірми не завжди конкурують з великими, перебуваючи з ними у неоднакових умовах. Насамперед це стосується ринку капіталу. Банки та інші

джерела позичок сприймають малий бізнес як більш ризикований, ніж великий.

**Відсутність ефекту масштабу.** Вважають, що бізнес досягає економії, зумовленої масштабом виробництва, якщо його середні витрати на одиницю продукції знижуються, а рівень виходу продукції зростає.

**Проблеми внутрішньогосподарської спеціалізації.** Спеціалізація може бути перевагою малої фірми, що розпочинає свою діяльність на малих ринкових сегментах, які ігноруються великими фірмами. Проте малі форми господарювання багато втрачають від того, що в них відсутня саме внутрішня спеціалізація. Власникам малих фірм доводиться «носити» відразу кілька «капелюхів». Коли підприємець відкриває власну справу, то більшість часу витрачає на пошуки клієнтів, ведення бухгалтерського обліку, вирішення питань із землекористування тощо.

**Державне регулювання.** За свідченням провідних економістів розвинених країн світу, тягар державного регулювання (законодавче поле, субсидії, дотації та ін.) підприємницьких структур різних розмірів за останніх 20 років значно зріс. Регулювання здебільшого супроводжується введенням постійних витрат, які майже однакові для форм усіх розмірів і часто пов'язані зі складанням звітів, устанавленням безпечного обладнання або підготовкою та проведенням різного роду перевірок. Власник малої форми господарювання має виконувати цю роботу після закриття магазину, кафе, перукарні тощо і діяти як справжній фахівець.

*Отже, жоден недолік і жодна перевага малого бізнесу не є повними. У деяких галузях агропромислового комплексу переважають малі підприємства, тому що використовують переваги малого бізнесу на ринку. В інших галузях домінують великі фірми, хоч і в них події завжди відбуваються під впливом гігантів.*

## 5.2. Критерії малого бізнесу

Під поняттям «критерій» слід розуміти мірило для визначення, оцінювання предмета, явища, а також ознаку, взяту за основу класифікації. Яким би не було визначення критерію, як і визначення малого бізнесу, слід зазначити, що він має велике значення в економіці країн з ринковою економікою. Здебільшого такі країни використовують цей термін, маючи на увазі невеликі магазини, ресторани, кафе, страхові агентства та інші дрібні підприємства. В США, наприклад, щоб розмежувати малий бізнес з великим та середнім, існує закон про малий бізнес (1953 р.). У 1958 р. до нього було внесено поправку, яка чітко розмежувала параметри малого бізнесу, що було необхідно для надання малим фірмам кредитів на умовах, значно вигідніших, ніж для великого бізнесу. В законі, зокрема, зазначається, що **мала фірма** — це таке підприєм-



*ство, яке існує і функціонує незалежно, його власник незалежний від інших суб'єктів підприємництва, воно не домінує в своїй галузі бізнесу.*

Усі фірми США залежно від кількості найманих працівників і відповідно до критеріїв АМБ поділяють на п'ять категорій: найменші (1 – 24 осіб), малі (25 – 99), проміжні (100 – 499), великі (500 – 999), дуже великі (1000 і більше працівників).

Щодо сільського господарства, то американські економісти поділяють ферми на категорії, використовуючи критерії за сумою реалізованої ними продукції (обсяг продажу, тис. дол.):

I (до 10 тис. дол.) — за умови проживання фермера в сільській місцевості;

II (від 10 до 40) — дрібні селянські ферми;

III (від 40 до 250) — сімейна ферма;

IV (від 250 до 500) — велика сімейна ферма;

V (понад 500) — суперферма.

Якщо підвести українських фермерів під американську класифікацію, то можна констатувати, що вони належать до перших двох категорій і становлять основу малого агробізнесу.

У малому бізнесі крім розмірів є ще й інші критерії та характерні особливості. Менеджер (власник) у малих фірмах незалежний і звітує тільки перед самим собою. Здебільшого малі фірми належать одній особі (сім'ї), а також можуть бути організованими за принципом товариства (партнерства). Зазвичай фермер є менеджером, фінансистом, технологом і власником. Ця форма підприємництва дуже важлива для пенсіонерів, інвалідів, вдів та інших верств населення, які не можуть знайти роботу, яка б їх задовольняла, і бажають працювати вдома.

У нас часто сперечаються, що важливіше для економіки країни: малий, середній чи великий бізнес? Відповідь на це запитання досить проста: необхідний і той, і інший. 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 свідчать, наприклад, такі цифри. На 1000 жителів цієї країни припадає понад 40 суб'єктів малого бізнесу, тоді як загалом по Україні — 4,8, а в сільському господарстві — 1,4 суб'єкта малого бізнесу. Якщо в 1982 р. на всіх малих фірмах було зайнято 47,8 % американської робочої сили, то у 2000 р. — 63,1 %. Їх фінансовий обіг становив понад 50 % загального обсягу продажу, а частка у валовому національному продукті (ВВП) країни досягла 48 %. Американські економісти справедливо зазначають, якщо кісткою економіки країни є великі корпорації, то її мускулами і значною мірою мозком — малий бізнес, який приводить у рух великий бізнес.

**Які ж можливості надає малий бізнес?** У багатьох випадках люди, які володіють і займаються власною справою, мають

більше стимулів працювати з ініціативою, самовіддачею, отримують більше економічних і психологічних винагород і заохочень, ніж ті, що працюють за наймом.

Щоб розібратися з суттю малого бізнесу, його критеріями, слід насамперед правильно оцінити можливості для цієї форми підприємництва, виходячи із реальних умов і конкурентних обставин. Методика започаткування власної справи має такий вигляд: «визначення ринку — фінансування — функціонування». Ця проста на перший погляд методика має практичне значення і за умов реформування відносин власності на селі та формування підприємств ринкового типу. Так, створення малих форм у період реформування відносин власності на селі є надзвичайно складним і стоїть перед трьома проблемами:

- ♦ *продовольчої безпеки і фізичного виживання* сільського населення, яке пов'язується, зокрема, з ключовими питаннями доступності ринку, потребою у розвитку агробізнесу в разі зниження або припинення виплат заробітної плати працівникам переважною частиною сільськогосподарських підприємств;

- ♦ *екологічної безпеки*, протидії деградації земель і сільського середовища тощо;

- ♦ *сталого економічного розвитку і підвищення рівня зайнятості сільського населення* для зниження безробіття, мотивації підприємництва в сільському господарстві за різних форм господарювання.

Під час вибору сфери малого бізнесу майбутні бізнесмени в різних формах мають відповісти на такі запитання:

- ♦ Чи підходить для мене цей вид бізнесу?
- ♦ Чи підхожу я до цього виду бізнесу?
- ♦ Який конкретно вид бізнесу вибрати?
- ♦ Що привабливіше (доцільніше) — заснувати нову фірму чи придбати вже діючу?
- ♦ Яку вибрати організаційну форму бізнесу (одноосібне володіння, партнерство, мале підприємство, фермерство чи кооператив)?
- ♦ Як налагодити взаємовідносини з органами місцевої влади та місцевого самоврядування?

### 5.3. Виживання і невдачі малих форм господарювання

Коефіцієнт банкрутства (а по суті краху) серед малих фірм досить високий. Що менший бізнес, то вищий цей коефіцієнт.

**Ділові невдачі.** Наприклад, щороку у США із бізнесу вибувають тисячі фірм. Більшість із них робить це добровільно, часто зі смертю власника чи партнера. Інші фірми припиняють свою діяль-





ність тому, що їхні власники вбачають кращі можливості в інших сферах бізнесу або бажають за краще перейти на роботу до когось іншого.

Коли фірма закривається добровільно, майно фірми продається і сплачуються її борги. Все, що залишається після сплати боргів, належить власникові чи власникам. Якщо фірма, що збирається припинити свою діяльність, не може добути грошей для сплати боргів, то її класифікують як банкрута. В такому разі кредитори, що накладають позов на всю власність фірми, втрачають у найгіршому випадку частину суми, яку вони позичили їй, а власники — усі свої вкладення. (У разі партнерства чи індивідуальної власності, власники яких не користуються обмеженою відповідальністю, кредитори повторно можуть висунути вимоги, проте вже щодо особистого майна власника.) Іноді збанкрутіла фірма припиняє свою діяльність за взаємною угодою з кредитором, за якою кредитор отримує найбільший відсоток від позички, яку він надавав власникові. В інших випадках або власник, або кредитор може подати заяву про банкрутство до господарського суду, який при цьому вирішує, як розподілити активи фірми, що збанкрутіла.

**Чому підприємства зазнають краху?** Здебільшого фірми зазнають невдач через поганий менеджмент. У багатьох випадках взагалі було помилкою починати бізнес, який не мав шансу на успіх. Інші підприємства самі по собі життєздатні, однак, зазнають краху тому, що люди, які очолюють фірму, не мають відповідних досвіду або кваліфікації. Буває й так, що підприємець робить усе правильно, проте в перший рік існування бізнесу припускає якоїсь фатальної помилки. І все ж таки новий бізнес зазнає краху саме через поганий менеджмент. Насправді це і є основною причиною провалу в бізнесі. *Будь-яка причина занепаду так чи інакше пов'язана з поганим менеджментом.*

Про це свідчать і професійні огляди стану справ малого бізнесу. Самі бізнесмени-невдахи щодо цього мають різні думки. Дехто з них пояснює свою невдачу тим, що не зміг мобілізувати достатній капітал, інші скаржаться на конкуренцію, погані умови позички, економічний спад, невдале місце розташування тощо. Проте факти засвідчують протилежне. Якби підприємець-менеджер правильно розрахував необхідний для започаткування бізнесу капітал і вплив конкурентів, то, можливо, бізнес і не розпочинав би. Дефіцит капіталу може означати, що гроші витрачені не на необхідне обладнання, а на придбання модних меблів для офісу тощо. Та ніщо не лякає підприємця. Досвід показує, що на кожні дві фірми, які розорилися і вийшли з бізнесу, припадає три фірми, які процвітають.

**Що ж таке малий бізнес і як вести його правильно?** Вище було розглянуто такі загальні питання бізнесу, як вибір форм бізнесу та деякі механізми започаткування власної справи. Тут з'ясуємо

конкретніше: 1) Чи є ви тією особою, якій варто було б взагалі займатися бізнесом? 2) Яким саме бізнесом ви б хотіли займатися? 3) Що для вас краще: почати справу з нуля або купити фірму?

Відповідь на перше запитання полягає в такому. Перш ніж розпочати бізнес, добре подумайте. Свобода працювати на себе, бути самому для себе начальником — основа привабливості бізнесу. Приємно, звичайно, мати свою власність і бачити своє прізвище на дверях офісу. Впевненість, що ви можете зробити щось набагато краще, дешевше й розумніше, ніж інші, — теж плюс. Однак ви повинні також усвідомлювати, що часто успішно працюючі малі фірми забезпечують для власників більш ніж скромне існування і вам доведеться миритися з такими недоліками:

1) *тривалість робочого дня*. Ви будете довго затримуватися на роботі, особливо в перший рік, не зможете приходити додому, залишаючи невіршеними проблеми на роботі. У вас більше не буде начальника, однак, вашими «босами» будуть постачальники і клієнти, які завжди «сидітимуть на вашій ший», і яких ви не зможете ігнорувати та скривдити;

2) *відповідальність*. Ви відповідатимете за все, що відбувається у вашому бізнесі. Ви самі маєте приймати рішення. Ви житимете зі своїми помилками і повинні усвідомлювати, що ніхто для вас не зриватиме зірок з неба. Ви не матимете моральної підтримки з боку своїх співробітників;

3) *багато справ*. Ви повинні вирішувати багато питань. Щодня ви витратите значно часу не на те, щоб виявити свої навички дизайнера, інженера, продавця тощо, а на співбесіди з бажаними працівниками у вас, вивчати баланс фірми чи випрошувати кредит у постачальників. Ви будете зайняті речами, яких ніколи не любили і не робили добре, а інколи займатиметесь бізнесом з людьми, яких бачите вперше і востаннє;

4) *фінансові проблеми*. Вам доведеться вкласти у справу більшу частину своїх заощаджень, піддаючи себе ризику втрати їх. Упродовж деякого часу ви не зможете заплатити собі заробітну плату. І вам, і вашій сім'ї треба буде звикати до постійної думки, що витрачені вами на себе кошти можна було б інвестувати в бізнес.

Якщо, проаналізувавши цей перелік недоліків бізнесу, ви сказали собі: «ніяких проблем, я справлюсь з усім цим», то вважайте, що ви готові на наступний крок.

**Яким бізнесом вам зайнятися?** Ключовими запитаннями, на які при цьому треба дати відповідь, є:

1. Що ви хочете робити?
2. Що ви можете робити?
3. Що купуватимуть споживачі за ціною, яка б давала вам прибуток?

**Купувати фірму чи самому організувати свою справу?** Купити підприємство вигідніше, ніж починати з нуля, і це може дати

кілька переваг. **Основна перевага:** це потребує менше часу на планування, адже ви можете почати з того, що придбали в колишнього власника, лише внесете деякі корективи. **Друга перевага:** можливе швидке повернення інвестицій. У новому бізнесі може минути рік, два, а то й більше, поки власник матиме стійкий прибуток. А від уже існуючої фірми можна мати прибуток значно швидше.

Як зазначалося, **коефіцієнт краху малого бізнесу найвищий саме у перший рік його існування.** Якщо бізнес тривав недовго, то ви принаймні переконаєтеся, що початок вашої справи був нещасливим. Що ж до купівлі підприємства, то вона пов'язана з ризиком для власника.

**Недоліки купівлі.** Купівля підприємства має не тільки переваги, а й недоліки:

1. Ви не зможете знайти підприємство, яке б цілком відповідало вашим планам. Іноді ви можете репрофілювати придбане підприємство так, щоб воно працювало відповідно до ваших планів. Однак краще почати власний бізнес і отримати те, що ви хочете, ніж купувати підприємство, яке не підходить для вас.

2. Найбільший ризик у тому, що фірма, яку ви бажаєте купити, може мати приховані недоліки. **Чому власник продає її?** Припустимо, ви купуєте ресторан, який був прибутковим упродовж 20 років. Його власники говорять, що хочуть повернутися на постійне проживання до рідних, тому продають ресторан. Це сприймається нормально. Проте не виключено, що вони знають, а ви ні, що багато хто з відвідувачів цього ресторану є військовими, а частина, де вони служать, невдовзі розформується. Неможливо уявити собі всі приховані проблеми в бізнесі продажу. І не розраховуйте на те, що зможете виявити їх у документації підприємства, яке збирається придбати. Будьте пильними. Якщо ви в чомусь сумніваєтеся, зверніться до професійного радника.

3. Купуючи існуючу фірму, ви ризикуєте придбати поряд із добрим і поганим. Ви сподіваєтеся купити фірму, яка добре себе зарекомендувала в очах споживачів і постачальників, а можете купити таку, що має негативну репутацію з вини її колишніх власників. Ви думаєте, що матимете доступ до кваліфікованої робочої сили, а можете найняти кількох нікчемних працівників, від яких потім важко буде звільнитися. Будьте особливо уважними під час огляду приміщень і обладнання, яке може бути в робочому стані, а може й не працювати або бути застарілим. Можливо, власник через це і вирішив продати своє підприємство. А для вас, можливо, краще купити новий бізнес і розпочати його з новим обладнанням, з власним «ноу-хау».

**Скільки платити?** Припустимо, бізнес виглядає прибутковим і причини його продажу обґрунтовані. Тепер ви маєте вирішити — скільки платити за нього? Найвигідніший бізнес у світі не дасть вам прибутку, якщо ви заплатите за нього більше, ніж треба.

Розрахунок вартості бізнесу — це окрема тема. Основні концепції дуже прості. Під час розрахунку вартості бізнесу ви повинні визначити активи, пасиви і потенціал отримання прибутку.

**Активи — це все, чим володіє фірма.** Під час розрахунку активів фірми вам необхідно визначити вартість нерухомості, обладнання, оборотних засобів та ін. Переконайтеся, що навіть гроші, вкладені в старе обладнання, та оборотні засоби дадуть прибуток. Ймовірно, вартість буде більшою, якщо їх продати окремо, що й становитиме стартовий капітал вашої власної справи.

**Пасиви фірми — сукупність її боргів і зобов'язань.** Сюди входять довготермінові позички: закладні, короткотермінові борги, заробітна плата робітників і суми, які фірма заборгувала поставальникам.

Звичайно, вам доведеться заплатити більше за різницю між сумою активів і сумою пасивів. Активи, плюс кваліфікація працюючих, добра воля клієнтів, чиста робота поставальників і підрядчиків та інше збільшують прибутковий потенціал фірми. Припустимо, що ви вже визначили, яке підприємство купувати. Якщо ви працюватимете так само, як і попередній власник, або ще краще, то матимете прибуток 30 тис. доларів, а власник просить за фірму 100 тис. доларів.

**Чи варто купувати цю фірму?** Для того щоб відповісти на це запитання, ви повинні порівняти прибутковий потенціал фірми з можливою її ціною. Можлива ціна — це вартість найкращого альтернативного курсу використання вашого часу і капіталу. Припустимо, що в нашому випадку найкращим альтернативним використанням вашого часу є збереження вашої нинішньої роботи, за яку вам сплачують 25 тис. доларів за рік. Кращою альтернативою для використання вашого власного капіталу (це заощадження, за які ви купили б підприємство) є, наприклад, 100 тис. доларів, вкладених на депозит, які дають вам за 10 % ставкою 10 тис. доларів за рік. При цьому загальна можлива ціна купівлі бізнесу становила б 25 тис. доларів плюс 10 тис. доларів у вигляді відсотків. Чи нормально буде для вас платити за рік 35 тис. доларів і отримувати 30 тис. доларів річного доходу? Вам вирішувати. Ще на стадії організації малої форми господарювання власник має прийняти цілий комплекс альтернативних рішень: залучати позичковий капітал чи ні; придбати нову техніку й обладнання, чи їх орендувати; купити нову чи уживану техніку тощо. І все-таки, надзвичайно важливим, а може й визначальним для малого бізнесу рішенням є залучення позичкового капіталу. Особливо це актуально для малого агробізнесу. Менеджер або власник малої фірми має прийняти альтернативне рішення: чи економічно доцільно залучати позичковий капітал за конкретної виробничої ситуації, що склалася на фірмі?



Обґрунтовану відповідь на це запитання можна дати на підставі порівняння норми прибутку на весь авансовий капітал, що використовує мале формування у процесі підприємницької діяльності ( $P$ ), і відсоткової ставки за кредит ( $C$ ). Висновок: якщо останній показник перевищує перший ( $C > P$ ), то фірмі в разі інвестування економічно вигідніше орієнтуватися на власні кошти, не залучаючи при цьому позичковий капітал. Якщо ж норма прибутку ( $P$ ) на авансовий капітал вища від відсоткової ставки за кредит ( $C$ ), тобто ( $P > C$ ), то зростає прибуток на одиницю власного капіталу. У цьому можна переконатися на прикладі табл. 5.1.

**Таблиця 5.1. Залежність норми прибутку на власний капітал від частки позичкового капіталу в загальній вартості авансового капіталу малої фірми**

Показник	Мала фірма	
	№ 1	№ 2
Загальна вартість авансового капіталу, тис. грн	300	300
У тому числі:		
власний капітал	200	100
позичковий капітал	100	200
За норми прибутку на весь авансовий капітал 20 %:		
прибуток фірми, тис. грн	60	60
відсотки за кредит за ставки 15 % річних, тис. грн.	15	30
прибуток на власний капітал, тис. грн	45	30
норма прибутку на власний капітал, %	22,5	30,0
За норми прибутку на весь авансовий капітал 11 %:		
прибуток фірми, тис. грн	33	33
відсотки за кредит за ставки 15 % річних, тис. грн	15	30
прибуток на власний капітал, тис. грн	18	3
норма прибутку на власний капітал, %	9	3

З даних табл. 5.1 видно, що фірми з однаковою загальною вартістю авансового капіталу, але за різного співвідношення власного і позичкового капіталів досягають різної прибутковості. Перевага залучення більшої частки позичкового капіталу з'являється лише тоді, коли норма прибутку на весь авансовий капітал становила 20 % і була більшою від відсоткової ставки за кредит на п'ять відсоткових пунктів (20 – 15). При цьому мала фірма № 2 підвищила норму прибутку на власний капітал на 7,5 пункта (30,0 – 22,5). Зрозуміло, що якби фірма здійснювала підприємницьку діяльність лише на власному капіталі, то вона досягла б 20 % норми прибутку на цей капітал, тобто навіть лише порівняно з фірмою № 1 на 2,5 пункта (22,5 – 20) більше.

Зовсім іншою буде економічна ситуація, коли норма прибутку на весь авансовий капітал знижується на 11 %, тобто стає нижчою від відсоткової ставки на чотири пункти (15,0 – 11,0). Використання у такому разі позичкового капіталу стає економічно невигідним, оскільки норма прибутку на власний капітал знижується до

3,0 проти 9,0 % у фірми № 1, яка залучила меншу частку позичкового капіталу. Більше того, якби ці фірми не залучали позичковий капітал, вони могли б досягти 11 % норми прибутку на власний авансований капітал й отримати по 33 тис. грн прибутку замість 18 і 3 тис. грн відповідно.

Звідси стає очевидним, що збільшення частки позичкового капіталу підвищує ступінь ризику підприємства, оскільки з погіршенням кон'юнктури ринку така дія може призвести до істотного зниження прибутковості фірми або навіть до її збитковості. Це дуже небезпечно для малих форм господарювання. Перетворити позичковий капітал у позитивний чинник підприємницької діяльності малого бізнесу можна лише за умов зростання попиту і цін на сільськогосподарську продукцію, отримання вищих врожаїв тощо.

**Початок бізнесу.** Коли ви вирішили, яким бізнесом займатиметеся, — починати з нуля чи купувати існуючу фірму, перед вами постануть нові проблеми — вибір місця для її розташування, отримання дозволу та наймання працівників.

Місце розташування, обладнання, працівники — ось із чим має насамперед визначитися малий бізнес. Найвність *фінансиста, бухгалтера* і *юриста* не менш важлива проблема. Потребу в цих трьох фахівцях відчувають майже всі фірми бізнесу незалежно від знань власника. Таких фахівців важко підшукати і можна неправильно використати.

*Перше правило* — серед цих фахівців треба шукати пердусім таких, що бажають мати справу з малим бізнесом. Дізнайтеся, хто ще є їхніми клієнтами. Переконайте, що їм насправді *потрібен ваш* бізнес. Не віддавайте перевагу фінансисту, бухгалтеру чи юристу тільки тому, що він живе недалеко від вашої фірми: бензин вам коштуватиме дешевше порівняно з витратами на поганого фахівця.

*Друге правило* — сприймайте вашого фінансиста, бухгалтера чи юриста як засіб виробництва, не сподівайтесь, що він прийматиме рішення за вас. Очікуйте, що ці фахівці допомагатимуть вам вирішувати фінансові податкові й юридичні проблеми, однак, не думайте, що вони знімуть їх з вас повністю. Ваш бухгалтер, наприклад, може запропонувати вам створити системи бухгалтерського обліку і заробітної плати, проте вести і контролювати ці системи маєте ви самі.

*Третє правило* — уникати конфліктів з будь-ким із цих трьох ваших ключових помічників. У вас буде достатньо супротивників і без них. Якщо ви посваритеся навіть із одним із них, то це означатиме, що ви просто забули, що вони також займаються бізнесом. Не сподівайтесь, що вони допомагатимуть вам, якщо це буде невигідно для них. А може ви підібрали не тих людей, які вам потрібні, і вони не розуміють вашого бізнесу або ви не підхо-



дите один одному як особистості? Якщо так, то закривайте рахунок і виходьте з бізнесу. Ваші клієнти легко відмовляться від вас, оскільки ви не зможете задовольняти їхні потреби. Знайдіть у собі сили зробити це так само легко.

**Керівництво бізнесом.** Коли ваш бізнес розпочнеться, ним треба керувати. Зосередьтеся на основному. Малий бізнес не користується тими самими методами, що й великий. Більшість переваг малих фірм над великими залежать від використання цих методів. Користуйтеся своїми методами, а не імітуйте методи великого бізнесу в малому масштабі. Наприклад, однією з ключових переваг малого бізнесу є швидка реакція на можливості. Якщо ви наймаєте консультантів чи наполягаєте на проведенні тривалих нарад для прийняття рішень, то ця перевага втрачається. Ви досягнете значно більших успіхів, якщо добре знатимете своїх клієнтів, коли вам буде відомо, чого вони хочуть і якими є їхні проблеми. А якщо ви припустите помилки, то зможете швидше виправити її порівняно з конкурентами великого бізнесу.

## 5.4. Франчайзинг як різновид малого бізнесу та його роль у поєднанні переваг малого і великого бізнесу

**Франчайзинг** — система угод, за якими власник торгової марки, торгового імені чи авторських прав (*франчайзер*) дозволяє іншій фірмі (*франчазі*) використовувати їх за певних умов.

Популярності франчайзингу у всьому світі сприяє переважно те, що він поєднує перевагу малого і великого бізнесу. В діловому світі його ще називають королем малого бізнесу.

У цивілізованому світі став популярним вид франчайзингу, який називають *офіційним*. За такого франчайзингу фірм-виробник не тільки постачає продукт і надає свою торгову марку, а й складає бізнес-план, який включає маркетингову стратегію, інструкцію з експлуатації, контроль якості та двосторонній контракт. Ресторани, продовольчі магазини самообслуговування, магазини автозапчастин, агентства з торгівлі нерухомістю і майстерні — це лише невелика частина фірм, де використовується формальний діловий франчайзинг.

Франчайзинг — це і один із шляхів зростання для малих фірм. З точки зору франчайзодавця *перевагами* цього бізнесу є:

1) *добування капіталу*. Франчайзинг — шлях добування капіталу для розширення бізнесу. Деякий капітал надходить до материнської компанії через внесок, який сплачується за отримання права франчайзингу. Більше того, дочірня фірма здійснює витрати, пов'язані з відкриттям справи;

2) *економія за рахунок масштабів (ефект масштабу)*. Франчайзинг робить можливим досягнення економії за рахунок масштабів і

здійснення виробництва сировини і матеріалів, якими материнська компанія (франчайзер) забезпечує дочірні (франчазі). Материнська фірма (франчазодавець) також може отримати знижки від своїх постачальників, купуючи товари у великих кількостях (обсягах);

3) *мотивація*. Власники місцевого франчайзингу часто працюють старанніше і є більш мотивованими, ніж менеджери філій;

4) *здатність реагувати*. Франчазі можуть швидше реагувати на місцеві умови і залучати до бізнесу місцеве населення;

5) *трудові відносини*. Оскільки франчазоотримувач (франчазі) не працює на франчазодавця, то не виникають між ними і проблеми в трудових відносинах.

Франчайзинг має і недоліки, які є причиною невдач у франчайзингових операціях і заважають його розширювати масштаби деяких напрямів бізнесу. Серед недоліків з точки зору франчазодавця (материнської компанії) є:

1) *кредиторські вимоги*. Франчайзер часто повинен надавати кредит франчазі (дочірній компанії). Це знижує здатність цієї форми організації бізнесу добувати капітал;

2) *витрати на управління*. Стандартів якості не можна дотримуватися без високих витрат на підготовку кадрів франчазі (дочірньої компанії) і на відродження персоналу;

3) *трудові відносини*. Конфлікти з франчазі можуть виникнути через погані умови продажу, припинення існування франчазі, недоступність території тощо.

**Перспективи франчайзингу.** Франчайзинг має багато привабливих рис під кутом зору людей, які хочуть купити бізнес. Успіх франчазі набагато вищий за середній успіх малого бізнесу. За даними Міжнародної франчайзингової асоціації (МФА), 90 % усіх франчайзингів є успішними. Це свідчення на їх користь.

**Основними перевагами** для франчазі цієї форми бізнесу є:

а) *допомога у менеджменті*. Поганим менеджмент є найпоширенішою причиною невдач малих фірм. Франчазі отримує від материнської фірми допомогу на всіх стадіях управління. По-перше, він купує випробовану бізнес-концепцію і йому залишається лише «повернути ключ». По-друге, він часто проходить спеціальну підготовку в інститутах, як, наприклад, макдональдський знаменитий «Гамбургер У». По-третє, він отримує докладні інструкції і допомогу у щоденній роботі — від щорічного планування до місцевого рекламування;

б) *національний ринок*. Ринкова діяльність франчазі пропонує не тільки рекламу, а й вивчення ринку, розвиток нового виробництва тощо. Рекламування здійснюється звичайними для кожного телеглядача способами;

в) *фінансова допомога*. Багато франчазодавців фінансують частину початкового капіталу франчазі. Інші надають короткотермінові кредити на закупівлю сировини. У багатьох випадках під-



готовка для франчазі передбачає пораду, як вести справу з місцевими банками та іншими фінансовими інститутами.

Проте діяльність підприємств малого бізнесу за умов франчайзингу — це не завжди пряма дорога до моментального багатства. Навіть якщо вони працюють успішно, то потребують такої самої старанної роботи, як і на інших малих підприємствах. І хоча франчазодавці (материнські компанії) роблять все, аби захистити своїх франчазі (дочірні компанії) від краху, проте їхні прибутки можуть бути низькими.

**Недоліки франчайзингу** під кутом зору франчазі:

а) *розподіл прибутків*. Франчазі, на відміну від незалежного власника, мають ділитися прибутками з материнською фірмою. Виплати материнській компанії можуть набувати форми товарної ціни, або відсотку від продажу. До того ж франчазодавець часто отримує основний прибуток за сировину і матеріали, якими торгують у місцевому фірмовому магазині;

б) *обмеження незалежності*. Франчазі ніколи не має повної незалежності, яку мають інші фірми. Материнська компанія часто наполягає на дуже скрупульозному дотриманні стандартів;

в) *конфлікти з франчайзерами*. Багато франчазі вступають у серйозні конфлікти зі своїми франчайзерами. Відмова відновити угоди з франчайзингу через те, що франчазі вважають нечесною, є однією з основних причин конфлікту.

Коли всі «за» і «проти» франчайзингу з'ясовані, легко побачити, чому ця форма бізнесу стала такою популярною. Більшість її недоліків можна мінімізувати з належною передбачливістю. Насамперед потрібно запам'ятати, що франчайзинг зменшує, проте не виключає ризику та відповідальності власника малого бізнесу.

1. Не чекайте, що франчазодавець розпланує все для вас. Просто, починаючи створювати самостійну фірму, ви повинні з'ясувати, чи відповідає франчазі тому, чого ви хочете і чим можете займатися. Ви також маєте вирішити, чи вигідна продукція для продажу у вашій місцевості.

2. Звертайте увагу на якість навчання (освітніх програм), запропонованого франчазодавцем. Запам'ятайте, що це найбільша перевага у взаємовідносинах франчайзингу. Однак переконайтеся, що це справжня навчальна програма, а не передрукований матеріал у новій обкладинці.

3. Уважно перегляньте всю документацію франчазодавця. Чи товар випробуваний, чи це шахрайство? Чи довго франчазодавець був у бізнесі? Якими були його прибутки? Чи має він репутацію чесного і справедливого?

4. Вивчіть уважно закупівельну ціну. Якщо ви купили існуюче підприємство, то порівняйте потенційний прибуток з можливими витратами в межах можливого часу і справедливого капіталу.

5. Перегляньте франчайзингову угоду з адвокатом, який є фахівцем з таких питань. Чи містить угода обмеження і вимоги, які є

прийнятими лише для франчозодавця? Чи є умови чесного виходу з франчайзингу?

Наступною формою взаємовідносин між великим та малим бізнесом є **венчурний (ризиковий) бізнес**. З самого початку свого існування він розрахований на підприємницькі проекти, які через вищий ступінь ризику і ймовірності невдачі не можуть отримати необхідної фінансової підтримки з традиційних джерел. Використовується також в тих випадках, коли майно та інші активи підприємства не можуть слугувати гарантією для забезпечення банківського кредиту. Особливо важливою є роль венчурного бізнесу в процесі здійснення науково-технічних нововведень. Піднесення малого бізнесу в середині 80-х років минулого століття в розвинених країнах найінтенсивніше відбувалося в галузях, пов'язаних з інноваційною діяльністю й інформаційними технологіями. Він використовується для створення нових інноваційних компаній, розвитку й оновлення існуючих фірм, а також для фінансування приватизації державної власності.

Венчурне фінансування здійснюється у двох формах: придбаням акцій нових фірм або через надання різних видів кредиту. До основних донорів ризикового капіталу, що акумулюється венчурними фондами, належать приватні особи, пенсійні фонди, страхові компанії, великі корпорації, закордонні інвестори.

Для великого бізнесу цінність венчурного бізнесу полягає в можливості заощаджувати час, що витрачається на НДДКР і на перебудову виробничих програм. Його основний інтерес полягає у відстежуванні та відбиранні найперспективніших ідей і розробок у сфері малого бізнесу для подальшого оновлення та диверсифікації власного виробництва, а також для запобігання можливим загрозам з боку конкурентів.

Малий венчурний бізнес має низку особливостей, які відрізняють його від традиційного малого підприємства:

а) охоче ставлення до ризику, більш оперативна реалізація інновацій;

б) існування малих інноваційних підприємств є стимулом оновлення асортименту продукції, що виробляється у старих промислових корпораціях, які змушені постійно враховувати конкуренцію дрібних фірм;

в) значний інноваційний та економічний потенціал.

За даними Національного дослідницького бюро США, малі підприємства створили у чотири рази більше науково-технічних нововведень на один долар, витрачений на НДДКР, ніж великі підприємства. Вражаючим є досвід розвитку та підтримання венчурного бізнесу в розвинених країнах. Так, низка напрямів науково-технічного прогресу у приватному секторі США розвивається в основному завдяки малому бізнесу: біотехнологія, програмне забезпечення, наукове приладобудування. За даними Національного нау-



кового фонду, з початку 60-х до кінця 90-х років минулого століття в США було створено близько 30 тис. наукомістких компаній. Найбільше — в сферах, пов'язаних з інформаційними технологіями: програмне забезпечення, комп'ютерна техніка, електронні компоненти, телекомунікації; біотехнологія, оптика тощо. Специфіка цих сфер, яка принципово важлива для малого бізнесу, полягає в тому, що вони не потребують великих коштів або значних виробничих потужностей, тобто є не капіталомісткими галузями.

Розвиток взаємовідносин між малим підприємством та фінансовими організаціями є вкрай важливим і дієвим, здатним за короткий термін подолати один з природних недоліків малих підприємств — недостатність фінансових ресурсів.

Вітчизняними практиками-фінансистами напрацьовані механізми співпраці малих підприємств і фінансових комерційних структур, які подано в табл. 5.2.

*Таблиця 5.2. Механізм співпраці фінансових установ з малими підприємствами*

Механізм	Інтереси комерційних структур	Інтереси малих підприємств
Гарантійні фонди кредитування	Зниження ризиків (100 % погашення третіми особами) неповернення кредитів	Зниження ставки кредитування на 3 – 5 %
Пільгове кредитування	Мультиплікація обсягу виданих кредитів	Зниження ставок з кредитами на 4 % завдяки зниженню ставок по депозитах за мінімального рівня 20 %
Співфінансування	Якщо будь-хто з учасників може запропонувати дешевші ресурси в обмежених обсягах, то засоби, яких не вистачає, можна залучати з дорожчих джерел	Зниження середніх ставок за кредитами, залученими для реалізації проекту на 6 – 8 %
Лізинг	Забезпечення повернення основної частини кредиту у вигляді обладнання, що передається в лізинг	Відстрочення оплати устаткування, прискорена амортизація, зниження суми гарантій за відсотками на 2 – 3 %
Франчайзинг	Розширення бізнесу лише за рахунок змінних витрат	Економія на постійних витратах
Консалтинг	Підвищення якості підготовки та супроводу проекту	Економія на витратах з розроблення проекту на 2,5 – 3 %
Централізований бухгалтерський облік	Розширення клієнтської бази аудиторських фірм	Економія на нарахуваннях на зарплату бухгалтерії та податкового планування
Венчурне фінансування	Вихід на високодохідні проекти	Первинна фінансова підтримка інновацій
Кредитні спілки	Акумуляція грошових засобів	Пільги за цільового кредитування учасників на 5 – 7 %
Страховання	Зниження матеріальних та фінансових ресурсів	Зниження матеріальних та фінансових ресурсів

Досвід виходу з кризового стану економіки, накопичений постсоціалістичними країнами, засвідчує, що за відсутності необхідних

інвестицій високі темпи економічного зростання забезпечує розвиток малих підприємств, причому останні володіють чітко вираженою регіональною орієнтацією й активно впливають на оптимізацію структури регіональної економіки.

За іншим сценарієм розвивається мале підприємництво за інвестиційної підтримки, причому остання має низку вагомих джерел:

а) внутрішні ресурси країни: об'єднання та використання основних виробничих фондів великих підприємств, фінансування за допомогою вітчизняних кредитних спілок, політика державних замовлень, оптимізація податкової та амортизаційної політики;

б) залучення до участі в міжнародних фінансових програмах (на зразок ТАСІС); використання кредитних ресурсів міжнародних та іноземних кредитних інститутів (МВФ, ЕБРР тощо); розширення співпраці з іноземними партнерами на умовах лізингу, франчайзингу, дилерства тощо.

При цьому малий бізнес має розвиватися у тих сферах економіки, які забезпечують:

а) найкраще співвідношення «інвестиція/прибуток»;

б) короткий термін окупності витрат (АПК, легка та харчова промисловість);

в) істотний експортний потенціал та конкурентоспроможність (авіабудування, хімічна промисловість, металургія тощо).

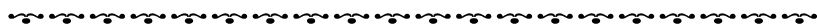
Однак значна іноземна експансія не відповідає державній політиці України, що наділена вагомим ресурсним потенціалом, очікуванням більшості населення та його менталітету, а основне — спричинює загрозу перетворення держави в місце зіткнення іноземних інтересів, переділу власності тощо.

Має право на життя й інноваційна спрямованість розвитку економіки держави, на території якої зосереджена інфраструктура науково-дослідних, випробувальних та інших об'єктів науково-технічної сфери; є відповідний кадровий потенціал; галузь чи окреме підприємство має можливість реалізувати інноваційну ідею, хоча перевага сьогодні на боці приватних підприємств виробничого сектору та сфери послуг.

У найближчій перспективі має бути досягнуте основне стратегічне завдання. Виходячи з масштабів країни, чисельності населення і кількості зайнятих у всіх сферах економіки, Україна, за підрахунками науковців, повинна мати близько 2,5 млн малих підприємств і не менше ніж 10 млн осіб, зайнятих у цій сфері бізнесу. Передбачається зростання частки малого та середнього бізнесу в економіці України, за оптимістичним сценарієм — в обсязі виробництва товарів та послуг до 35 %, а у частці зайнятого населення — понад 40 % (за даними офіційної статистики).

Чому малому бізнесу приділяється так багато уваги у всіх цивілізованих країнах світу? Для цього існують принаймні три причини:

♦ по-перше, малий бізнес охоплює майже половину всієї економіки. Це неможливо заперечувати;



- ♦ по-друге, сектор малого бізнесу — це джерело великого бізнесу. Більшість великих фірм розпочинали свою діяльність як малі;
- ♦ по-третє, великий бізнес має взяти багато повчального у малого. Проблем, що хвилюють великий бізнес, — повільна реакція до змін, втрата контакту із споживачем, виконання багатьох справ на неналежному рівні — малі фірми практично не мають.

**Для малого бізнесу потрібні люди, які вміють:**

- а) по-розумному ризикувати; б) бути самовпевненими; в) старанно працювати (працьовиті); г) мати перед собою цілі і отримувати задоволення від праці над їх досягненням; д) ніколи не зупинятися на досягнутому; ж) звітувати як за те, що вони роблять добре, так і за допущені помилки; з) бути новаторами, підприємцями.

## **5.5. Роль банківських установ у становленні малого бізнесу**

Чому, власне, ми вважаємо, що банки є основними партнерами підприємця, а керуючі банками — особами, від яких у багатьох випадках залежить доля малого бізнесу і того, хто вирішив ним зайнятися?

Вам, мабуть, доводилося бачити людину, яка вийшла з банку з виразом подиву на обличчі. Нею цілком ймовірно могла бути людина, яка займається малим бізнесом і яка вперше прийшла з візитом до цього банку. Які можуть бути причини почуттів, що виникають у таких людей? Адже, якщо довіряти рекламі, здебільшого банки зацікавлені в малому бізнесі і з симпатією ставляться до бізнесменів, що займаються ним. Можливо, що подив зумовлений невідповідністю фінансового стану і особистих якостей майбутнього бізнесмена тим вимогам, які висуває банк.

Подив може спричинити і розмова з керуючим банком, який більше цікавився особистістю відвідувача (найважливішим було, напевно, запитання: «Чи є у вас власний будинок?»), ніж справою, якою той вирішив зайнятися. Інакше кажучи, керуючий банком був більше занепокоєний тим, чи буде повернуто позику, які перспективи справи і якими можуть бути подальші угоди з банком. Наприкінці розмови керуючий заявив, що охоче розгляне професійно складений фінансовий план, однак не сказав, як це вплине на його рішення.

Отже, фінансові заклади під час оцінювання малого бізнесу схильні застосовувати два діаметрально протилежних підходи. *Перший* — пред'явлення до малого бізнесу вимог, пристосованих для середнього і великого бізнесу. Проте помилково думати, що малий бізнес — це зменшена модель великого бізнесу. *Другий* — банки схильні оцінювати особистість, а не бізнес. Звичайно, дуже важливо оцінити людину, яка вирішує зайнятися бізнесом. Проте для цього є інші шляхи. І зовсім не обов'язково з'ясувати, чи є у неї сімейний будинок, який доведеться продати, щоб повернути отриманий кредит, чи надіває він краватку, коли

приходить з візитом до керуючого банком. Особисті якості і здатність вести справу, звичайно, важливі, проте їх оцінювання має суб'єктивний характер. Необхідними тут є об'єктивні, але прості методи оцінювання малого бізнесу, які дають змогу принаймні вибрати тих, кому успіх (або провал) можна передбачити з високою ймовірністю. Про такі методи йтиметься пізніше, а поки що спробуємо розібратися, хто такий *керуючий* банком і що ним рухає.

Більшість ділових людей ніколи не бачили своїх керуючих банками і цілком задоволені звертаннями до конторських службовців, коли потрібно з'ясувати питання щодо їх рахунків, накопичень тощо. Тому доцільно пояснити деякі речі, які стосуються типової організації банків, а також їхньої ролі в житті людини, що займається малим бізнесом. В основному радники з малого бізнесу — люди молоді. Вони не розроблять для вас план створення справи і не забезпечать вас грошима, проте можуть допомогти подолати перші труднощі на шляху до малого бізнесу і, що особливо важливо, забезпечать вам доступ до інших відповідальних осіб (*бухгалтерів і повірених*).

Керуючі банками досить неохоче беруть участь у ризиковому бізнесі. Банківський службовець, як і будь-яка інша людина, вкладаючи гроші, хоче отримати найбільший прибуток за найменшого ризику.

*Банкір не вкладає гроші у бізнес, він просто «продает» гроші для бізнесу за певну ціну.* На щастя, банкіри не подібні до азартних гравців — вони ніколи не вкладають більше, ніж можуть собі дозволити втратити. *Тому, якщо керуючий банком дає вам гроші, то насамперед бере на себе ризик, який дорівнює одному шансові із десяти.* Тепер зрозуміло, чому в банку у вас запитають про гарантії і забезпечення, коли позичають кілька таких важливих для вас сотень тисяч гривень. Маючи такі гарантії, банк може використати більш гнучкий підхід під час надання позик «ризиковим» клієнтам і таким чином дотримуватися політики здорового глузду, тобто «не зберігати всі яйця в одному кошику».

На практиці буває досить важко визначити, куди вкласти гроші. Можна, звичайно, за допомогою комп'ютера розрахувати суму майбутніх дивідендів і прийняти рішення на цій основі.

Проте можна запропонувати кілька правил, розуміння і застосування яких не потребує комп'ютерної підготовки, але які допоможуть прийняти рішення і які, до речі, можна застосовувати як у малому, так і у великому бізнесі.

1. *Бізнес на складній техніці пов'язаний з високим ступенем ризику (через її постійне моральне старіння).* Наприклад, 90 % обсягу продажу комп'ютерної техніки у всьому світі морально старіють упродовж двох років!

2. *Деякі галузі економіки взагалі не пристосовані для малого бізнесу, навіть за умови випуску якісної продукції.* Наприклад,

нечасто трапляються приватні фірми у нафтопереробній або в металургійній промисловості тощо.

3. *Бізнес, де ставка робиться на моду*, як і на бізнес зі складною технікою, пов'язаний з дуже високим ризиком. Адже якщо ви не вгадали напрям і витратили гроші даремно, у вас не буде ні часу, ні грошей. Яскравим прикладом цьому є кубик Рубіка.

4. *Компанії, які постійно отримують невеликий прибуток*, скоріше можуть зазнати збитків, ніж компанії, де стабільно високий прибуток. Приклад тому — фермери, ціни на продукти яких визначаються світовим ринком, а їх якість — місцевими кліматичними умовами.

5. *Від стилю управління* в багатьох випадках залежать фінансові можливості фірми.

6. *Окремі галузі промисловості, сільського господарства є традиційно більш ризикованими, ніж інші*. Наприклад, житлове будівництво, легка промисловість, громадське харчування, рослинництво за рівнем ризику стоять значно вище за інших. Отже, ще до того як ви прийдете до свого керуючого банком, він, ймовірно, уже віднесе вас до однієї із названих категорій.

Більшість молодих бізнесменів не можуть чітко, коротко і достатньо повно описати керуючому банком свою справу, особливо, коли подають йому письмову анотацію про основну ідею і найважливіші цифрові дані свого бізнесу. Отже, той, хто зі знанням справи зробіть і те, й інше, буде прийнятим. Сплануйте зустріч з керуючим банком так, щоб підготуватися до розмови, написати анотацію, де мають бути відомості про рух готівки, діаграму життєздатності вашого бізнесу, ваші ідеї, різні факти, але найважливіше те, що вона неодмінно повинна бути якомога повнішою і чіткою. Керуючі банками потребують всебічних даних, тільки на їх основі вони зможуть зробити правильний аналіз.

Хочете ви цього чи ні, але до розмови з керуючим банком вам доведеться з'ясувати значення деяких фінансових термінів. Це допоможе уникнути недотепностей і навіть помилок. Подбайте про те, щоб ваше прохання відповідало можливостям банку. Коли ви закінчите ці приготування, то хоча б один раз прорепетируйте свою зустріч з керуючим банком. У цьому допоможе ваш помічник або товариш. Репетиція допоможе з'ясувати, чи точно ви встановили тривалість зустрічі і чи вагомі дібрали аргументи.

*Що необхідно для зустрічі з керуючим банком?*

1. Розуміння концепції вашого бізнесу відповідно до анотації і, зокрема, знання реального ринку (наприклад, що 30-денний кредит означає 45 днів!).

2. Ваша можливість погасити борг з достатнім резервом на непередбачені обставини (тобто ступінь прибутковості вашої справи).

3. Ваша залученість до справи (тобто знання ваших власних коштів, безпосередньо вкладених у справу, а також того, що ви ризикуєте втратити у разі розорення фірми).

4. Рівень гарантій, який ви можете забезпечити, якщо справа не розвиватиметься.

5. Ваше особисте минуле (це стосується як вашого досвіду в бізнесі, так і того, чи брали ви кредит у банках раніше).

6. Ваша особиста мета заняття бізнесом (краще, якщо вона буде такою самою, як і банку — отримання прибутку).

7. Ваша здібність надавати інформацію і забезпечувати себе інформацією.

8. Враження від вас (йдеться як про зовнішній вигляд, так і про розумові здібності). Хіпі, навіть «з печаткою великої ідеї» на обличчі, навряд чи може сподіватися на теплий прийом у керуючого банком, особливо, якщо він ще і запізниться.

9. Довіра до вас.

*Про що запитуватиме у вас керуючий банком і що ви повинні спитати у нього?*

Керуючий банком, напевно, попросить вас надати гарантії вашої платоспроможності. Такою гарантією для нього буде ваше нерухоме майно, проте і відсутність його зовсім не обов'язково призведе до відмови в кредиті або овердрафті. Позбавлення через суд бізнесмена нерухомого майна за позики, виселення його сім'ї із власного будинку відійшли в минуле. Ці заходи не відповідають духу нормального, сучасного суспільства розвинених країн. Однак пам'ятайте, що у банків є таке право і вони можуть його використати, якщо будуть упевненими, що справа провалилася через вашу недбайливість. Загалом прохання надати гарантії є швидше бажанням бути впевненим у вашій відданості справі і надихнути вас на успіх, а не відмовою у довірі з боку банку. Більше того, ви зовсім не зобов'язані надавати саме ті гарантії, які просить банк. Однак якщо вам потрібні гроші й особливо велика сума, то у вас не буде іншого виходу, як надати особисті гарантії або дати згоду банку оформити гарантії за рахунок вашого нерухомого майна.

Не забудьте запитати у керуючого банком, яку суму він збирається отримати від вас за свої послуги. Не давайте приводу ввести себе в сторону. Добивайтеся чіткої інформації про те, як керуючий розраховує ваші виплати банку. Майте на увазі, що ці виплати визначають як базу (відсоткова ставка, за якою самі банки отримують гроші в національному банку, тобто облікова ставка) плюс певний відсоток за послуги. Зазвичай розрахований для вас відсоток за наявності гарантій буде меншим, ніж за відсутності їх.

Причини відмови у кредиті з боку керуючого банком:

- 1) вашу ідею вважають необґрунтованою;
- 2) ідея бізнесу надто ризикована;
- 3) недостатні гарантії;
- 4) гарантія сама по собі є недостатньою, якщо немає фінансових зобов'язань позичальника;
- 5) поданий вами план бізнесу або недостатньо аргументований, або ґрунтується на помилкових, брехливих даних, або нереальний;



6) мета позики — виплатити якомога більшу суму заробітної плати;

7) у вас не складаються добрі стосунки з керуючим банком;

8) ви (або ваша дружина) не бажаєте надати необхідних гарантій.

*Бухгалтер-консультант* упевнено посідає друге місце після керуючого банком у міру неприязні до нього з боку бізнесменів. В основу такого ставлення покладено, напевно, відсутність взаєморозуміння.

*Що може порадити молодим бізнесменам бухгалтер-консультант у виборі бізнесу?*

♦ Відкрийте окремий банківський рахунок.

♦ Зареєструйте ваш бізнес.

♦ Ведіть реєстрацію доходів, витрат, видатків тощо.

♦ Розробіть схему руху готівки і на її основі розрахуйте, яка сума готівки вам необхідна (карта прогнозування руху готівки).

♦ Ведіть облік своїх заощаджень, які вкладаєте в справу. Проте значно корисніше розвивати бізнес за рахунок позик банку.

♦ Здійсніть поточні витрати (наприклад, купіть другий автомобіль) та інші витрати через відкритий банківський рахунок.

♦ Придбайте бібліотечку книг з проблем фінансів у малому бізнесі.

Крім того, бухгалтер-консультант, напевно, вказав би їм на такі можливості скорочення витрат:

а) втрати, неминучі в малому бізнесі (особливо в перші два роки), можна скоротити за рахунок податків;

б) оскільки ви використовуєте свій будинок для цілей бізнесу, можна частину витрат на його утримання сплачувати за рахунок вашої справи;

в) частину заробітної плати вашого партнера можна також сплачувати з відкритого в банку рахунку;

г) встановіть зарплату партнерів на такому рівні, який не оподатковується;

д) для ведення бухгалтерського обліку з вашого бізнесу виберіть систему, яка б не переобтяжувалася деталями і легко сприймалася співробітниками.

### **Запитання і завдання для самоперевірки**



**1.** У чому полягає суть малих форм господарювання? **2.** Розкрийте умови успіху в малому бізнесі. **3.** Назвіть переваги та недоліки малих форм господарювання. **4.** Які можливості малого бізнесу? **5.** Схарактеризуйте активні і пасивні форми малого бізнесу. **6.** Яка роль власника і менеджера у системі малих форм господарювання? **7.** Дайте характеристику франчайзингу. **8.** Які перспективи франчайзингу? **9.** Чому малому бізнесу приділяється так багато уваги у всіх цивілізованих країнах світу? **10.** Які ознаки притаманні людям, що вирішили зайнятися малим бізнесом? **11.** У чому полягає мистецтво збуту готової продукції?



## Розділ 6

# ОСОБИСТІ ЯКОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ ТА КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ



## 6.1. 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, вмівло і ефективно організовуючи 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, перебувають на другому плані.



Останнім часом у високорозвинених країнах широко практикують 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, які 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 у виборі життєвого кредо: «В дитинстві я придумав

Особисті якості підприємця та культура бізнесу



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, хоча мав все це в достатку. Сподіваюсь, я ніколи не проявив жадоби. Якби моїм основним прагненням було збагачення, то я міг би стати одним з найбагатших людей світу. Проте я не належу до них. Все своє життя я роздавав частину свого багатства, більше, ніж міг підрахувати. На щастя я завжди мав здатність робити гроші, і в мене залишалось достатньо для інших. Кредо мого дитинства все життя керувало моїми діями».

## 6.2. 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 розробляють довготермінові програми підготовки фахівців, у середніх і малих фірмах — орієнтовні плани залучення на роботу різних категорій працівників.

Якщо говорити про майбутніх кандидатів у бізнесмени або про фахівців 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 у середніх і малих фірмах.

Для багатьох американців правильне визначення своєї кар'єри має велике значення. Основна мета в цьому процесі — отримати 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 фахівця, 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 за 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 ситу-

ацій у різних галузях щодо попиту на робочу силу; зіставлення обраної спеціальності з особистими якостями і здібностями; освіта і професійна підготовка; отримання 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 отриманням чесних, об'єктивних відповідей на поставлене запитання, наприклад:

- ♦ Чому більше я надаю перевагу — 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.

**Зіставлення обраної спеціальності з особистими якостями і здібностями.** У розвинених країнах поширено багато тестів, які досить точно можуть допомогти розібратися з цього питання. Проте і без тестів є деякі загальні критерії. Так, цілком закономірно, що якщо людина хоче мати справу з числами, то швидше стане кваліфікованим бухгалтером або інженером, ніж письменником чи драматургом.

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

Кілька слів про проблему воркогалізму — 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 під кутом зору їх власного здоров'я, так і для бізнесу з погляду їхніх реальних здібностей кваліфіковано виконувати роботу. Ця проблема вивчається вченими: у багатьох фірмах прагнуть зробити все, щоб привести воркогаліків (трудогаліків) до нормального стану. Для цього за рахунок фірм організують спортивні заняття, виробничу гімнастику тощо, їх можуть звільнити від роботи для відпочинку. В США погано ставляться до людей, які беруть на себе зобов'язання, що не виконуються.

Вам буде цікаво ознайомитись із системою запитань, які здебільшого задають у відділі кадрів корпорацій під час знайомства 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 зумовлені бажанням займатися нею в перспективі або ж вас більше цікавить швидкий, що має грошове вираження, 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 закінчення школи можна відразу ж вступити до університету або коледжу (середній заклад 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, створені 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 Юніверсіті» 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 посідають середнє становище й обіймають посади в управлінській ієрархії корпорацій. Після закінчення коледжу багато американців починають свою справу.

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

Досить цікавою є співбесіда представника фірми зі студентами. Доброю манерою перед співбесідою є надання копії 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. Вважають за доцільне сформулювати попередньо всі запитання, які кандидат передбачає задати (вид роботи, особливості професійної підготовки, можливості підвищення 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, під кутом зору його кваліфікації, активності або інших можливостей?
- ♦ Що ви очікуєте 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 до відділу кадрів фірми або для співбесіди з керівниками фірми.

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

*Коротко- і довготермінові цілі:* короткотерміновою метою може бути використання власних знань і досвіду в галузі, довготерміновою — використання досвіду, накопиченого в цій фірмі, для обіймання посади в цій або іншій фірмі.

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

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

*Досвід роботи:* основну увагу приділити досвіду роботи в інших фірмах, який може стати у пригоді у цій фірмі.

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

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

Найкращим регулятором співбесіди 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. Вважають поганим тоном відповідати «так» чи «ні», проте неприпустима 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 ро-



бите послугу представникові фірми. Упродовж розмови бажано дивитися співрозмовнику в очі. Пам'ятайте, що ваша розмова пов'язана зі здобуттям інформації про фірму і можливу роботу, тому не треба соромитися задавати доцільні запитання. Основне — це прагнути себе добре проявити, тому всі запитання слід задавати широко і зацікавлено. Наприкінці співбесіди слід подякувати представникові фірми за наданий вам час і увагу. В разі потреби можна запропонувати фірмі будь-яку додаткову інформацію про себе.

Після розмови потрібно занотувати основні елементи її змісту, а згодом уважно ставитися до всіх контактів з представниками фірми і виконувати запропоновані ними рекомендації. Якщо перша співбесіда була успішною і вас запевнили, що відповідь отримає до певного терміну, необхідно почекати тиждень або до зазначеного терміну, після чого можна нагадати про себе. Під час нагадування про себе, пославшись на співбесіду, можна ще раз подякувати за неї і кількома словами підтвердити, що зацікавленість до роботи зберігається. Американці, на відміну від нас, ведуть нотатки в ході співбесіди, і це не вважають чимось безсоромним.

### 6.3. Якості, потрібні підприємцю

Для того щоб займатися підприємництвом, потрібно мати певні якості, без яких шанси на успіх підприємства досить обмежені. Якщо проаналізувати відомі випадки успішної діяльності колгоспу, радгоспу, заводу, бригади чи фірми, то можна дійти висновку, що здебільшого вони були пов'язані з особистістю окремих людей, підприємницькі якості яких дали змогу досягти успіхів за умов абсурдної адміністративно-командної системи управління.

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

На думку К. Рендолла, підприємець, як і провідний бізнесмен фірми, повинен мати сильний характер, бути чесним, сміливим у прийнятті рішень, відповідальним, тобто риси, які не можна замінити нічим. Він зазначав, що мати характер, отже, відчувати і розуміти моральні проблеми, сміливо правильно діяти за будь-яких обставин, що складаються в житті. Людина, наділена сильним характером, але нечесна, може врешті-решт накласти на компанію катастрофу. Підприємець, що не має таких рис, як чесність, порядність і обов'язковість, нічого не вартий.

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

## 6.4. Оцінювання здатності йти на ризик

Бізнес нагадує азартну гру, тому будь-який підприємець під час прийняття різних управлінських рішень (вибір сфери бізнесу, конкретного проекту, розподілення матеріальних, сировинних, фінансових та інших ресурсів, визначення місця розташування підприємства, цільового ринку, купівлі цінних паперів тощо) ризикує. За американськими стандартами, всіх людей поділяють на дві категорії: ризикових і більш обережних, які приймають рішення з мінімальними шансами на ризик. Важливо знати, до якої категорії ви належите (табл. 6.1).

Таблиця 6.1. Тест на визначення рис підприємця

Позитивна риса	Бал			
	4	3	2	1
Ініціатива	Шукає додаткову роботу	Винахідливий, тямущий під час виконання завдань	Виконує необхідний обсяг роботи без вказівок керівництва	Безініціативний і чекає вказівок
Стосунки з іншими людьми	Позитивне, приязне ставлення до людей	Привітний у поведінці, ввічливий	Іноді з ними важко працювати	Сварливий і некоммунікбельний
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 у переконанні людей, логічно мислить	Здібний організатор	Середні організаторські здібності	Поганий організатор
Рішучість	Швидкий і точний	Обґрунтований і обережний, обачливий	Швидкий, проте часто помиляється	Сумнівний і боязливий
Завзятість, наполегливість	Цілеспрямований, його нелегко збентежити труднощами	Постійно докладає зусилля	Середній рівень наполегливості й рішучості	Майже ніякої рішучості

Особисті якості підприємця та культура бізнесу



**Ризик** — це невизначеність в отриманні доходу взагалі або такого розміру доходу від інвестицій, на який розраховує підприємець.

Ось чому під час обчислення очікуваного доходу підприємницької структури й оцінювання її активів враховують (страхують) ризик.

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

Теорія раціонального портфеля Маркевича (розвив Шарп) наголошує, що на фінансовому ринку перебуває в обігу 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 розрізняють ризик 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 під час 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 незначним 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 у 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 — невід'ємні 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 під час оцінювання якостей можуть мати несприятливі наслідки для всієї майбутньої справи. У розвинених країнах використовують багато тестів, які допомагають визначити, чи здатна людина самостійно вести бізнес. 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 праворуч, відмітьте значення в балах кожної колонки (4, 3, 2, 1). Після підрахування вашого потенціалу володіння й 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 (див. табл. 6.1).

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

Великого значення в сучасному підприємстві 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 складно. В підприємстві важливо не тільки знати і розуміти цифри, факти і події, для чого дедалі ширше використовують комп'ютери або різного роду досье, а й уміти 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 потерпіли поразку в бізнесі, бо не змогли донести свої ідеї до свідомості людей із меншими інтелектуальними даними. Важливо також уміти стисло і точно писати і говорити.

Ось приклади деяких понять концептуального викладу інформації. Міжнародна торгівля — це вулиця з двостороннім рухом. Йдеться про те, що в торгівлі, яку здійснюють між собою держави, вони повинні використовувати однакові можливості для проникнення на ринки партнерів за однакових 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) позначаються на людських відносинах. Уявіть себе в ролі кредитора щодо своїх друзів або родичів і ви зрозумієте зміст короткої фрази «кредит псує взаємовідносини».

Бізнесмени відрізняються один від одного національними особливостями, рисами характеру тощо. Проте основне в них спільне — це те, що їм усім притаманні ініціатива і натхнення. Особиста ініціатива має вирішальне значення в підприємстві, оскільки підприємець робить усе, що хоче, без підказок і будь-яких наказів, тобто робить усе сам. Успіх буде лише тоді, коли ініціатива конструктивна, інакше кажучи, 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 велике значення для розвитку сучасних галузей промисловості. Наприклад, Р. Дизель, спостерігаючи використання тубільцями Самоа бамбукових трубок для випускання вогню, дійшов 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 сприяло створенню 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.

## **6.5. 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 глибшого ознайомлення виявляється досить поверховою. Основне, 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 роз-

в'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.

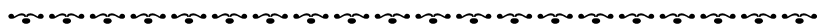
Може і правильно, що підприємцем треба народитися, маючи на увазі наявність певних природних задатків. Проте велика історія зарубіжного підприємництва, і насамперед американського, засвідчує, що навіть найталановитіші бізнесмени терпіли невдачі через те, що нехтували правилами постійного навчання і вдосконалення. 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 найздібніші фахівці, і до втрати фірмою своїх позицій до кінця 20-х років.

Сьогодні підприємець — це не просто власник будь-якої справи, він має знати досить багато. Час неграмотних, але досить здібних підприємців минув. К. Рендолл вважає, що бізнес відчайдушно потребує мудрості й натхнення вчених людей. Бізнесу потрібні дедалі нові кадри навчених молодих юнаків і дівчат, 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 попрощатися зі своєю свободою внаслідок прямого контролю держави.

Чи можна взагалі навчитися підприємництву? Методи, принципи, правила, прийоми теорії і практики бізнесу підприємницької діяльності можна вивчати так само, як й 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 за сучасних умов 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 переробляють 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 фахівців (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 й елементи інформаційної культури. Слід зазначити, що за кордоном підприємництва (історії, методам, традиціям, досвіду тощо) 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. Добрі менеджери повинні мати навички стратегічного мислення, систематичного аналізу. Взагалі, це досить творчі фахівці.

Щодо конкретної користі опанування бізнесом як академічним предметом, то вивчення досвіду закордонних підприємств допоможе:

- ♦ краще уявити можливості найоптимальнішого (під кутом зору матеріальної винагороди) використання своєї праці;
- ♦ зробити кваліфікований вибір ділової кар'єри;
- ♦ використати американський досвід під час вивчення 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, чи 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 преамбулою до практичного менеджменту. Людина, яка не вміє управляти своїми особистими справами, навряд чи зможе досягти великих успіхів на ниві підприємництва.

## 6.6. Що можна і чого не можна в підприємстві? Етика підприємництва

**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), установлених або санкціонованих державою.

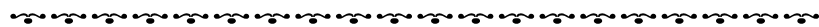
Будь-яка людська діяльність, у тому числі і підприємництво, має етичні та правові критерії й межі. Закони, що розробляє держава, дають можливість суспільству проводити в життя свою волю, яка стосується, зокрема, морально-етичних параметрів бізнесу.

У цьому параграфі приділено увагу етичним і правовим питанням, пов'язаним з підприємницькою діяльністю. По-перше, бурхливий розвиток кооперативних, приватних та інших госпрозрахункових підприємницьких утворень у нашій країні оголив вкрай низькі етичні основи для бізнесу і надмірно низьку правову культуру за відсутності правових норм, без яких нормальна підприємницька діяльність не може відбуватися без ускладнень. По-друге, широкі контакти наших ділових людей з іноземними бізнесменами ще більше загострили ці дефіцити на тлі 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 з давніх часів, проте ставлення до нього було двояким. З одного боку, повага і розуміння користі для суспільства діяльності підприємливих людей у різних галузях, з іншого — задрість до їхнього успіху і добробуту, звинувачення у хитроцях, 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 вважали одним з найганебніших 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... злочинства. Наприкінці XVIII ст. Наполеон називав англійців крамарями, 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 поняття «підприємець», «ділова людина», «бізнесмен», «комерсант» все ще не мають того суспільного статусу, якого вони заслуговують. Досі в суспільстві переважає негативне



ставлення до працівників державної й особливо кооперативної торгівлі, кооператорів, взагалі до підприємливих керівників у сферах промисловості, сільського господарства, транспорту тощо. Важко позбутися свідомо сформованих за багато десятиліть 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. 6.1).

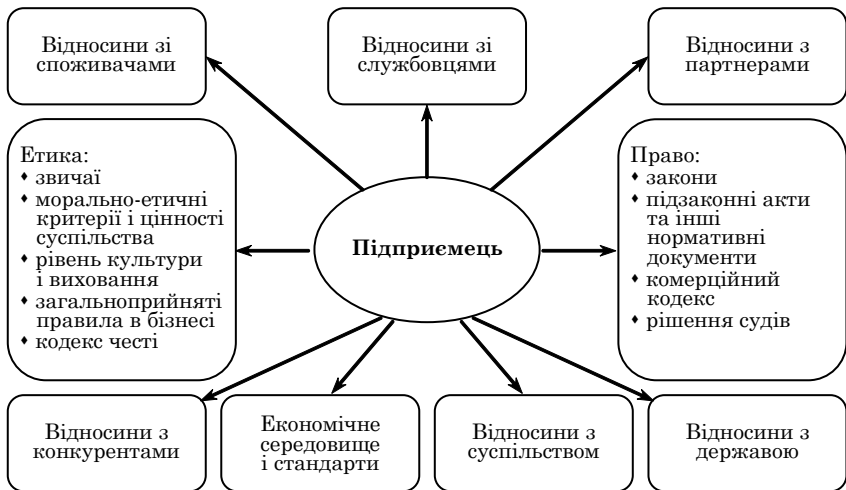


Рис. 6.1. Етичні та правові критерії підприємництва

Існує немало етичних критеріїв цивілізованого підприємництва, проте особливе місце належить чесності й добропорядності у ділових відносинах. Ще О. Уайльд зазначав, що спокуса найбільше 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 зазнають впливу спокуси. Проте, незважаючи на ці принади, чесність і порядність є невід'ємними рисами 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 щороку продають на основі усних угод без свідків. Товари на мільярди доларів продають щороку на основі неформальних контрактів. Більшість оптових і роздрібних фірм довіря-

ють 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 відомим був звичай «бити по руках», що свідчило про формальне укладення угоди. Подібна практика сучасного підприємництва є наслідком тривалого процесу розвитку бізнесу, в ході якого відпрацьовано 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 щодо 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 негативно позначається не лише на самих підприємцях, а й завдає величезної шкоди ставленню суспільства до створюваного підприємництва.

На Заході в пресі або в спеціальних ділових виданнях регулярно наводяться приклади неетичного підприємництва конкретних фірм і корпорацій, діяльність яких, що не порушує 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 іспитів? (У США це питання має практичне значення, оскільки більшість студентів досить відповідально ставляться 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 як 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 притаманні нашим народам (ділова кмітливість, 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 вищими від середніх здібностями і вмінням, з «нездоровими інстинктами», на яких трималося все наше життя.

Слід звернути увагу на те, що, переймаючи американський досвід підприємництва, потрібно враховувати 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 похмурої 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 *консюмеризм* (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 й 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 сходинками тощо.

Проблема незадоволення службовців і робітників у цих країнах досить поширена. Причини найрізноманітніші: монотонність, без-

думність, рутинність операцій, відчуженість працівника, проблеми мотивації тощо.

*Отже, на підприємця сьогодні впливають правові та етичні норми, а також 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 у 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.

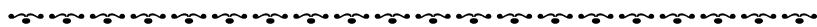
Дійсно, американські закони дають простір підприємцям і бізнесменам для укладання найсміливіших і найнесподіваніших угод. Водночас є багато законів, які надають необмежені права споживачам і тримають у жорстких межах підприємців. Наприклад, будь-яка людина або фірма може звернутися до суду з позовом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

## 6.7. Культура підприємництва

Осмилення 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.

Тривалий 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 внутрішньокорпоративного управління. У сучасній концепції менеджменту економічну культуру корпорації розглядають як вирішальний чинник формування внутрішньокорпоративного механізму прийняття рішень, середовищеутворювальну основу дія-



льності фірми, що забезпечує єдність дій співробітників, контроль і стимулювання поведінки працівників фірми.

Стрімкий розвиток орендних, кооперативних, акціонерних, пайових підприємств висуває 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 накопичено західноєвропейською, американською, японською традиціями корпоративної культури, створити на вітчизняних підприємствах такі організаційні умови, які б сприяли сприйняттю 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 формують 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. Інакше кажучи, під час здійснення 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. Членів групи добирають відповідно до професійної компетентності, а не на основі персональних зв'язків, і єдність груп забезпечується через систему взаємовідносин типу «контракт», за яких кожний, хто входить до її складу, укладає строковий договір, що чітко визначає його права й обов'язки у межах певного колективу.

Розглядаючи японське підприємство як соціальну групу, можна виділити таку його специфічну рису. Велике значення має формування 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 працівників високої трудової моралі і вдосконаленні їхньої кваліфікації. Участь в інноваційному процесі потребує від працівника нових технічних знань, здібностей, докладного 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 хоча й 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 фахівців і підприємців. На їхню думку, найбільший успіх у 90-х роках мали корпорації, які можна назвати «навчальними організаціями». Йшлося про підприємства, що постійно пристосовуються до змінної реальності, співробітники яких можуть самостійно мислити, визначати проблеми і шукати шляхи вирішення їх. Керівники таких підприємств повинні організовувати роботу так, щоб кожний співробітник мав змогу приймати оперативні рішення з поточних проблем. Водночас, що більше делегується повноважень, то істотнішою є потреба у високій культурі підприємництва.

Для підтримання і розвитку культури підприємницької діяльності корпорації спрямовуються багатомільярдні інвестиції. Так, у 1993 р. американські корпорації витратили майже 8 млрд доларів на програми впливу на мислення персоналу з використанням нетрадиційних форм такого впливу (гіпноз, медитація, психологічне розвантаження тощо). У цій галузі діють сотні консультативних фірм. В усіх ділових журналах є рубрики, присвячені питанням 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: 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 потребуватимуть 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 основне джерело досягнення успіхів щодо якості і продуктивності. Кожного працівника цінують як потенційного носія ідей, а не просто як діючу пару робочих рук.

### **Запитання і завдання для самоперевірки**



---

**1.** Як здійснюються вибір і планування кар'єри в бізнесі? **2.** За якими критеріями визначають особисті якості й здібності підприємця? **3.** Чи можна навчитися підприємництву? **4.** Схарактеризуйте основні етичні критерії в бізнесі. **5.** Розкрийте основні вимоги до культури в підприємстві.



## Розділ 7

# РИНКОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ В АГРОПРОМИСЛОВІЙ СФЕРІ, ЙОГО ВИВЧЕННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ

## 7.1. Суть ринкового середовища в агропромисловій сфері

Україна нині перебуває на етапі активного реформування ринкового середовища, яке дає змогу зупинити руйнацію економіки, стабілізувати систему господарювання та започаткувати елементи сталого розвитку суспільства. Основним стримувальним чинником у цьому процесі є брак досвіду, часу та інвестицій. Великі труднощі створюють також відсутність належної правової бази, яка кореспондується з основними принципами ведення бізнесу в розвинених країнах, розбіжність стандартів на продукцію тощо. Проте основним досягненням останніх років є розуміння шляхів подальшого розвитку, які ґрунтуються на основних складових ринкової економіки: конкуренція, лібералізація, відкритість ринків, закономірна послідовність державної політики, відсутність дискримінації або недобросовісної конкуренції.

Будь-яка організація перебуває і функціонує в середовищі. Діяльність усіх без винятку організацій можлива тільки в тому випадку, якщо середовище дає змогу її здійснити, оскільки середовище організації є джерелом її життєвої сили. Воно містить у собі потенціал, що дає можливість організації функціонувати, а отже, існувати і виживати у відповідному проміжку часу.

Ринкове середовище в агропромисловій сфері, його вивчення і прогнозування



Однак середовище може також бути і джерелом проблем і навіть краху організації, якщо воно не забезпечує необхідного функціонування її.

Ринкове середовище для більшості українських підприємств на національному ринку сьогодні не є дуже сприятливим. Негативно впливають на діяльність вітчизняних виробників низька платоспроможність значної частини населення, засилля іноземних товарів не завжди високої якості, несприятлива банківська політика, відсутність протекціонізму з боку держави. Це призводить до того, що більшість вітчизняних підприємств мають певні проблеми зі збутом власної продукції.

Тому, щоб ефективно конкурувати на ринку, підприємство має ґрунтуватися на вивченні відносин, які можна схарактеризувати за допомогою системи «середовище — підприємство». Більшість існуючих сьогодні концепцій управління поділяють підхід до підприємства як відкритої системи, що постійно взаємодіє з окремими елементами зовнішнього середовища: іншими підприємствами, банками, і дає йому змогу підтримувати більш-менш стійке становище, виживати в умовах, що постійно змінюються.

Вплив середовища на підприємство залежить від його таких характеристик:

1) *складність середовища* — визначається кількістю його компонент, які впливають на функціонування організації та інтенсивністю взаємодії між ними;

2) *динамічність середовища* — характеризується кількістю змін середовища за одиницю часу та подібністю змін;

3) *невизначеність середовища* — визначається кількістю інформації про компоненти та зміни в середовищі, а також її якістю.

Перше достатньо глибоке дослідження взаємозв'язків між середовищем і структурою було проведено Т. Барнсом і Дж. Сталкером. Вони ідентифікували два крайніх типи середовища: стабільне (яке залишається відносно сталим у часі) і нестабільне (для якого притаманні невизначеність та швидкі зміни).

Концепцію Т. Барнса і Дж. Сталкера розвинули професори Гарвардського університету Лоуренс і Лорш, погоджуючись з тим, що чинники середовища впливають на організацію, однак вважали, що такий вплив не може бути однаковим на різні структурні одиниці тієї самої організації. Вони висунули гіпотезу, а потім і довели, що кожний структурний підрозділ організації має своє власне унікальне середовище, відповідно до якого і має здійснюватися його організаційна побудова. Їх дослідження дають змогу дійти таких висновків:

1. Середовище організації не є однозначно стабільним або нестабільним. Організація зазвичай має справу з багатьма середовищами (у кожного структурного підрозділу є своє середовище) з

різним ступенем невизначеності. Внаслідок цього структурні підрозділи повинні враховувати вимоги свого власного середовища.

2. Успішна організація вирішує проблему побудови раціональної організаційної структури пристосуванням структури своїх окремих підрозділів до вимог їх власного унікального ринкового середовища (рис. 7.1).

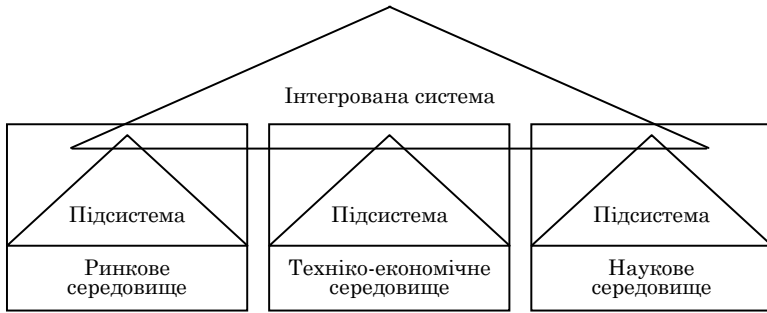


Рис. 7.1. Графічна інтерпретація концепції Лоуренса — Лорша

Для того щоб визначити стратегію поведінки організації і впровадити цю стратегію в життя, керівництво повинно мати чітке уявлення як про ринкове середовище організації, його потенціал і тенденції розвитку, так і місце, що посідає в ньому організація. При цьому внутрішнє середовище вивчають для того, щоб розкрити сильні та слабкі місця організації, а зовнішнє — насамперед для розкриття тих загроз і можливостей, які організація має враховувати під час визначення своїх цілей і шляхів досягнення їх (рис. 7.2).

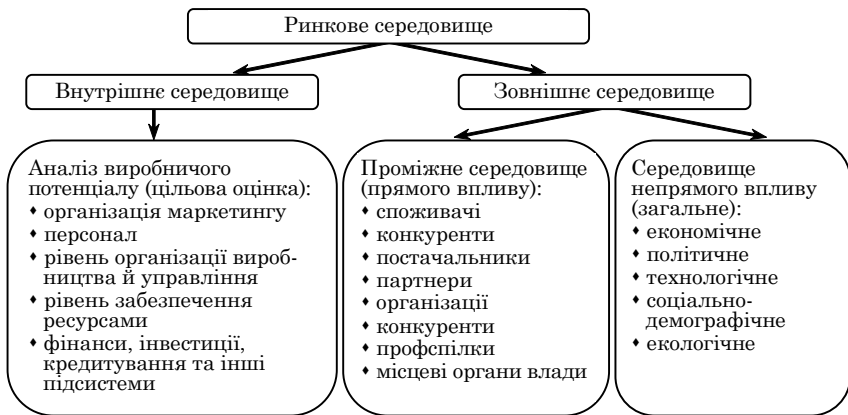


Рис. 7.2. Чинники ринкового середовища



## 7.2. Вивчення та аналіз чинників внутрішнього середовища

Відповідно до рис. 7.2 аналіз середовища передбачає такі етапи: аналіз зовнішнього середовища організації; аналіз проміжного (безпосереднього) середовища організації; аналіз внутрішнього середовища організації. Макросередовище створює загальні умови перебування організації в зовнішньому середовищі. Здебільшого макросередовище не має специфічного характеру безпосередньо щодо окремої взятої організації, хоча ступінь впливу стану макросередовища на різні організації різний, що пов'язано з відмінностями як у сферах діяльності, так і з внутрішнім потенціалом організацій.

Сільськогосподарське підприємництво не може формуватися за умов, однакових з іншими галузями, тому в сільському господарстві виділяють зовнішнє і внутрішнє середовище.

Внутрішнє середовище сформоване повністю активними базовими складовими, лише в тій їх частині, параметри яких відрізняються від сформованих на зовнішньому рівні. Це стосується цінного середовища, яке має забезпечувати еквівалентність цін між сільським господарством та I і III сферами АПК регулюванням доходів сільськогосподарських товаровиробників на основі встановлення однакової суми прибутку на рівновеликий капітал. Фінансово-кредитний механізм формується не під впливом ринкових важелів, а передбачає пільгове кредитування сільськогосподарських товаровиробників на міжсезонний період, фінансування державою цільових програм щодо створення власної інноваційної бази, фінансовий захист з боку держави через систему дотацій, субсидій тощо. Базові складові передбачають також податкову систему щодо сільського господарства, необхідне організаційно-правове та соціальне середовище. Для нормального функціонування сільськогосподарських товаровиробників у ринковій економіці має бути сформована потужна інфраструктура — організаційно-технічна сфера. Йдеться про створення обслуговуючих сільськогосподарських кооперативів з надання різних послуг, у тому числі маркетингових, страхувальних, закупівельних, збутових, обслуговуючих, постачальницьких, переробних.

Аналіз внутрішнього середовища підприємства має здійснюватися з урахуванням тенденцій, що склалися в зовнішньому середовищі. У процесі цього аналізу перевіряють всю систему господарювання підприємства щодо реалізації можливостей, які зовнішнє середовище надає підприємству, а також вживають заходів щодо запобігання й послаблення загрози його існуванню, тобто виявляють сильні і слабкі сторони ймовірності реалізації перших і подолання останніх.

До чинників внутрішнього середовища належать: рівень організації виробництва; персонал; рівень забезпечення ресурсами;

рівень виробництва (технології); рівень науково-технічного забезпечення; організація маркетингу; фінанси, інвестиції, кредитування та інші підсистеми (див. рис. 7.2).

**Рівень організації виробництва** внутрішнього середовища охоплює такі процеси, як:

- ♦ комунікаційні процеси;
- ♦ організаційні структури;
- ♦ норми, правила, процедури;
- ♦ розподіл прав і відповідальності;
- ♦ ієрархію підпорядкування.

**Кадрове забезпечення:**

- ♦ взаємодія менеджерів і робітників;
- ♦ наймання, навчання і просування кадрів;
- ♦ оцінювання результатів праці і стимулювання;
- ♦ створення і підтримання взаємовідносин між працівниками

тощо.

**Рівень виробництва та науково-технічного забезпечення:**

- ♦ виготовлення продукту;
- ♦ постачання і ведення складського господарства;
- ♦ обслуговування технологічного парку;
- ♦ здійснення досліджень і розробок.

**Організація маркетингу** внутрішнього середовища організації охоплює питання, пов'язані з реалізацією продукції:

- ♦ стратегії продукту і ціноутворення;
- ♦ стратегія просування продукту на ринку;
- ♦ вибір ринків збуту і систем розподілу.

**Фінанси та інвестиції** включають процеси, пов'язані із забезпеченням ефективного використання і руху коштів в організації:

- ♦ підтримання належного рівня ліквідності і забезпечення прибутковості;
- ♦ створення інвестиційних можливостей тощо

Внутрішнє середовище немов цілком пронизується *організаційною культурою*, яку також потрібно серйозно вивчати.

Порівняльна характеристика дає змогу виявити ключові, внутрішні чинники конкурентоспроможності, які допомагають підприємству забезпечувати досить тривале функціонування та розвиток в умовах несталого, динамічного, нерідко ворожого оточення.

Сформовано три основних підходи до аналізу чинників внутрішнього середовища (виробничого потенціалу): ресурсний (або обліково-звітний), структурний (функціональний) та цільовий (проблемно-орієнтований).

**Ресурсний підхід**, зорієнтований на визначення виробничого потенціалу як сукупності виробничих ресурсів, визначає його величину як суму фізичних і вартісних оцінок окремих його складових. Оцінюючи виробничий потенціал, треба враховувати: матері-



ально-технічні ресурси з окремим дослідженням знарядь і засобів праці; трудові ресурси, енергетичні й інформаційні ресурси, фінансові (грошові) ресурси. Ресурси мають вартісну оцінку та цільову спрямованість на створення доданої та споживчої вартості.

**Структурний підхід**, зорієнтований на визначення раціональної структури виробничого потенціалу підприємства, визначає його величину виходячи з прогресивних норм і нормативних співвідношень, заданих найдосконалішими технологіями, організацією виробництва загалом і окремих підсистем підприємства, що використовуються в галузі сільського господарства.

**Цільовий підхід**, спрямований на визначення відповідності наявного потенціалу досягненню поставлених цілей, визначає його величину як рівень відповідності окремих складових потенціалу необхідному, дещо ідеальному уявленню про склад, структуру та механізми функціонування потенціалу для виробництва конкурентоспроможної продукції.

Загальними показниками, які використовують для аналізу внутрішнього середовища підприємства, є:

- ♦ імідж підприємства, наявність чітко визначених цілей та стратегії;
- ♦ рівень самостійності підприємства (форма власності);
- ♦ конкурентоспроможність підприємства;
- ♦ рівень концентрації (оптимальність розмірів);
- ♦ рівень спеціалізації та можливість виробничої диверсифікації;
- ♦ профіль виробничого потенціалу;
- ♦ фаза «життєвого циклу» підприємства та окремих його частин;
- ♦ капітало-, науко- і трудомісткість продукції;
- ♦ додана вартість продукту.

Усі складові внутрішнього середовища (мікросередовища) взаємопов'язані. За істотних змін однієї з них відбувається «ланцюгова реакція», тобто виникає потреба у зміні інших чинників.

### **7.3. Вивчення та аналіз чинників зовнішнього середовища**

Аналіз кризової ситуації, в який опинилося агропромислове виробництво України, свідчить, що зовнішнє середовище агропромислових формувань характеризується підвищеною складністю, оскільки чинників, на які організація змушена відреагувати, надзвичайно багато, та сила впливу доволі відчутна на її внутрішні зміни. Для зовнішнього середовища підприємств АПК притаманна підвищена рухомість, оскільки зміни у ньому відбуваються надзвичайно швидко. Невизначеність зовнішнього середовища агропромислових формувань спричинена недостатньою кількістю

інформації про різноманітні зміни. Звідси випливає, що за таких умов їхнім менеджерам важко здійснювати управління організаціями. Тому першою найважливішою умовою забезпечення виживання та успіху організації є вміння керівників оперативно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі захисними функціями з метою нейтралізації негативного впливу на її внутрішні складові. Навіть якби зміни, що відбуваються в ньому, були незначними, все ж керівникам потрібно звертати на них увагу, оскільки організація залежить від зовнішнього середовища в багатьох аспектах (зокрема, у виборі постачальників, споживачів, посередників, у конкурентній боротьбі). Від цих чинників залежить виживання організації, тому, з одного боку, менеджер повинен виявити найістотніші з них, які впливають на внутрішнє середовище, а з другого — запропонувати найкращі способи реакції на зміну їх. У цьому плані організації подібні до живих організмів, оскільки, згідно з теорією Ч. Дарвіна, вижити змогли лише ті, які пристосувалися до умов навколишнього середовища.

Отже, *перша проблема, з якою зітхотвхнеться менеджер, — це визначення зовнішнього середовища його організації, друга — обмеження обліку його. Третя проблема полягає у виборі найкращих способів реакції на зміни у зовнішньому середовищі.*

Звідси випливає, що зовнішнє середовище буває прямої (пряміжнє середовище) і непрямой (середовище непрямой впливу) дії. Чинники прямої дії — це ті, які безпосередньо впливають на діяльність організації і на які вона насамперед повинна реагувати.

До **чинників прямої дії** належать: споживачі, постачальники, посередники, конкуренти, державні органи влади та ін.

Потреба найефективнішого використання зв'язків із зовнішнім середовищем спонукала до низки досліджень для визначення сутності, структури й механізмів функціонування проміжного зовнішнього середовища, яке безпосередньо впливає на результати діяльності підприємства і на яке підприємство може впливати через встановлення ефективних комунікацій.

Для підприємств аналіз чинників проміжного ринкового середовища здійснюється з метою виявлення характеру середовища та вимог, які висуваються до господарюючих суб'єктів, а для регулювальних органів — недоліків та негативних тенденцій, що можуть призвести до дисгармонії розвитку ринку.

Визнанням лідером розроблення конкурентного аналізу зовнішнього середовища чинників прямої дії є професор Гарвардської школи бізнесу М. Портер, автор основних моделей з визначення основних сил конкуренції й варіантів конкурентних стратегій. Відповідно до досліджень М. Портера, стан конкуренції на певному ринку визначають п'ять конкурентних сил (рис. 7.3):

1. Суперництво між існуючими конкурентами в галузі (внутрішньогалузева конкуренція).



2. Товари-замінники.
3. Нові конкуренти.
4. Ринкова влада постачальників.
5. Сила впливу покупців.

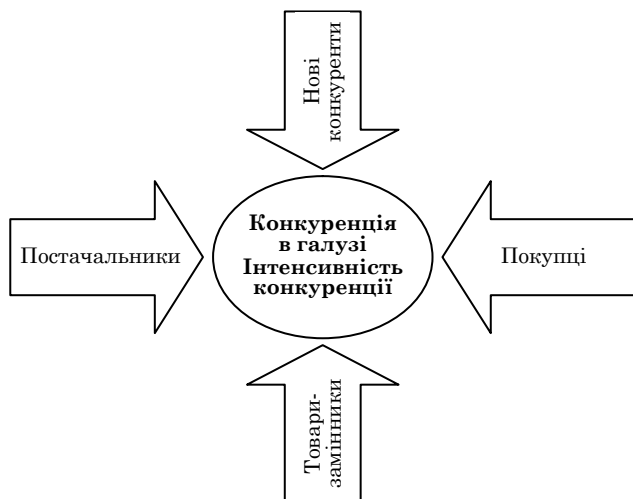


Рис. 7.3. П'ять сил конкуренції

1. *Суперництво між існуючими конкурентами в галузі.* Інтенсивність конкуренції може коливатися від мирного співіснування до твердих і грубих способів витіснення з галузі. Найсильніше виявляє себе конкуренція в галузях АПК, для яких характерні:

- ♦ велика кількість конкурентів;
- ♦ однорідність товарів, що випускають;
- ♦ наявність бар'єрів зниження витрат, наприклад, стабільно високі постійні витрати;
- ♦ високі вихідні бар'єри (коли підприємство не може вийти з галузі, не отримавши при цьому значних збитків);
- ♦ зрілість, насиченість ринків.

Одним із способів зменшити тиск внутрішньогалузевої конкуренції є використання порівняльних переваг, якими володіє підприємство.

2. *Товари-замінники.* Загострити конкуренцію може поява товарів, що ефективно задовольняють ті самі потреби, але трохи іншим способом.

Перешкодами на шляху товарів-субститутів можуть стати:

- ♦ проведення цінової конкуренції, що відволікає увагу покупця із проблеми якості на зниження ціни;
- ♦ рекламні атаки на споживачів;
- ♦ виробництво нових, привабливих продуктів;

♦ поліпшення якості обслуговування під час продажу й поширення товару.

3. *Нові конкуренти.* Вагомий вплив має такий чинник, як конкуренти, його дія спостерігається на всі змінні внутрішнього середовища. Конкурентна боротьба відбувається між організаціями не тільки за споживача, а й за надійних постачальників, нові технології, вигідних посередників та ін.

Їхня поява в галузі може запобігти таким вхідним бар'ерам:

♦ економія на масштабі й досвіді виробництва підприємств, що вже закріпилися в галузі, допомагає втримувати витрати на такому низькому рівні, який недоступний потенційним конкурентам;

♦ диференціація продуктів і послуг, тобто опора на торгові марки, що підкреслюють унікальність товару й визнання його покупцями;

♦ потреба в капіталі. Дуже часто ефективна конкуренція потребує великих первісних інвестицій;

♦ витрати переорієнтації, пов'язані зі зміною постачальників, перенавчанням персоналу, науковими й проектними розробками нового продукту тощо;

♦ необхідність створення нової системи каналів розподілення;

♦ політика держави (уряду), несприятлива для проникнення на ринок, наприклад, установлення високих мит для іноземних конкурентів або відсутність пільгових державних субсидій для новачків.

4. *Ринкова влада постачальників.* Підприємство конкурує, тобто веде економічну боротьбу, не тільки із собі подібними виробниками, а й зі своїми контрагентами-постачальниками, конкурентами. Постачальники мають значний вплив на досягнення організації мети, оскільки від того, наскільки якісна сировина, матеріали поставлятимуться, залежить результат діяльності.

Сильні постачальники можуть:

♦ підвищувати ціну на свої товари;

♦ знижувати якість продуктів, що поставляють, і послуг.

Сила постачальників визначається:

♦ наявністю великих компаній-постачальників;

♦ відсутністю заміників товарів, що поставляють;

♦ ситуацією, коли галузь, куди здійснюються поставки, є одним з неосновних замовників;

♦ вирішальним значенням товарів, що поставляють, у низці необхідних економічних ресурсів;

♦ здатністю приєднати фірму-покупця вертикальною інтеграцією.

Діяльність постачальників впливає на технологію, оскільки з її зміною доводиться проводити серед них відбір і залишати тих, які найбільш вдало можуть організувати технологічний процес, виконати поставлені завдання. Цей чинник також впливає на структуру організації, особливо це стосується служби маркетингу. Оскі-



льки кількість постачальників може збільшуватися, то можливе створення нових структурних підрозділів або нових посад. Зазвичай для того щоб працювати з відібраними постачальниками, необхідна перепідготовка кадрів чи прийняття на роботу більш кваліфікованих працівників. Цей приклад показує, що один з чинників зовнішнього середовища прямої дії впливає на всі чинники внутрішнього середовища організації.

5. *Сила впливу покупців.* Конкуренція з боку покупців виявляється:

- ♦ тиском на ціни з метою зниження їх;
- ♦ вимогами вищої якості;
- ♦ вимогами кращого обслуговування;
- ♦ зведенням внутрішньогалузевих конкурентів один з одним.

Сила покупця залежить від:

- ♦ згуртованості й сконцентрованості групи споживачів;
- ♦ ступеня важливості продукції для покупців;
- ♦ діапазону застосування продукції;
- ♦ ступеня однорідності продукції;
- ♦ рівня інформованості споживачів;
- ♦ інших чинників.

Отже, концепція п'яти сил конкуренції — це інструмент, що дає змогу практично аналізувати ступінь інтенсивності конкуренції на конкретних ринках. Власне кажучи, так і роблять підприємства перед прийняттям стратегічних рішень про входження в нову для себе галузь або про вихід із безперспективної галузі. Для цього вони послідовно оцінюють ситуацію в галузі з погляду дії кожної з п'яти сил, зважують свої можливості протистояти виявленим погрозам і приймають обґрунтоване рішення.

**Чинниками непрямої дії** є такі, які не мають безпосереднього впливу на діяльність організації, проте вона повинна їх враховувати і в разі потреби відреагувати на них. До чинників непрямої дії належать: економічні, науково-технічні, соціокультурні, політичні, екологічні, соціальні, міжнародні, а також природне середовище.

**Економічні чинники.** Керівництво повинно вміти оцінити, наскільки вплинуть на організацію зміни в економічному становищі країни. Особливо це важливо за умов економічної кризи, коли інфляція, зміни в курсах валют та невизначеність економічної політики держави можуть мати для організації негативні, а нерідко й катастрофічні наслідки.

**Науково-технічні чинники** є одночасно внутрішніми і зовнішніми чинниками впливу на організацію. Технологічні нововведення впливають на ефективність, з якою продукцію можна виробляти й реалізовувати. Тому, щоб зберегти конкурентоспроможність, усі підприємства мають йти в ногу з життям, реагувати на нові розробки і самі пропонувати нововведення.

**Соціокультурні чинники.** Серед них переважають життєві цінності і традиції. Норми культури та моралі теж впливають на процес функціонування організації. Тому і їх необхідно враховувати керівництву, приймаючи особливо важливі рішення.

**Політичні чинники.** Ставлення державних органів виконавчої влади, законодавчих органів і суду до бізнесу також можуть істотно впливати на організацію. Розміром податків, податковими пільгами, контролем за цінами та заробітною платою, стандартами безпеки та чистоти довкілля тощо держава може впливати на діяльність малих підприємницьких структур, організацій різних форм власності.

На розвиток організації мають непрямої (опосередкований) вплив також *відносини з місцевим населенням*. Враховуючи ставлення людей до бізнесу, їх норми поведінки, культуру та звичаї, керівництво організації повинно діяти так, щоб запобігти виникненню на цьому тлі різних конфліктних ситуацій.

**Міжнародне середовище** як чинник опосередкованого впливу теж має враховувати керівництво організації, оскільки сучасне виробництво в багатьох випадках може виходити за межі однієї країни. Експорт, ліцензування, спільні підприємства, прямі капіталовкладення, багатонаціональні корпорації є сучасними поширеними різновидами міжнародного бізнесу. Для організацій, які функціонують на міжнародному рівні, зовнішнє середовище характеризується підвищеною складністю. До чинників, які зумовлюють підвищену складність, відносять:

- ♦ різні торгові та митні бар'єри;
- ♦ політику держави щодо імпорту продукції чи послуг;
- ♦ відмінність у вподобаннях та потребах закордонних споживачів;
- ♦ мовні бар'єри та ін.

Слід зазначити, що для сільськогосподарських підприємств *природне середовище* виступає як чинник прямої дії, оскільки саме він є одним з визначальних у кінцевих результатах діяльності.

Зовнішнє середовище підприємств АПК має особливості, які впливають за специфіки сільськогосподарського виробництва. Створення продукту в сільськогосподарському виробництві відбувається під впливом не тільки знарядь, предметів та робочої сили, а й природних умов, чого немає в інших галузях народного господарства. При цьому чинник природного середовища у багатьох випадках є визначальним. Тому його відносять до чинників прямої дії. Оскільки дію природного середовища важко передбачити і нейтралізувати його вплив, то управлінські рішення менеджери сільськогосподарських підприємств мають приймати за умов підвищеної невизначеності та ризику.

Для того щоб менеджер умів приймати правильні управлінські рішення з питань впливу зовнішнього середовища на його організацію, він повинен чітко усвідомлювати характеристики, які йому притаманні.





*Перша характеристика — складність.* Під складністю зовнішнього середовища розуміють кількість чинників, на які організація змушена реагувати, і ступінь впливу кожного з них. Наприклад, якщо підприємство має більшу кількість споживачів, конкурентів, посередників, а також пов'язане з багатьма контактними аудиторіями, то ми говоримо, що воно перебуває в складнішому зовнішньому середовищі, ніж те, яке має їх менше.

*Друга характеристика — рухомість зовнішнього середовища* — це швидкість, з якою відбуваються зміни в оточенні організації. Кожна організація перебуває у постійному русі. Однак для деяких з них зовнішнє середовище буде більш рухомим, ніж для інших. Крім того, у різних підрозділах однієї організації зовнішнє середовище характеризуватиметься різною рухомістю. Наприклад, для відділів науково-дослідних розробок, маркетингу зовнішнє середовище буде більш рухомим, ніж для виробничого чи інших підрозділів.

*Третя характеристика — невизначеність зовнішнього середовища.* Вона характеризується кількістю інформації, яка надходить про той чи інший чинник, і ступенем достовірності її. Якщо інформації надходить мало і немає впевненості щодо її достовірності, то це свідчить про невизначеність зовнішнього середовища.

*Четверта характеристика — взаємозв'язок чинників зовнішнього середовища.* Чинники зовнішнього середовища діють на внутрішнє середовище організації з певною силою, вони взаємопов'язані між собою. Зміни одного чинника спонукають зміни інших.

З огляду на зазначене вище можна зробити висновок, що на внутрішнє середовище організації важливий вплив мають чинники як прямої, так і непрямої дії зовнішнього середовища. Отже, вивчення зовнішнього середовища в аграрному бізнесі, вміння реагувати на зміни, що у ньому відбуваються, є важливою запорукою прийняття раціональних управлінських рішень, передбачення кризових ситуацій, прорахунків у економічних і соціальних відносинах підприємств АПК.

## **7.4. Діагностика та прогнозування ринкового середовища**

Для дослідження ринкового середовища підприємства найбільше значення має первинна інформація про споживачів, постачальників, конкурентів тощо. Внутрішня інформація, необхідна для діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі, ідентифікується за допомогою системи встановлених параметрів для оцінювання кожної функціональної сфери. На нашу думку, внутрішня інформація може фіксуватися у довільній формі і містити систематизовані відомості вербального й кількісного характеру. Оброблену

та проаналізовану інформацію по кожній функціональній сфері підприємства пропонується подавати та зберігати у стандартній формі (річні фінансові та бухгалтерські звіти підприємства).

У вирішенні завдання забезпечення конкурентоспроможності підприємства важливу роль відіграє оперативність надходження інформації про стан зовнішнього середовища, своєчасне оновлення бази даних, що забезпечує адекватне реагування підприємства на зміни у ринковому (зовнішньому) та внутрішньому середовищі.

Діагностика стану підприємства у конкурентному середовищі спрямована на виявлення та оцінювання сильних та слабких сторін підприємства, його можливостей, визначення конкурентної позиції та конкурентних переваг з метою вирішення завдання забезпечення адекватності зовнішньому середовищу та визначення можливих шляхів забезпечення конкурентоспроможності. Отже, діагностика стану підприємства має спрямованість власне на підприємство та на його конкурентів.

Для визначення ступеня конкурентоспроможності підприємства існують досить різноманітні методи, суть яких викладено у зарубіжній та вітчизняній науковій літературі. Різноманітність наукових підходів до визначення переліку оціночних показників конкурентоспроможності підприємства свідчить про дискусійність та складність цього питання. Найпоширенішим є метод порівняльних переваг. Згідно з цим підходом оцінювання конкурентоспроможності підприємства здійснюють за показниками фінансового стану, ефективності використання ресурсів та оцінювання маркетингової діяльності. Запропоновану систему показників оцінювання конкурентоспроможності підприємства подано на рис. 7.4.

Важливим етапом процесу діагностики у визначенні напрямів перспектив розвитку підприємства є узагальнення результатів діагностики стану підприємства, що передбачає визначення рівня можливостей підприємства, оцінювання стану внутрішнього середовища на діяльність підприємства та визначення напрямів розвитку.

У процесі діагностування стану підприємства у ринковому середовищі широко застосовують експертне оцінювання та складний інструментарій, що потребує високої кваліфікації, компетентності фахівців та вміння формувати відповідний комплекс аналітичних інструментів. Сформований комплекс аналітичного інструментарію, адекватного певним етапам діагностики стану підприємств, наведено у табл. 7.1.

Використання запропонованої методики діагностики стану підприємства у конкурентному середовищі забезпечить комплексний підхід до виявлення відповідності можливостей підприємства стратегічним завданням, що дасть змогу обґрунтовано підійти до проблем визначення комплексу заходів для ефективного функціонування підприємства.



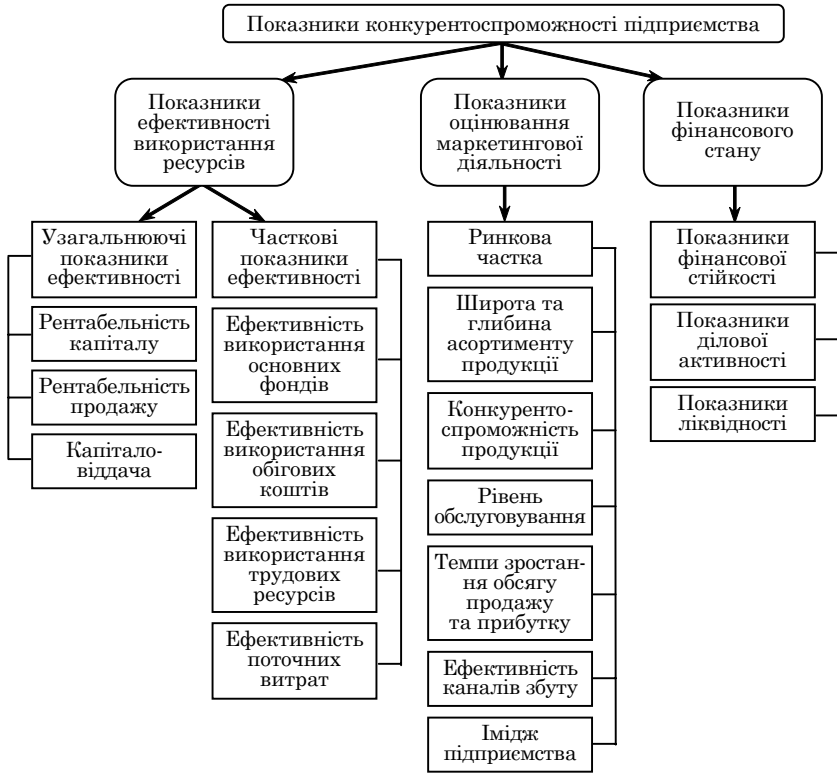


Рис. 7.4. Показники конкурентоспроможності підприємства

Потреба у визначенні орієнтирів діяльності підприємства на віддалену перспективу, прогнозування його майбутнього розвитку зумовила виникнення та становлення окремого напрямку перспективного аналізу. Прогнозування виконує функцію зменшення невизначеності майбутнього. В економічній літературі прогнозування розглядають як процес передбачення, заснований на ймовірному, але науково обґрунтованому судженні про перспективи розвитку і можливий стан об'єкта у майбутньому. Як справедливо зазначають У. Кінг та Д. Кліланд, роль прогнозування полягає у визначенні умов для підприємницької діяльності на певний перспективний період, а також характеристик підприємства щодо умов зовнішнього середовища.

Так, на підставі складених прогнозів, передбачення змін параметрів зовнішнього середовища та показників стану підприємства розробляють альтернативні плани розвитку підприємства і здійснюють вибір оптимального варіанта. На відміну від ретроспективного аналізу, який використовують тільки для аналізу внутріш-

нього середовища і тільки за певний період, перспективний передбачає комплексний і всебічний аналіз ринкового (внутрішнього і зовнішнього) середовища.

**Таблиця 7.1. Інструментарій діагностики стану підприємства у конкурентному (ринковому) середовищі**

Етап	Рекомендований інструментарій діагностики	Результат
Моніторинг внутрішнього середовища підприємства	Спостереження	Виявлення змін у зовнішньому середовищі
Збирання та систематизація даних	Анкетування Табулювання Контекст-аналіз Традиційний (класичний аналіз)	Систематизований перелік інформації про стан внутрішніх чинників за належністю до певної функціональної сфери
Аналіз внутрішнього середовища підприємства	SWOT-аналіз Дискретний аналіз Статистичний аналіз Експертні оцінки Життєвий цикл продукції Кореляційний аналіз Аналіз зв'язків	Оцінювання чинників внутрішнього середовища. Складання «профілю здатностей» підприємства. Визначення сильних і слабких сторін, ключових чинників успіху. Оцінювання потенціалу
Порівняльне оцінювання діяльності підприємства з конкурентами	Аналіз різниць Експертні оцінки Статистичний аналіз Бенч-маркінг	Складання «профілю конкурентних здатностей», виявлення конкурентних переваг, оцінювання конкурентної позиції та конкурентоспроможності
Портфельний аналіз	Експертні оцінки Статистичний аналіз Порівняння	Оцінювання привабливості стратегічних зон господарювання, позиції стратегічних одиниць бізнесу, товарного «портфеля» підприємства, визначення пріоритетних напрямів інвестування
Узагальнення результатів діагностики стану підприємства	Порівняння Експертні оцінки	Загальне оцінювання можливостей, вплив стану внутрішнього середовища на діяльність підприємства, визначення стратегічних проблем

Аналітична діяльність у системі стратегічного планування охоплює аналіз чинників зовнішнього і внутрішнього середовища підприємств і спрямована на виявлення можливостей, загроз, а також сильних і слабких сторін діяльності (SWOT-аналіз), що необхідно для вибору обґрунтованого рішення щодо перспектив розвитку підприємства (табл. 7.2). Однак потрібно зауважити, що в процесі SWOT-аналізу оцінюють поточний стан підприємства.

SWOT-аналіз як управлінський інструмент має певні особливості, серед яких виділимо такі:

Ринкове середовище в агропромисловій сфері, його вивчення і прогнозування

- ♦ є початковим етапом стратегічного планування для більшості функціонуючих підприємств;
- ♦ є складовим етапом процесу формування стратегії;
- ♦ у процесі аналізу виявляють чинники, що істотно впливають на конкурентну позицію підприємства, його конкурентні переваги (споживачі, постачальники, конкуренти);
- ♦ припускає широке використання методу експертної оцінки;
- ♦ передбачає обов'язкове кількісне (бальне) оцінювання чинників макросередовища, безпосереднього оточення та внутрішнього середовища підприємства.

**Таблиця 7.2. Контрольний аркуш SWOT-аналізу для оцінювання сильних і слабких сторін підприємства в конкурентній боротьбі**

Група показників	Показник оцінювання
Фінанси	Структура активів, інвестиційний рейтинг, дохід на активи, норма прибутку, дохід на вкладений капітал
Виробництво	Використання виробничих потужностей, виробничі потужності, чисельність зайнятих, продуктивність праці, системи контролю якості, можливості розширення виробництва, вік технологічного устаткування
Організація й управління	Чисельність інженерно-технічного й управлінського персоналу, швидкість реакції управління на зміни в зовнішньому середовищі, система зв'язку, чіткість поділу повноважень і функцій, тип організаційної структури управління й ступінь її гнучкості, якість використовуваної в управлінні інформації
Маркетинг	Частка ринку, репутація фірми, престиж торгової марки, витрати зі стимулювання збуту, чисельність збутового персоналу, цінова політика, організаційні й технічні кошти для збуту, рівень обслуговування споживачів, якість інформації про ринок, кількість клієнтів
Кадровий склад	Рівень кваліфікації виробничого персоналу, витрати з підготовки й перепідготовки персоналу, рівень підготовки збутового персоналу в технічній галузі, плінність кадрів
Технологія	Застосовувані стандарти й ступінь їхньої сумісності, нові продукти, витрати на НДДКР, позиції в галузі отримання патентів, потужність інженерно-конструкторської бази

Процес SWOT-аналізу передбачає таку послідовність вивчення чинників ринкового середовища: відстеження змін чинника — аналіз стану чинника — виявлення впливу чинника на підприємство — оцінювання ступеня впливу чинника на підприємство — прогнозування можливих наслідків впливу чинника на підприємство.

Враховуючи особливості процесу SWOT-аналізу, його значущість у визначенні стратегічних альтернатив розвитку підприємства, визначено функції, які реалізуються під час його здійснення. До них належать:

- ♦ сумісне вивчення внутрішнього та зовнішнього середовища;

- ♦ оцінювання поточного стану чинників;
- ♦ формування інформаційної бази для стратегічних проблем, розроблення альтернативних стратегій підприємства та інформації про здатність підприємства продовжувати, розвивати або переорієнтувати свою діяльність.

Діагностика ринкового (конкурентного) середовища здійснюється з метою розроблення ефективної стратегії конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність — це важлива ринкова категорія, що відображає одну з істотних характеристик ринку — наявність змагальності між його суб'єктами.

Характеристика конкурентного середовища дає змогу визначити ступінь його агресивності, гостроту суперництва в ньому та основні критерії досягнення успіху в конкурентній боротьбі. Цю інформацію можна використовувати для розроблення стратегій ведення конкурентної боротьби, які залежно від типу та чинників конкурентного середовища можуть бути націлені на розвиток тих чи інших чинників, що є найважливішими під час прийняття споживачем рішення про придбання певної продукції на певному ринку — від суто цінових аспектів продукції на ринку чистої конкуренції та стратегії ресурсозбереження на всіх стадіях виробництва, яка приведе підприємство до успіху, до якісних чинників конкурентоспроможності продукції на ринку олігополії, та стратегії постійного поліпшення якості і якомога більшої диференціації, яка буде успішною для підприємства.

Для визначення сили та характеру впливу кожного чинника ринкового середовища окремо на підприємство доцільно використовувати відомий метод складання «профілю середовища підприємства», який згідно з викладеною у спеціальній літературі методикою застосовують для оцінювання відносної значущості чинників середовища для підприємства (табл. 7.3).

Таблиця 7.3. Профіль середовища підприємства

Чинники ринкового середовища	Важливість для галузі, $A$	Важливість для підприємства, $B$	Характер впливу на підприємство (+, -), $C$	Ступінь важливості (інтегральний показник), $D = A \cdot B \cdot C$
1.				
2.				
$n \dots$				

Примітка. Використовується оцінювальна шкала:

Оцінка важливості для галузі: 3 — велике значення; 2 — помірно велике значення; 1 — невелике значення.

Оцінка впливу на підприємство: 3 — сильний вплив; (важливість для галузі) 2 — помірний вплив; 1 — слабкий вплив; 0 — вплив відсутній.

Оцінка спрямованості впливу: +1 — позитивна спрямованість; (характер впливу) -1 — негативна спрямованість.



Для узагальненого кількісного оцінювання впливу (сили та характеру) зовнішнього та внутрішнього середовищ на підприємство в профілі середовища доцільно відображувати найзначущі чинники середовища як сприятливого, так і несприятливого впливу. Визначення кількісної оцінки впливу кожного чинника окремо на підприємство слід здійснювати на підставі підсумку загальних оцінок ступеня відносної важливості чинників (тобто інтегрального показника) відповідного середовища. Таким чином, визначена загальна величина інтегрального показника по кожному середовищу окремо дасть змогу оцінити силу та характер впливу кожного з чинників. Відповідно до викладеного «профіль середовища підприємства» набуває певних змін за формою. Наявність кількісної інформації про силу та характер впливу середовища на підприємство має велике значення для визначення множини стратегічних альтернатив підприємства.

Зіставлення «сили» підприємства та «сили» дестабілізуючих чинників зовнішнього середовища дає можливість визначити запас стійкості підприємства, що є вельми важливим у формуванні заходів щодо використання можливостей у зовнішньому середовищі та щодо впливу підприємства на нього. На підставі вивчення та аналізу чинників ринкового середовища, в якому перебуває підприємство, можна зробити висновок про його здатність скористатися можливостями у зовнішньому середовищі та прийняти адекватне рішення щодо трансформації потенціалу підприємства.

*Отже, оцінювання рівня стійкості підприємства виявляє можливість його у формуванні превентивних стратегічних заходів. Від стану та динаміки конкурентного середовища на ринку залежить ефект суперництва між суб'єктами, який сприяє оптимальному розподілу ресурсів та найбільш повному задоволенню різноманітних потреб споживачів. Стабільне й прозоре конкурентне середовище також сприяє притоку іноземного капіталу в економіку України і зменшує відтік власних фінансових ресурсів у пошуках найсприятливіших умов для застосування.*

### **Запитання і завдання для самоперевірки**



**1.** Розкрийте суть ринкового середовища в агропромисловій сфері. **2.** Які чинники відносять до внутрішнього середовища? **3.** Які чинники належать до зовнішнього середовища? **4.** Від яких характеристик залежить вплив середовища на підприємство? **5.** За допомогою яких показників можна провести аналіз чинників ринкового середовища? **6.** Розкрийте суть п'яти конкурентних сил, що визначають стан конкуренції на певному ринку відповідно до досліджень М. Портера. **7.** Розкрийте суть показників конкурентоспроможності підприємства. **8.** Які етапи та інструментарій діагностики стану підприємства у конкурентному (ринковому) середовищі? **9.** Схарактеризуйте особливості процесу SWOT-аналізу. **10.** Який метод використовують для визначення сили та характеру впливу кожного чинника ринкового середовища на підприємство?

## Розділ 8

# ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ НА СЕЛІ



Створення власної справи є результатом роздумів та готовності до цього потенційного засновника, прийняття ним рішення та виконання певних практичних дій. Початкова фаза будь-якого бізнесу, великого чи малого, обов'язково криє у собі чимало невідомого, несподіваного. Водночас, поряд із творчою складовою, вона передбачає виконання низки рутинних, чітко визначених бюрократичних дій і організаційної діяльності. Все це разом у поєднанні дає змогу відкрити власну справу.

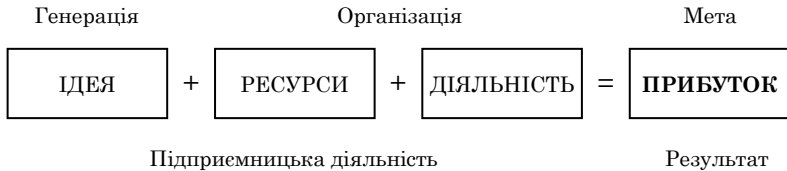
У цьому розділі під «власною справою» розуміють підприємницьку діяльність, іншим синонімом якої є «бізнес». Ми не розглядаємо випадки ведення господарської діяльності в інших, непідприємницьких формах, а також підприємницької діяльності «в тіні». Передбачається, що підприємницька діяльність може здійснюватись у формі приватного підприємництва без створення юридичної особи або із створенням певного підприємства (юридичної особи).

Відомо, що кожному бізнесу передує певна підприємницька ідея. Роздуми засновника полягають у його самооцінці власних можливостей та можливостей, що створює ринкове середовище, та осмисленні можливих способу перетворення цих можливостей у конкретну справу (рис. 8.1).

Готовність засновника є дуже складним і комплексним поняттям, що передбачає наявність своєрідного «підприємницького духу». Хоча, напевно, велике значення мають фахова підготовка й обізнаність з



базовими економічними знаннями претендента-підприємця, його життєва позиція і зрештою — здоров'я та підтримка членів сім'ї. Надзвичайно важливу роль відіграють організаційні здібності, наявність певних ресурсів або здатність їх накопичувати.



**Рис. 8.1. Складові підприємницької діяльності**

Звичайно, в період започаткування підприємницької діяльності не уникнути багатьох складних, інколи — досить заплутаних, бюрократичних процедур, зумовлених потребою у належному організаційно-правовому оформленні. Підприємець має привчити себе до потреби завжди уважно і виважено працювати з документами, виконувати всі, навіть на перший погляд — й безглузді, вимоги законодавства. Досвід засвідчує, що нехтування правовими процедурами створює надалі значні труднощі і проблеми, які в подальшому можуть істотно вплинути на ефективність та перспективність підприємницької діяльності.

## 8.1. Мотиваційна модель підприємництва

Підприємницька діяльність має складну, іноді суперечливу мотиваційну природу. Хоча суб'єктами підприємництва можуть бути юридичні та фізичні особи, однак конкретними генераторами, виконавцями та втілювачами підприємницької діяльності є люди. 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 сприятливі професійно-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 різноманітні — з різних галузей, значний рівень інтелекту;

- ♦ високий рівень орієнтації в економіці, менеджменті і 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 та очікувань за пріоритетами.

*Основні психологічно-вольові характеристики підприємців:*

- ♦ сила волі та авторитаризм, лідерство;

- ♦ ініціативність та рішучість;

- ♦ розвинене почуття «передбачення» і передчуття;

- ♦ особливий погляд та критичний склад розуму;

- ♦ здатність впливати на людей і не піддаватися впливам інших.

Велике значення для майбутнього успіху мають злагода і підтримка у сім'ї, міцне особисте здоров'я, здатність працювати в неврегульованих і невнормованих умовах, працелюбність та відданість. Підприємець за духом є немов би запереченням менеджера, оскільки працює в невизначених умовах.

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 є завжди набагато ширшою та багатоплановою. Мотиваційну модель підприємництва подано на рис. 8.2.

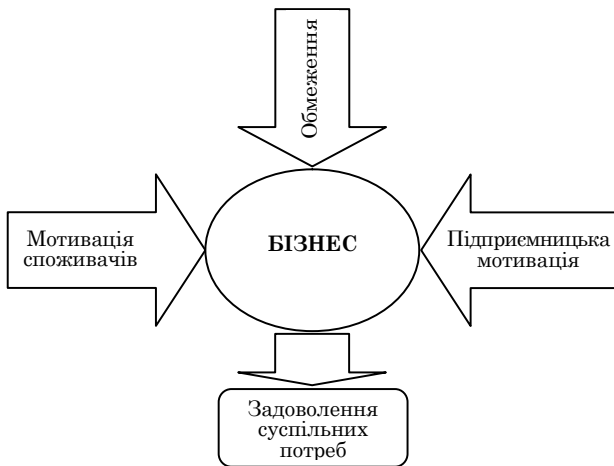


Рис. 8.2. Мотиваційна модель підприємництва

*Основні чинники мотивації до підприємництва* (за матеріалами опитування підприємців Львівщини):

- ♦ гроші та прибутки;
- ♦ небажання працювати за наймом;
- ♦ нездатність до рутинної роботи;
- ♦ приклад друзів;
- ♦ оригінальні ідеї та винаходи;
- ♦ прагнення до самовиявлення;
- ♦ «пошук себе»;
- ♦ прагнення бути серед «своїх» (ангільця);
- ♦ прагнення до незалежності;
- ♦ прагнення до самооцінки;
- ♦ сімейні та родинні традиції;
- ♦ заздрощі;
- ♦ наявність вільних фінансів;
- ♦ сімейні конфлікти;
- ♦ політичні інтереси;
- ♦ безвихідь;
- ♦ матеріальний достаток;
- ♦ незадоволення із суспільної позиції;
- ♦ непередбачені обставини;
- ♦ безробіття;
- ♦ бажання згуртувати «команду» однодумців;
- ♦ егоїзм;
- ♦ моральне задоволення;
- ♦ суспільний тиск.

Останнім часом частішали випадки, коли люди змушені займатися підприємницькою діяльністю, оскільки потрібно продовжити справу, розпочату батьками або іншими родичами. Водночас з'явилася тенденція до залучення менеджерів для ведення *«сімейного»* бізнесу.

Підприємницька мотивація є дуже сильною та комплексною, тому більшість економічно орієнтованих підприємств стимулює входження менеджерів до складу засновників цих підприємств. Подібну норму частково запроваджено у вітчизняній практиці — керівництво реформованих підприємств має пріоритетне та фіксоване право на частку акцій або інших цінних паперів новостворюваних господарських товариств.

Основою підприємницької мотивації є прагнення отримати прибуток. Однак в умовах ринкової економіки та правової держави це прагнення може реалізуватися лише через задоволення потреб споживачів. Держава своєю регуляторною політикою встановлює певні правила і норми ведення підприємницької діяльності.

Підприємницька діяльність ґрунтується крім підприємницької мотивації ще й на споживчій мотивації, тобто на потребах людей. Ці потреби перебувають у певній ієрархії (рис. 8.3). Питання при-

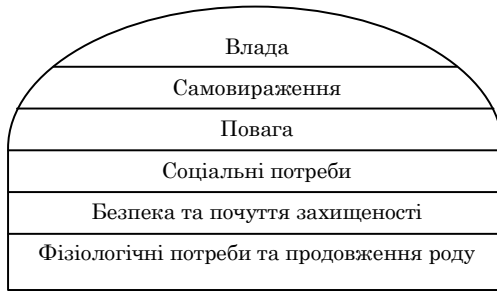


Рис. 8.3. Класифікація потреб (за А. Маслоу)

роди споживчої та підприємницької мотивації докладно досліджено в спеціальній економічній літературі, однак саме явище мотивації перебуває в постійному розвитку, оскільки суспільний розвиток щоразу висуває нові критерії та орієнтири поведінки.

Мотиваційна модель дає змогу зрозуміти пріоритети і переваги певних видів підприємництва на певних етапах суспільного розвитку. В умовах низького рівня життя населення переважатимуть бізнеси, орієнтовані на задоволення потреби в продуктах харчування, ліках тощо. З підвищенням рівня життя розвиватимуться напрями підприємництва, пов'язані із будівництвом, легкою промисловістю, транспортом. Надалі асортимент видів підприємницької діяльності зростатиме.

Орієнтовно процес реалізації мотивації в реальну підприємницьку діяльність можна зобразити у вигляді крокової схеми (рис. 8.4).



Рис. 8.4. Крокова схема трансформації потреб та запитів підприємців у мотивацію та реальну діяльність

Слід зазначити, що чимало підприємців зазнають невдач у своїх починаннях. Окремі з них полишають бізнес назавжди, інші ж продовжують пошук і спроби побудови власної справи. Тому слід чітко усвідомлювати, що невдача — такий самий супутник підприємництва, як і успіх. Невдачі часто мають об'єктивний характер, однак можуть бути зумовлені причинами суб'єктивного характеру. Досвідчені підприємці з невдач отримують уроки, більш уразливі — тривалу психологічну травму. Поширеними суб'єктивними причинами підприємницького краху є:

- ♦ невміння управляти собою і людьми;
- ♦ неправильно сформована підприємницька ідея;
- ♦ відсутність цілей та неусвідомлення способів досягнення їх;
- ♦ відсутність навичок організаційної діяльності;

- ♦ нереалістичне сприйняття ринкового середовища, завищені очікування;
- ♦ нездатність до системної діяльності.

## 8.2. Етапи та складові підприємницької діяльності

Як і продукт підприємництва, будь-яка підприємницька діяльність та підприємницькі структури передбачають у своєму розвитку певні етапи, які формують історичний розвиток суб'єкта підприємництва. Сукупність етапів розвитку суб'єкта підприємництва називають «життєвим циклом» підприємництва (рис. 8.5).

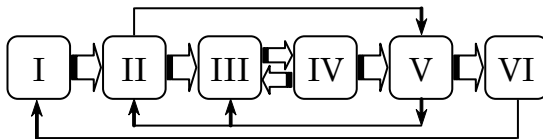


Рис. 8.5. «Життєвий цикл» підприємництва

Основними етапами підприємницької діяльності є:

- ♦ організаційно-підготовчий (I);
- ♦ зародження та становлення (II);
- ♦ розвиток та поглиблення діяльності (III);
- ♦ стагнація (відсутність зростання) (IV);
- ♦ занепад підприємства (V);
- ♦ ліквідація і припинення існування (VI).

Не всі етапи «життєвого циклу» для конкретного суб'єкта підприємництва є обов'язковими, деяких вдається уникати (наприклад, стагнації або занепаду), певні етапи можуть періодично повторюватися (наприклад, стагнація та період розвитку). За характером і періодичністю проходження етапів визначають *схему еволюції підприємства*.

Виділяють такі різновиди схем еволюції:

- ♦ 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 і маркетингової поведінки, залучення виробничих та фінансових ресурсів тощо. Тому під час діагностики та евалюації бізнесів важливо чітко визначити етап його розвитку та простежити попередній «життєвий цикл».

Суб'єкт підприємництва може обрати одну з трьох базових стратегій розвитку, зокрема, стратегію:

- ♦ виживання;
- ♦ стійкого розвитку;
- ♦ зростання.

*Усі етапи життєвого циклу підприємства однаково важливі і потребують специфічних підходів. Нехтування будь-яким етапом або його особливостями може спричинити значні матеріальні втрати і дестабілізацію підприємницької діяльності.*

### 8.3. Організаційно-підготовчі заходи та підготовка до реєстрації

Створенню підприємства та започаткуванню підприємницької діяльності завжди передують *організаційно-підготовчі заходи*. Основне завдання цього етапу — підготувати нормативну базу для реєстрації суб'єкта підприємництва та опрацювати загальну модель його діяльності.

До основних організаційно-підготовчих заходів належать:

- ♦ вироблення підприємницької ідеї (наміру);
- ♦ експертне оцінювання і самоаналіз підприємницької ідеї;
- ♦ добір (уявний) складових підприємництва (люди, продукт, ринок, фінанси, партнери тощо);
- ♦ розроблення засновницьких документів та державна реєстрація;
- ♦ розроблення бізнес-плану або іншого плану діяльності та способів (варіантів) реалізації їх.

**Підприємницька ідея** — уявні дії та способи здійснення підприємництва. Підприємець формує ідею, намір, уявлення про майбутню підприємницьку діяльність.

Для опрацювання підприємницької ідеї найкращим є метод «*мозкової атаки*», за якого всі думки, навіть, на перший погляд, безглузді та абсурдні, повинні бути вислухані, записані та розглянуті, а критика неприпустима. Навіть дуже вдала, на перший погляд, ідея має пройти своєрідну експертизу і самооцінку. Адже якщо підприємницька ідея не підтвердиться на практиці, то підприємець зазнає значних збитків.

Підприємницькі ідеї, за незначним винятком, можна згрупувати у певні напрями, зокрема, ідея:

- ♦ вирішує певну споживчу проблему;
- ♦ задовольняє потребу клієнта, купівельну тенденцію чи конкретний сектор ринку;
- ♦ додає вартість;
- ♦ пов'язана із законодавчими змінами;
- ♦ є результатом удосконалювання підприємцем своїх навичок і ресурсів.

Доволі часто підприємницькі ідеї формуються навколо певного продукту у формі своєрідного «дерева ідей» (рис. 8.6). Більш склад-

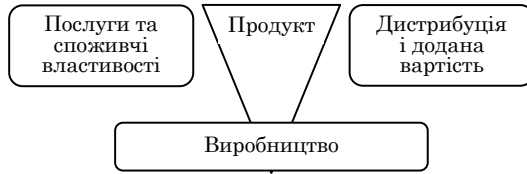


Рис. 8.6. «Дерево ідей» — схема формування підприємницьких ідей навколо певного продукту підприємництва

ні ідеї побудовані за принципом синергії. Основу «дерева ідей» формує виробництво продукту (з можливими технологічними змінами і модифікованими споживчими властивостями), а «крону» — можливості доданої вартості, дистрибуції та надання додаткових послуг.

**Опрацювання та експертне оцінювання підприємницької ідеї** можуть бути здійснені:

- ♦ на офіційному рівні, із залученням спеціалізованих фірм та експертів;
- ♦ на рівні внутрішніх дискусій і контактів;
- ♦ самоосмислення та критичний самоаналіз.

Під час експертизи на цьому етапі мають всіляко заохочуватися критика та конструктивізм. Коли підприємницька ідея пройшла експертизу та набула певних конкретних обрисів, потрібно визначити, якими ресурсами вона реалізуватиметься на практиці. Йдеться про так званий добір складових підприємництва.

Деякі дослідники вважають, що добір складових доцільно розглядати в розрізі таких основних рубрик:

- ♦ персонал;
- ♦ продукт підприємництва;
- ♦ середовище;
- ♦ фінанси.

**Добір складових підприємництва** (особливо в індивідуальному підприємстві) часто буває підсвідомим, без чіткого усвідомлення цього процесу. Він передбачає:

- ♦ оцінювання продукту підприємництва, його характеристик та перспективності;
- ♦ добір персоналу (включаючи керівника-менеджера);
- ♦ оцінювання реакції середовища на створення підприємства і появи на ринку продукту підприємництва;
- ♦ маркетингове оцінювання підприємницького середовища;
- ♦ оцінювання власних та залучених фінансових можливостей;
- ♦ вибір організаційної форми підприємства;
- ♦ визначення місця локалізації підприємства і його підрозділів;
- ♦ пробні контакти із замовниками (споживачами), партнерами.

Одночасно із добором складових підприємництва здійснюють розроблення й апробацію установчих і реєстраційних документів.

**Розроблення установчих документів**, на перший погляд, не є відповідальним моментом. Адже в розумінні широкого загалу в документи завжди можна внести зміни, доповнення. Проте це пов'язано із бюрократичними процедурами, інколи досить тривалими і складними, дезорієнтацією підприємства від конфліктів та непередуманих записів.

Невдало опрацьовані установчі документи можуть ускладнити, а іноді унеможливити діяльність підприємства, зумовити безліч абсолютно непотрібних проблем, необґрунтованих витрат, більше того — навіть спричинити ліквідацію підприємства або його банкрутство. Невдало опрацьованими документами завжди спробують скористатися несумлінні працівники, конкуренти, любителі легкої наживи.

Зрештою, внесення будь-яких змін до установчих та реєстраційних документів потребує певних витрат і чимало часу й енергії.

Особливу увагу необхідно приділити підготовці установчого договору та статуту, які є своєю «внутрішньою конституцією» юридичної особи.

Для реєстрації необхідно підготувати 5 примірників статуту (власне для реєстрації — 2 оригінали і 1 нотаріально завірнену копію) та 3 примірники установчого договору (2 оригінали і 1 копію).

Згідно з Господарським і Цивільним кодексами України юридичні особи — підприємці діють на основі установчих документів, які затверджують засновники цих підприємств. Для приватного підприємства таким установчим документом є *статут*. Відповідно до ст. 82 Господарського кодексу установчими документами повного і командитного товариства є *засновницький договір*. Установчими документами акціонерного товариства, товариства з обмеженою відповідальністю і товариства з додатковою відповідальністю є також *статут*.

Установчі документи оформлюють українською мовою, докладно вивіряють і зшивають у вигляді окремого зошита. Всі оригінали та копії повинні мати однакове виконання й оформлення.

Досить часто засновники нової юридичної особи добре опрацьовують статут, однак поверхово ставляться до підготовки установчого (засновницького) договору. Тим більше, що вимоги щодо статуту докладно визначені законодавством, а вимоги щодо установчого договору не деталізовано. Однак установчий договір (угода) виконує важливу регульовальну роль, оскільки діє до реєстрації та після зняття з реєстрації підприємства, а також регламентує питання, які не висвітлюють у статуті.

У **статуті** необхідно передбачити такі розділи:

- ♦ Загальні положення.
- ♦ Мета та завдання діяльності.



- ♦ Функції та види діяльності.
- ♦ Формування та 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:

- ♦ докладний опис власників і засновників із зазначенням їх юридичної адреси або паспортних даних;

- ♦ описання можливих видів діяльності, навіть — потенційних. Подальші записи потребуватимуть внесення змін до реєстраційних документів;

- ♦ описання юридичного статусу підприємства та питань, пов'язаних з реєстрацією прав власності (записи, цінні папери, незалежний реєстратор, емісії тощо);

- ♦ поділ майна і активів на власні та у тимчасовому використанні, повноваження щодо набуття або продажу майна, розподіл прибутків і збитків;

- ♦ докладне описання органів управління та їх компетенції. Компетенції органів управління не повинні дублюватися. Порядок призначення керівника, бухгалтера. Контрольні або ревізійні органи, права їх та обов'язки;

- ♦ трудові відносини та 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** необхідно передбачити такі розділи:

1. *Предмет угоди засновників:*

- ♦ Термін дії та мета створення підприємства.

- ♦ Дочірні підприємства, філії, представництва, участь в об'єднаннях.

- ♦ Права засновників із зазначенням їх участі в управлінні, контролі, розподіленні прибутків, отриманні інформації.

- ♦ Обов'язки та взаємні зобов'язання засновників.

2. *Внески засновників до статутного фонду та 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 розподілення прибутків та інших ресурсів.
- ♦ Порядок реорганізації, ліквідації та розподілення майна і коштів при цьому.
- ♦ Органи управління та їх компетенція, представництво інтересів засновників.

*Алгоритм розроблення установчих документів* може бути таким:

1. Консультації з юристом, іншими підприємцями, які працюють у подібній сфері.
2. З'ясування порядку реєстрації відповідного підприємства, кошторису витрат на це та переліку необхідних документів.
3. Розроблення установчих документів, погодження їх з юристом, майбутнім керівництвом, засновниками.
4. Державна реєстрація.
5. Подальше після реєстрації оформлення в інших органах державної влади згідно з вимогами закону.

В умовах правової держави та структуризованого підприємницького середовища розроблення установчих документів доручають спеціалізованим юридичним фірмам або адвокатським конторам. У багатьох випадках практикується «купівля» підприємства «під ключ», коли підприємець купує не лише вже діюче підприємство, а й спеціально зареєстроване іншою особою нове підприємство. В Україні така практика не набула поширення і не може бути рекомендованою з огляду на низку причин.

## 8.4. Державна реєстрація суб'єктів підприємництва

*Державна реєстрація* юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців — це засвідчення факту створення або припинення юридичної особи, набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, а також вчинення інших реєстраційних дій, передбачених Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців», внесенням відповідних записів до Єдиного державного реєстру. Державною реєстрацією не вичерпується процес створення власної справи. Ці процедури є необхідними не лише за започаткування власної справи способом створення бізнесу, а й у разі купівлі бізнесу або франчайзі.

Останнім часом процедури державної реєстрації та післяреєстраційного оформлення зазнали істотних змін у бік спрощення. Фактично діють єдині державні реєстратори, у багатьох місцевостях функціонують єдині реєстраційні вікна (офіси). Процедури державної реєстрації дедалі спрощуватимуться і вдосконалюватимуться.



### 8.4.1. Реєстрація фізичної особи — підприємця

Державна реєстрація фізичної особи — підприємця проводиться державним реєстратором винятково у виконавчому комітеті міської ради міста обласного значення або у районній державній адміністрації за місцем проживання цієї фізичної особи (житловий будинок, квартира, інше приміщення, придатне для проживання в ньому (гуртожиток, готель тощо) у відповідному населеному пункті, в якому фізична особа проживає постійно, переважно або тимчасово, розташоване за певною адресою).

Для проведення державної реєстрації підприємця має подати особисто чи надіслати рекомендованим листом з описом вкладення державному реєстратору за місцем проживання такі документи:

- ♦ заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця;
- ♦ копію довідки про включення до Державного реєстру фізичних осіб — платників податків та інших обов'язкових платежів;
- ♦ копію квитанції, виданої банком, що підтверджує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця.

Реєстраційний збір становить два неоподатковуваних мінімуми доходів громадян (н.м.д.г.), тобто 34 грн. На сьогодні один н.м.д.г. становить 17 грн.

Якщо документи для проведення державної реєстрації підприємця подає особисто, то він має пред'явити державному реєстратору паспорт. Державному реєстратору забороняється вимагати додаткових документів.

Документи, які подають для проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця, приймають за описом, копію якого видають (надсилають рекомендованим листом) у день надходження документів із зазначенням дати надходження документів.

Після перевірки наведених у реєстраційній картці відомостей щодо відповідності поданим документам державний реєстратор вносить до Єдиного державного реєстру запис про проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця на підставі відомостей реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця.

Дата внесення до Єдиного державного реєстру запису про проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця є *датою державної реєстрації* фізичної особи — підприємця.

Термін державної реєстрації фізичної особи становить 2 робочих дні з дати надходження документів для проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця.

Свідоцтво про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця оформляється державним реєстратором і видається (надсилається рекомендованим листом) заявнику не пізніше від наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи —

підприємця (важливо отримати також дві копії свідоцтва, завірені державним реєстратором, оскільки вони знадобляться вам у органі податкової служби і для відкриття банківського рахунку. Засвідчення копій у нотаріуса обійдеться значно дорожче).

На практиці свідоцтво про державну реєстрацію на руки може видаватися пізніше, ніж датована державна реєстрація новоствореного суб'єкта підприємницької діяльності. Тому в той самий день, коли отримано свідоцтво про державну реєстрацію, бажано відвідати податкову інспекцію.

Державний реєстратор не пізніше від наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи — підприємця передає відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування повідомлення про проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця із зазначенням номера і дати внесення відповідного запису до Єдиного державного реєстру та відомості з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця для взяття фізичної особи — підприємця на облік. Наступним вашим кроком має бути звернення до вказаних вище органів для реєстрації.

**Взяття фізичної особи — підприємця на облік платників податків в органі державної податкової служби.** Чимало підприємців-початківців помилково вважають, що державна реєстрація завершується отриманням свідоцтва про державну реєстрацію. Не менш важливо здійснити й інші реєстраційні процедури, які іноді ще називають післяреєстраційними. Одна з найважливіших процедур, без якої неможливо починати діяльності, — реєстрація платником податків. Принагідно зазначимо, що здебільшого підприємців реєструють як платників єдиного податку за спрощеною процедурою.

Для постановки на облік платнику податку необхідно звернутися до органу державної податкової служби за своїм місцем проживання (реєстрації) для взяття на податковий облік у п'ятиденний термін після отримання свідоцтва про державну реєстрацію.

Під час візиту до податкової інспекції треба з'ясувати час роботи підрозділу з обліку платників податків та перелік документів, необхідних для взяття на облік. Відповідно до законодавства для взяття на податковий облік до податкової інспекції подають такі документи:

- ♦ заяву за ф. № 5-ОПП;
- ♦ копію свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності — фізичної особи, яку вам мали видати в органі державної реєстрації;
- ♦ документ, що засвідчує особу (паспорт). (Варто відразу зробити копію першої і другої сторінок та сторінки з пропискою).

При цьому органі державної податкової служби забороняється вимагати додаткових документів для взяття на податковий облік. Радимо відразу придбати Книгу обліку доходів і витрат (якщо ви не обираєте спосіб оподаткування за фіксованим або єдиним податком). Оскільки її обов'язково треба оформляти, то краще її придбати та зареєструвати під час взяття на податковий облік. Книгу необхідно прошнурувати й пронумерувати в ній усі сторінки.

Після взяття підприємця на облік як платника податків орган державної податкової служби видає довідку за формою № 4-ОПП, яка підтверджує взяття на податковий облік. Якщо ви маєте намір відкрити банківський рахунок або виготовити печатку, то для пред'явлення в установу банку та до органу МВС обов'язково просіть видати вам також копії цієї довідки.

Після взяття вас на облік як платника податків буде сформована облікова справа. На цьому ваші відвідини податкової інспекції не закінчилися. Ви маєте прийняти надзвичайно важливе рішення: обрати загальну систему оподаткування, обліку та звітності чи спрощену систему. До спрощених систем, зокрема, належать підприємницька діяльність за єдиним податком та за фіксованим податком.

**Реєстрація фізичної особи — підприємця в органі Пенсійного фонду України.** Суб'єкти підприємницької діяльності — фізичні особи, незалежно від того, використовують вони (або планують використовувати) працю найманих працівників чи ні, є платниками збору на обов'язкове державне пенсійне страхування і зобов'язані зареєструватися в органах Пенсійного фонду України. Реєстрація відбувається в органі Пенсійного фонду України за постійним місцем проживання в 10-денний термін від дня отримання свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця.

Облік в органах Пенсійного фонду України платників збору, встановленого для підприємців — фізичних осіб, здійснюється на підставі отриманого з органу державної реєстрації інформаційного повідомлення.

Фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності для реєстрації в органах Пенсійного фонду подають заяву встановленої форми, а також засвідчені копії таких документів:

- ♦ свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця;
- ♦ довідки про присвоєння ідентифікаційного номера з Державного реєстру фізичних осіб — платників податків та інших обов'язкових платежів;
- ♦ угоди про наймання на роботу фізичної особи (для платників збору, які використовують працю найманих працівників).

Потрібно мати паспорт для пред'явлення. (Бажано відразу зробити ксерокопії першої і другої сторінок та сторінки з пропискою.)

Після реєстрації платникові збору видають повідомлення за встановленою формою, де зазначають присвоєний платникові збору реєстраційний номер.

**Реєстрація фізичної особи — підприємця в органі Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття.** Якщо підприємець має найманих працівників і виступає в ролі роботодавця, то водночас він є платником страхових внесків до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття. У такому разі він повинен зареєструватися в центрі зайнятості (на який покладено функції робочого органу виконавчої дирекції зазначеного Фонду) за місцем свого проживання (реєстрації) в день укладання трудового договору з найманим працівником. Зазвичай, у Фонді реєструють підприємців лише за повідомленням реєстратора. Однак інколи слід додати інші документи.

Для реєстрації до центру зайнятості подають заяву встановленої форми, а також засвідчені відповідальною особою центру зайнятості копії таких документів:

- ♦ свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця;
- ♦ довідки про присвоєння ідентифікаційного номера з Державного реєстру фізичних осіб — платників податків та інших обов'язкових платежів.

Після реєстрації центр зайнятості видає повідомлення про реєстрацію платника страхових внесків, де зазначають реєстраційний номер, присвоєний платникові страхових внесків. Цей реєстраційний номер необхідно зазначати в усіх документах, що стосуються розрахунків за коштами Фонду. У повідомленні центру зайнятості також вказують розмір та терміни перерахування страхових внесків, реквізити банківського рахунку, на який необхідно перераховувати страхові внески, та терміни подання розрахункової відомості про нарахування і перерахування страхових внесків до Фонду.

**Реєстрація фізичної особи — підприємця в органі Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України.** Фізичні особи — підприємці, які використовують працю найманих працівників, зобов'язані зареєструватися в робочих органах виконавчої дирекції Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України за місцем знаходження в 10-денний термін після укладання трудового договору (контракту) з першим із найманих працівників.

Для реєстрації необхідно подати заяву встановленої форми, а також засвідчені нотаріально або відповідальною особою робочого органу виконавчої дирекції Фонду копії таких документів:

- ♦ свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності або довідки про присвоєння ідентифікаційного номера

з Державного реєстру фізичних осіб платників податків та інших обов'язкових платежів;

- ♦ угоди про наймання на роботу першої найманої фізичної особи.

Ці документи подають особисто або через уповноважену особу за наявності документа, що засвідчує її повноваження.

Реєстрація платників страхових внесків до Фонду здійснюється впродовж 10 робочих днів після подання заяви й за наявності відповідних документів.

Факт реєстрації засвідчується страховим свідоцтвом. Крім того, робочий орган виконавчої дирекції Фонду протягом 10 днів після прийняття заяви видає підприємцю повідомлення про віднесення його основної діяльності до певного класу ризику виробництва, розмір страхового тарифу та розрахунок розміру страхового внеску.

**Реєстрація фізичної особи — підприємця в органі Фонду соціального страхування України з тимчасової втрати працездатності.** Якщо підприємець використовує працю найманих працівників, то має зареєструватися у відповідній виконавчій дирекції відділення Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності. Це треба зробити в 10-денний термін від дня укладання трудового договору з найманим працівником. Для реєстрації необхідно подати заяву встановленої форми, а також копії таких документів:

- ♦ свідоцтва про державну реєстрацію;
- ♦ ідентифікаційного коду;
- ♦ патенту або свідоцтва єдиного податку;
- ♦ договору з найманими працівниками.

Після реєстрації присвоюється реєстраційний номер і видається повідомлення про реєстрацію платника.

**Отримання суб'єктом підприємницької діяльності — фізичною особою дозволу на виготовлення печаток і штампів.** Наявність печаток і штампів для підприємця, як суб'єкта підприємницької діяльності — фізичної особи, не є обов'язковою умовою ведення підприємницької діяльності, крім підприємців, які зареєструвалися платниками податку на додану вартість. Двозначний запис у Господарському кодексі про необхідність засвідчення договорів підписами і печатками сторін інколи стає причиною потреби у виготовленні печатки фізичною особою — підприємцем.

Якщо ж підприємець вирішив мати печатку чи штампи, то потрібно вдатися до послуг спеціалізованих штемпельно-граверних майстерень, що виготовляють їх. Перед тим як звернутися до цих майстерень, необхідно попередньо отримати дозвіл органу МВС.

Для отримання дозволу на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів підприємець має звернутися до міського або районного органу внутрішніх справ за місцем своєї державної реєстрації (офіцер Дозвільної системи УМВС). Слід мати на увазі,

що такі офіцери виконують значний перелік дозвільних процедур та здійснюють інші службові обов'язки, тому про візит краще домовитися заздалегідь.

Особисто або через уповноважених осіб до органу внутрішніх справ подають такі документи:

- ♦ заяву, де вказують:
  - а) кількість печаток та штампів, які передбачається виготовити;
  - б) вперше чи ні мають бути виготовлені печатки та штампи (якщо не вперше, то вказують підставу для виготовлення їх);
  - в) місце проживання;
  - г) прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані підприємця, а також особи, яка уповноважена отримати дозвіл оформити замовлення на виготовлення печаток і штампів та подати клопотання до органу внутрішніх справ (якщо отримує дозвіл та подає документи особа, уповноважена підприємцем);
- ♦ копію свідоцтва про державну реєстрацію, засвідчену нотаріально;
- ♦ два примірники зразків (ескізів) печаток, штампів;
- ♦ копію довідки про присвоєння ідентифікаційного номера фізичної особи — платника податків;
- ♦ документ, що підтверджує внесення плати за видачу дозволу на виготовлення печаток і штампів. Таким документом є платіжне доручення або квитанція про внесення коштів у розмірі трьох неоподаткованих мінімумів доходів громадян (51 грн).

Якщо документи подає особа, уповноважена на це підприємцем — фізичною особою, то до органу внутрішніх справ вона подає також оформлене відповідно до вимог законодавства доручення цій особі на подання документів (клопотання).

Органам внутрішніх справ для видачі дозволу на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів забороняється вимагати інших документів.

Упродовж 5 робочих днів від дня отримання документів орган внутрішніх справ зобов'язаний видати дозвіл на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів або письмову відмову із зазначенням причин, обумовлених законодавством України.

Під час отримання дозволу до органу внутрішніх справ також подають оригінал свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності. Зі зворотного боку оригіналу свідоцтва про державну реєстрацію проставляють штамп про видачу дозволу на право виготовлення певної кількості печаток і штампів, засвідчений підписом працівника дозвільної системи органу внутрішніх справ і скріплений печаткою з відтиском «Дозвільна система». Після цього оригінал свідоцтва про державну реєстрацію повертають його власнику.





В органі внутрішніх справ на кожному поданому примірнику зразків (ескізів) печаток і штампів також ставлять штампи, засвідчені підписом працівника дозвільної системи і скріплені печаткою з відтиском «Дозвільна система».

Крім того, орган внутрішніх справ у відповідних випадках про- ставляє на дозволі та на кожному примірнику зразків (ескізів) печаток і штампів штамп про те, що ці печатки та штампи виготовлені вперше.

Оформлені дозволи видають підприємцям — фізичним особам або уповноваженим ними особам під розписку, після пред'явлення паспорту чи іншого документа, що засвідчує особу, а також доручення на особу, відповідальну за отримання дозволу (для уповноважених осіб).

Фізичні особи — підприємці можуть мати тільки по одному примірнику основної каучукової або металевої печатки. Натомість кількість штампів не обмежується.

На печатках і штампах зазначають ідентифікаційний номер фізичної особи — підприємця. Напис на печатках і штампах має відповідати назві, яка зазначена у свідоцтві про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця.

Штемпельно-граверні майстерні та дільниці приймають від суб'єктів підприємницької діяльності замовлення на виготовлення печаток і штампів за умови подання разом з листами чи заявами зразків (ескізів) печаток і штампів та дозволів органів внутрішніх справ на їх виготовлення. Ескізи мають бути чіткими та розбірливими, примірники з виправленнями в роботу не приймають.

Виготовлені печатки й штампи видають після пред'явлення паспорта та доручення, яке під час отримання замовлення засвідчують виготовленою печаткою.

У книзі реєстрації замовлень необхідно підписатися і зазначати серію, номер паспорта, дату та орган внутрішніх справ, що його видав. Після цього роблять відтиски печаток і штампів.

**Відкриття поточного банківського рахунку фізичною особою — підприємцем.** Відповідно до вимог законодавства підприємцю — фізичній особі не обов'язково мати банківський рахунок. Однак якщо специфіка вашої підприємницької діяльності потребує наявності рахунку, то поточний рахунок для зберігання грошових коштів та здійснення всіх видів банківських операцій можна відкрити в будь-якому банку України за власним вибором та за згодою цього банку на умовах договору між власником рахунку та установою банку. Процедура відкриття рахунків в банку є доволі простою, більшість банків відкривають поточні і карткові рахунки підприємцям за спрощеною процедурою.

Для відкриття поточного рахунку в ПриватБанку подають такі документи:

- ♦ заяву на відкриття поточного рахунку встановленого зразка;
- ♦ копію свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця, засвідчену нотаріально або органом, що його видав;
- ♦ копію документа, що підтверджує взяття фізичної особи — підприємця на податковий облік (ф. № 4-ОПП);
- ♦ копію повідомлення про реєстрацію підприємця в Пенсійному фонді України, засвідчену органом, що його видав, чи уповноваженим працівником банку;
- ♦ картку із зразками підписів, поставлених за присутності працівника банку, який відкриває рахунок, і засвідчених цим працівником або нотаріально;
- ♦ копію документа, що підтверджує реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності як платника соціальних страхових внесків, засвідчена нотаріально або органом, що його видав, чи уповноваженим працівником банку (якщо підприємець використовує найману працю).

Під час відкриття поточного рахунку підприємець має подати паспорт чи інший документ, що засвідчує особу, та довідку про присвоєння ідентифікаційного коду. Підприємець нерезидент повинен подати дозвіл на працевлаштування, виданий Мінпраці України.

Крім того, ПриватБанк пропонує, за потребою клієнтів підприємців, відкрити валютний рахунок та корпоративні карткові рахунки, у тому числі картку миттєвого випуску Blitz Business Card.

Картка із зразками підписів може містити зразки підписів не лише власника рахунку, а й його довірених осіб. У такому разі підпис довіреної особи засвідчує уповноважена особа банку за умови пред'явлення паспорта чи іншого документа, що його замінює.

Упродовж трьох робочих днів від дня відкриття рахунку (включаючи день відкриття) необхідно подати особисто або надіслати поштою (з повідомленням про вручення) на адресу органу державної податкової служби, у якому вас взято на податковий облік, повідомлення про відкриття поточного рахунку в установі банку.

Днем відкриття поточного рахунку вважають дату, зазначену на поданій підприємцем заяві на відкриття поточного рахунку в розділі «Відмітки банку».

Підприємець повинен подати в установу банку повідомлення про відкриття поточного рахунку в установі банку з відміткою про взяття цього рахунку на облік органом державної податкової служби. До моменту отримання установою банку такого повідомлення за цим поточним рахунком здійснюють операції лише із зарахування коштів.



Датою початку операцій за видатками за рахунком суб'єкта підприємницької діяльності в установі банку є дата реєстрації отримання банком зазначеного повідомлення.

Крім того, не пізніше ніж упродовж 30 днів від дня видачі довідки для пред'явлення в банк про реєстрацію фізичної особи — підприємця в Пенсійному фонді України треба подати (надіслати) до органу Пенсійного фонду України, у якому ви зареєстровані, відривний корінець довідки, заповнений уповноваженим працівником банку.

Як свідчить практика, банки відкривають поточні рахунки підприємцям відразу в день отримання банком повного пакету документів на відкриття рахунків або впродовж кількох днів.

#### **8.4.2. Реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності — юридичної особи**

В Україні найбільшу популярність у сфері малого та середнього бізнесу мають приватні підприємства, а серед господарських товариств — товариства з обмеженою відповідальністю. Тому докладніше спинимось на особливостях реєстрації саме цих організаційно-правових форм.

**Підготовка установчих документів підприємства.** Згідно із Господарським та Цивільним кодексами України підприємства діють на підставі установчих документів, затверджених засновником (засновниками) підприємства.

Установчі документи господарського товариства повинні містити відомості про вид товариства, предмет і цілі його діяльності, склад засновників та учасників, склад і компетенцію органів товариства та порядок прийняття ними рішень, включаючи перелік питань, щодо яких необхідна одностайність або кваліфікована більшість голосів, інші відомості.

Статут підприємства має містити відомості про його найменування і місцезнаходження, мету і предмет діяльності, розмір і порядок утворення статутного та інших фондів, порядок розподілу прибутків і збитків; про органи управління і контролю, їх компетенцію, про умови реорганізації та ліквідації, а також інші відомості, пов'язані з особливостями організаційної форми. Статут може містити й інші відомості, що не суперечать законодавству.

Статут товариства з обмеженою відповідальністю, крім зазначених вище відомостей, повинен містити відомості про розмір часток кожного з учасників, розмір, склад та порядок внесення ними вкладів. Статутом може бути встановлено порядок визначення розміру часток учасників залежно від зміни вартості майна, внесеного як вклад, та додаткових внесків учасників. До розроблення статуту доцільно залучити фахівця правознавця, а також особу, яка вже здійснювала ці процедури.

Установчі документи затверджують рішенням засновника, якщо власників або уповноважених ними органів два і більше. Таким рішенням є протокол установчих зборів (конференції), який підписують голова та секретар зборів.

Найменування підприємства має містити зазначення його організаційно-правової форми, для повних товариств і командитних товариств — прізвища (найменування) учасників товариства, які несуть додаткову відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном, а також інші необхідні відомості.

Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців» передбачає право засновника юридичної особи зарезервувати найменування юридичної особи терміном на два місяці, а для відкритих акціонерних товариств — на дев'ять місяців, та визначає порядок резервування.

Установчі документи підписуються засновником (засновниками), прошиваються і нумеруються. Якщо власником (власниками) суб'єкта підприємницької діяльності є фізична особа (фізичні особи), то її (їхні) підпис (підписи) на установчих документах засвідчується нотаріусом. А якщо засновником (засновниками) є юридична особа, то підписи відповідних посадових осіб засвідчуються печатками цієї юридичної особи. Установчі документи не повинні містити положень, що суперечать законодавству.

**Відкриття банківського рахунку для формування статутного фонду господарського товариства.** Стаття 52 Закону України «Про господарські товариства» встановлює вимоги до розміру статутного фонду товариства з обмеженою відповідальністю, який має становити не менше від суми, еквівалентної 100 мінімальним заробітним платам, виходячи із ставки мінімальної заробітної плати на момент створення (на сьогодні це 20 500 грн).

Вкладом до статутного (складеного) капіталу господарського товариства можуть бути гроші, цінні папери, інші речі, майнові чи інші відчужувані права, що мають грошову оцінку. Грошове оцінювання внеску учасника господарського товариства здійснюється за згодою учасників товариства.

Якщо існує рішення створити господарське товариство та внести грошовими коштами вклади (їх частину), то до подання документів для державної реєстрації, необхідно відкрити рахунок в установі банку для формування статутного фонду господарського товариства. Відкриття такого рахунку є обов'язковим для товариств з обмеженою та додатковою відповідальністю, оскільки до моменту реєстрації цих видів товариств кожний учасник зобов'язаний внести до статутного фонду не менше ніж 50 % вказаного в установчих документах вкладу.

Для формування статутного фонду господарського товариства може бути відкритий лише один рахунок у національній та (або) іноземній валюті.



Перед відкриттям рахунку для формування статутного фонду засновники господарського товариства мають ухвалити рішення про визначення особи (уповноваженої засновниками особи), якій надається право розпорядчого підпису під час здійснення грошових операцій за цим рахунком. Це рішення повинно бути оформлене у вигляді доручення, яке засвідчується нотаріально, якщо хоча б одним із засновників господарського товариства є фізична особа.

Для того щоб відкрити рахунок для формування статутного фонду господарського товариства, до установи банку треба подати такі документи:

- ♦ рішення засновників про визначення особи, якій надається право розпорядчого підпису під час здійснення грошових операцій за цим рахунком (довіреність);
- ♦ копію установчого документа, засвідчену нотаріально;
- ♦ заяву встановленої форми про відкриття рахунку, підписану уповноваженою засновниками особою;
- ♦ картку із зразком підпису уповноваженої засновниками особою, засвідчену уповноваженим працівником банку.

Кошти на рахунок для формування статутного фонду господарського товариства перераховують його засновники та учасники перед реєстрацією господарського товариства як юридичної особи (тобто до моменту державної реєстрації товариства). Цей рахунок починає функціонувати як поточний тільки після отримання банком документів щодо реєстрації господарського товариства. У разі відмови засновникам господарського товариства в його реєстрації або в інших випадках, передбачених законодавством України, кошти з рахунку повертають засновникам та учасникам господарського товариства, а сам рахунок банківська установа закриває.

**Державна реєстрація юридичної особи.** Першим кроком до легалізації підприємства є його державна реєстрація як суб'єкта підприємницької діяльності — юридичної особи.

Державна реєстрація юридичних осіб проводиться державним реєстратором винятково у виконавчому комітеті міської ради міста обласного значення за місцезнаходженням юридичної особи (місцезнаходження постійно діючого виконавчого органу юридичної особи, а в разі його відсутності — місцезнаходження особи, уповноваженої діяти від імені юридичної особи без доручення (наприклад, директора), за адресою, яка вказана засновниками (учасниками) в установчих документах і за якою здійснюється зв'язок з юридичною особою.

Для проведення державної реєстрації юридичної особи засновник (засновники) або уповноважена ними особа повинні особисто подати державному реєстратору (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення) такі документи:

- ♦ заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації юридичної особи;
- ♦ копію рішення засновників або уповноваженого ними органу про створення юридичної особи;
- ♦ два примірники установчих документів;
- ♦ документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації юридичної особи.

Реєстраційний збір становить 10 н.м.д.г. (170 грн). У разі, якщо проводилося резервування найменування юридичної особи, додатково подають чинну довідку з Єдиного державного реєстру про резервування найменування юридичної особи.

У разі державної реєстрації господарського товариства, для якого законом встановлено вимоги щодо формування статутного фонду, додатково подають документ, що підтверджує внесення засновником (засновниками) вкладу (вкладів) до статутного фонду (акт приймання-передавання майна засновником товариству та/чи довідку банку, якщо вклади вносилися грошовими коштами на тимчасовий банківський рахунок).

У разі державної реєстрації відкритих акціонерних товариств додатково подають звіт про проведення підписки на акції, засвідчений Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку України.

У разі державної реєстрації селянського (фермерського) господарства крім названих документів, додатково подають копію Державного акта на право приватної власності засновника на землю або копію Державного акта на право постійного користування землею засновником, або нотаріально засвідчену копію договору про право користування землею засновником, зокрема на умовах оренди.

Державному реєстратору забороняється вимагати додаткових документів для проведення державної реєстрації юридичної особи.

Якщо документи для проведення державної реєстрації подає засновник або уповноважена ним особа особисто, то державному реєстратору додатково необхідно пред'явити паспорт та документ, що засвідчує його (її) повноваження. Документи, подані для проведення державної реєстрації юридичної особи, приймають за описом, копію якого в день надходження документів видають (надсилають рекомендованим листом) засновнику або уповноваженій ним особі з відміткою про дату надходження документів.

Термін державної реєстрації юридичної особи не повинен перевищувати трьох робочих днів з дати надходження документів для проведення державної реєстрації юридичної особи.

Свідоцтво про державну реєстрацію юридичної особи оформлює та видає (надсилає рекомендованим листом за описом вкладення) засновнику або уповноваженій ним особі державний реєстратор не пізніше від наступного робочого дня з дати держав-



ної реєстрації юридичної особи. Разом із свідоцтвом про Державну реєстрацію юридичної особи засновнику або уповноваженій ним особі видають (надсилають рекомендованим листом) один примірник оригіналу установчих документів з відміткою державного реєстратора про проведення державної реєстрації юридичної особи.

Державний реєстратор не пізніше від наступного робочого дня з дати державної реєстрації юридичної особи зобов'язаний передати відповідним органам статистики, Державної податкової служби, Пенсійного фонду України, Фондів соціального страхування повідомлення про проведення державної реєстрації юридичної особи із зазначенням номера та дати внесення відповідного запису до Єдиного державного реєстру та відомості з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи. Підставою для взяття юридичної особи на облік в органах статистики, Державної податкової служби, Пенсійного фонду України, Фондів соціального страхування є надходження до цих органів повідомлення державного реєстратора про проведення державної реєстрації юридичної особи та відомостей з відповідної реєстраційної картки.

**Включення юридичної особи до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України.** Будь-яке новостворене підприємство повинно бути включене до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (далі — ЄДРПОУ). Для цього впродовж 10 днів після державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності — юридичної особи необхідно звернутися до територіального органу державної статистики за місцезнаходженням підприємства.

Для включення до ЄДРПОУ подають такі документи:

- ♦ заповнену облікову картку встановленого зразка;
- ♦ документ, що засвідчує внесення плати за включення до ЄДРПОУ.

Облікову картку можна отримати в територіальному органі державної статистики, а копію реєстраційної картки — в органі державної реєстрації (при цьому слід простежити, щоб на цій копії була відмітка органу державної реєстрації).

З практики відомо, що орган державної статистики, крім зазначених документів, може вимагати копії статуту або інших установчих документів та свідоцтва про державну реєстрацію. Тому для уникнення зайвих суперечок варто взяти ці документи з собою.

Довідку про включення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України територіальний орган державної статистики видає за запитом упродовж п'яти днів. Термін отримання довідки з ЄДРПОУ залежить від розміру плати за послуги, який у різних регіонах є неоднаковим.

У територіальному органі державної статистики видають довідку про включення до ЄДРПОУ, де, крім ідентифікаційного коду, вказують коди видів економічної діяльності, якими планує займатися підприємство.

**Реєстрація юридичної особи в органі Пенсійного фонду України.** Оскільки всі підприємства в Україні є платниками збору на обов'язкове державне пенсійне страхування, існує обов'язок зареєструвати новостворене підприємство в органі Пенсійного фонду України. Це необхідно зробити впродовж 10 днів від дня отримання свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності. Для реєстрації подають такі документи:

- ♦ заяву встановленого зразка, бланк якої видають в органі Пенсійного фонду;
- ♦ засвідчену копію свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності;
- ♦ засвідчену копію довідки про включення до ЄДРПОУ, присвоєння ідентифікаційного коду органом статистики.

Після реєстрації орган Пенсійного фонду України повинен видати повідомлення, у якому зазначають реєстраційний номер платника збору на обов'язкове державне пенсійне страхування, присвоєний підприємству, ставку та терміни перерахування збору. Копію цього повідомлення необхідно подати до установи банку під час відкриття рахунку.

**Реєстрація юридичної особи як платника страхових внесків до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття.** Власники підприємств або уповноважені ними органи як роботодавці є платниками страхових внесків до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття. Крім того, підприємство повинно утримувати та фактично сплачувати до Фонду страхові внески із заробітної плати найманих працівників. Тому власник підприємства або уповноважений ним орган зобов'язаний у 10-денний термін від дня отримання свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи зареєструвати новостворене підприємство платником страхових внесків до Фонду в центрі зайнятості за місцезнаходженням підприємства (центри зайнятості виконують функції робочих органів виконавчої дирекції Фонду).

Для реєстрації в центрі зайнятості необхідно подати заяву за встановленою формою, бланк якої можна отримати в центрі зайнятості, а також засвідчені відповідальною особою центру зайнятості копії:

- ♦ свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи;
- ♦ довідки органу державної статистики про включення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України.

Після реєстрації центр зайнятості має видати повідомлення про реєстрацію платника страхових внесків, у якому зазначають:



- ♦ реєстраційний номер підприємства;
- ♦ розмір та терміни перерахування страхових внесків;
- ♦ реквізити банківського рахунку, на який потрібно перераховувати страхові внески;
- ♦ терміни подання розрахункової відомості про нарахування та перерахування страхових внесків до Фонду.

**Реєстрація юридичної особи як платника страхових внесків до Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України.** Усі підприємства, як роботодавці, є платниками страхових внесків до Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України.

Новостворене підприємство зобов'язане зареєструватися в робочому органі виконавчої дирекції Фонду за своїм місцезнаходженням упродовж 10 днів від дня отримання свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи.

Відповідно до законодавства для реєстрації подають такі документи:

- ♦ заяву встановленої форми;
- ♦ засвідчені нотаріально або відповідальною особою робочого органу виконавчої дирекції Фонду копії таких документів:

- а) свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи;
- б) довідки органу державної статистики про включення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, присвоєння ідентифікаційного коду.

Документи для реєстрації може подати особисто власник (засновник) підприємства або уповноважена ним відповідальна особа за наявності документа, що засвідчує її повноваження.

Заповнюючи заяву про реєстрацію, необхідно вказати галузь економіки, у якій працює підприємство та вид його діяльності. На підставі цих даних із заяви працівники фонду визначають клас професійного ризику виробництва, а відтак — розмір страхового тарифу.

Робочий орган виконавчої дирекції фонду за наявності відповідних документів повинен зареєструвати новостворене підприємство як платника страхових внесків упродовж 10 робочих днів після надходження заяви.

Факт реєстрації підприємства Фондом засвідчується страховим свідоцтвом.

Крім того, впродовж 10 днів після прийняття заяви про реєстрацію робочий орган виконавчої дирекції Фонду має видати повідомлення про віднесення підприємства до класу ризику виробництва, якому відповідає його основна діяльність, розмір страхового тарифу, розрахунок розміру страхового внеску, а також реквізити банківського рахунку, на який необхідно перераховувати страхові внески.

**Реєстрація юридичної особи як платника страхових внесків до Фонду соціального страхування України з тимчасової втрати працездатності.** Підприємство як роботодавець (використовує працю найманих працівників) є платником страхових внесків до Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності. Тому воно має зареєструватися як платник страхових внесків до Фонду у виконавчій дирекції відділення Фонду впродовж 10 днів від дня отримання свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи незалежно від того, провадить це підприємство господарську діяльність і розрахунки з оплати праці чи ні.

Для реєстрації необхідно подати заяву встановленої форми.

Після реєстрації виконавча дирекція відділення Фонду повинна видати повідомлення про реєстрацію платника, у якому зазначають реєстраційний номер, присвоєний новоствореному підприємству, ставку та терміни перерахування страхових внесків, а також реквізити банківського рахунку, на який перераховують страхові внески.

**Взяття юридичної особи на облік в органі державної податкової служби.** Наступним кроком у реєстрації новоствореного підприємства є візит до органу державної податкової служби за місцезнаходженням підприємства для взяття його на облік платників податків. Це необхідно зробити впродовж 20 днів від дня отримання свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи.

Звертаємо увагу на те, що всі документи для взяття на облік платників податків повинен подавати або особисто власник (власники) або засновник (засновники) чи уповноважена ним (ними) особа (заявник), або призначений керівник, або головний бухгалтер підприємства.

Відповідно до законодавства слід подати такі документи:

- ♦ заяву за формою № 1-ОПП. Заява має бути підписана власником, засновником або призначеним керівником чи головним бухгалтером підприємства. Її подають до відділу обліку платників податків і реєструють також у загальному відділі (канцелярії);
- ♦ нотаріально засвідчені копії статуту (якщо це потрібно для створюваної організаційної форми підприємства), установчих договорів з відміткою органу, що здійснив державну реєстрацію;
- ♦ копію свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи;
- ♦ копію довідки органу державної статистики про включення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, присвоєння ідентифікаційного коду.

Якщо серед засновників та (або) власників підприємства є юридичні особи — резиденти України, які перебувають на податковому обліку в інших органах державної податкової служби, то під

час взяття підприємства на облік платників податків такі засновники та (або) власники мають подати копію довідки про взяття їх на облік платників податків за формою № 4-ОПП, виданою в податковій інспекції за їх місцезнаходженням.

Однак перелік необхідних документів цим не обмежується, оскільки особа, яка подає документи, має пред'явити представнику податкової інспекції свій паспорт та довідки про присвоєння ідентифікаційного коду з ДРФО власникам, засновникам (якщо власники та засновники підприємства — фізичні особи), а також директорові та головному бухгалтерові підприємства.

Згідно із законодавством перед взяттям на податковий облік підрозділ податкової міліції органу державної податкової служби, до якого ви звернулися, має перевірити паспортні дані і встановити місцезнаходження платника податків. Інколи це означає, що перед поданням документів для взяття на податковий облік працівники податкової міліції можуть вимагати, щоб засновники, власники, директор та головний бухгалтер з'явилися до них на співбесіду.

У разі подання всіх необхідних документів податкова інспекція повинна взяти новостворене підприємство на податковий облік упродовж двох робочих днів після надходження заяви за формою № 1-ОПП.

Після взяття підприємства на податковий облік у податковій інспекції мають видати довідку про взяття на облік платника податків за формою № 4-ОПП, яка підтверджує взяття підприємства на податковий облік, а також поставити на примірнику статуту підприємства відмітку (штамп) за підписом відповідальної особи податкової інспекції про взяття на податковий облік.

Крім того, слід подбати про те, щоб у податковій інспекції видали копії довідки за формою № 4-ОПП, які потрібно пред'являти в тих установах банків, де відкриватимуться поточні рахунки підприємства, а також в інших органах державної влади.

Якщо банківська установа відкрила рахунки підприємству, то впродовж трьох робочих днів від дня відкриття рахунку (включно з днем проведення операції відкриття) необхідно подати особисто або надіслати поштою (з повідомленням про вручення) на адресу органу державної податкової служби, у якому підприємство перебуває на обліку, повідомлення про відкриття рахунків в установах банків.

Пам'ятайте: якщо ви не повідомите податковій інспекції про відкриття рахунків у банках, то до підприємства можуть застосувати штрафні санкції.

**Отримання юридичною особою дозволу на виготовлення печаток і штампів.** Обов'язковим атрибутом діяльності суб'єкта підприємницької діяльності — юридичної особи є печатка, а в разі потреби — штампи.

Печатки і штампи виготовляють штемпельно-граверні майстерні. Однак для того щоб у такій майстерні прийняли замовлення на виготовлення печатки (штампу), потрібно мати дозвіл на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів в органі внутрішніх справ. Для отримання цього дозволу необхідно звернутися до міського або районного органу внутрішніх справ за місцем державної реєстрації.

Для отримання дозволу на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів подають такі документи:

- ♦ заяву довільної форми, підписану керівником підприємства, де, зокрема, вказують:

- 1) кількість печаток та штампів, які передбачається виготовити;

- 2) вперше чи ні виготовляють печатки та штампи для підприємства (у разі виготовлення печаток не вперше зазначають підставу для цього);

- 3) місцезнаходження підприємства;

- 4) прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані особи, відповідальної за отримання дозволу на виготовлення печаток і штампів;

- 5) прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані керівника підприємства або уповноваженої ним особи, що подає клопотання до органу внутрішніх справ;

- ♦ копію свідоцтва про державну реєстрацію, засвідчену нотаріально;

- ♦ два примірники зразків (ескізів) печаток і штампів, затверджені керівником (власником) підприємства;

- ♦ документ, що підтверджує внесення плати за видачу дозволу на виготовлення печаток і штампів. Таким документом є платіжне доручення або квитанція про внесення коштів.

Розмір реєстраційного внеску становить 3 н.м.д.г., тобто 51 грн.

Документи для отримання дозволу на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів може подати керівник підприємства або уповноважена ним особа. Уповноважена особа при цьому має подати оформлене відповідно до вимог законодавства доручення, видане їй на право подання документів (клопотання).

Органам внутрішніх справ для видачі дозволу на виготовлення печаток і штампів забороняється вимагати від юридичної особи додаткових документів.

Упродовж п'яти робочих днів від дня отримання документів орган внутрішніх справ зобов'язаний видати дозвіл на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів або дати письмову відмову із зазначенням причин, обумовлених законодавством України.



Під час отримання дозволу до органу внутрішніх справ подають оригінал свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи. Зі зворотного боку оригіналу свідоцтва про державну реєстрацію проставляють штамп про видачу дозволу на право виготовлення певної кількості печаток і штампів, який засвідчується підписом працівника дозвільної системи органу внутрішніх справ і скріплюється печаткою з відтиском «Дозвільна система». Відтак оригінал свідоцтва про державну реєстрацію повертають його власнику.

На кожному поданому примірнику зразків (ескізів) печаток і штампів в органі внутрішніх справ ставлять штампи, які засвідчуються підписом працівника дозвільної системи й скріплюються печаткою з відтиском «Дозвільна система». Крім того, орган внутрішніх справ повинен проставити на дозволі та на кожному примірнику зразків (ескізів) печаток і штампів штамп про те, що печатки та штампи виготовлені вперше.

Юридичні особи можуть мати тільки по одному примірнику основної каучукової або металевій печатки.

На всіх печатках і штампах зазначають ідентифікаційний код підприємства, а напис на них має відповідати назві, зазначеній у свідоцтві про державну реєстрацію підприємства.

Печатки з емблемами, товарними знаками тощо з відповідним описом можуть бути виготовлені тільки в тому разі, якщо вони зареєстровані у встановленому законодавством України порядку або передбачені в статуті чи положенні підприємства.

Штемпельно-граверні майстерні та дільниці приймають від суб'єктів підприємницької діяльності замовлення на виготовлення печаток і штампів за умови подання разом з листами та заявами самих зразків (ескізів) печаток та штампів і дозволів органів внутрішніх справ на їх виготовлення.

Виготовлені печатки та штампи видають лише після пред'явлення паспорта та доручення.

**Відкриття поточного банківського рахунку юридичною особою.** Юридична особа може відкрити поточні, депозитні, карткові та інші рахунки у будь-яких банках України за власним вибором. Обов'язковою є вимога щодо відкриття поточного рахунку в національній валюті, де зберігаються грошові кошти й здійснюються всі банківські операції під час провадження підприємницької діяльності.

Поточний рахунок відкривають після державної реєстрації підприємства, взяття його на податковий облік, реєстрації в Пенсійному фонді України та фондах соціального страхування і виготовлення печатки підприємства. Банки застосовують відносно нескладну процедуру відкриття рахунків для підприємств. Так, для відкриття поточного рахунку до ПриватБанку подають такі документи:

1) заяву на відкриття рахунку встановленого зразка, підписану керівником та головним бухгалтером підприємства;

2) копію свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи, засвідчену нотаріально чи органом державної реєстрації;

3) копію належним чином зареєстрованого статуту підприємства, засвідчену нотаріально чи органом державної реєстрації. Підприємства, що діють на підставі лише установчого договору, замість статуту подають нотаріально засвідчену копію установчого договору;

4) копію довідки про взяття на облік платників податків за формою № 4-ОПП, засвідчену органом державної податкової служби, нотаріально або уповноваженим працівником банку;

5) картки (два примірники) із зразками підписів осіб (яким відповідно до законодавства чи установчих документів підприємства надано право розпорядження рахунком та підписання розрахункових документів) та із зразком відтиска печатки підприємства, засвідчена нотаріально;

6) копію повідомлення про реєстрацію в органах Пенсійного фонду України;

7) копію довідки про внесення підприємства до ЄДРПОУ, засвідчену нотаріально або органом державної статистики, що видав довідку;

8) документ, який підтверджує реєстрацію підприємства як платника соціальних страхових внесків або його копію, засвідчену нотаріально або органом, що його видав, чи уповноваженим працівником банку.

В інших банках цей перелік може незначно відрізнятись.

Якщо в штаті підприємства відсутня посада головного бухгалтера чи іншої посадової особи, на яку покладено функцію ведення бухгалтерського обліку та звітності, то заяву на відкриття поточного рахунку підписує лише керівник підприємства. Треба звернути увагу також на те, що підписи керівника та головного бухгалтера підприємства на заяві про відкриття рахунку мають бути розшифровані (з обов'язковим зазначенням прізвища та ініціалів) і збігатися з підписами в картці, де вміщено зразки підписів та відтиска печатки (якщо заяву та картку підписують ті самі особи), оскільки це перевірятимуть працівники банку під час подання документів на відкриття рахунку.

Для заповнення картки із зразками підписів та відтиску печатки необхідно вирішити, кому надається право першого та другого підписів. Право першого підпису належить керівникові підприємства (зразок підпису керівника вносять у картку обов'язково) та відповідним посадовим особам, уповноваженим керівником. Право другого підпису належить головному бухгалтеру підприємства, а якщо в штаті підприємства відсутня така посада, то це право має особа, що виконує функції головного бухгалтера, або посадова осо-



ба, на яку покладено ведення бухгалтерського обліку та звітності, а також відповідні посадові особи, уповноважені керівником. Право першого підпису не може бути надано головному бухгалтеру та іншим особам, які мають право другого підпису, і навпаки, право другого підпису не може бути надано особам, які користуються правом першого підпису.

Упродовж трьох робочих днів від дня відкриття рахунку, вважуючи й день відкриття рахунку, підприємство зобов'язане подати або надіслати поштою (з повідомленням про вручення) на адресу органу державної податкової служби, у якому воно перебуває на обліку, повідомлення про відкриття рахунку в установі банку.

Днем відкриття рахунку вважають дату, зазначену в заяві про відкриття рахунку в розділі «Відмітки банку».

На повідомленні про відкриття рахунку податківці мають поставити відмітку про взяття органом державної податкової служби відкритого рахунку на облік. Після цього необхідно особисто подати це повідомлення до установи банку, в якій відкрито рахунок підприємства. При цьому варто поквапитися, бо якщо установа банку не отримає від вас такого повідомлення з відміткою податкової інспекції про взяття на облік рахунку, то на ньому здійснюватимуться лише операції із зарахування коштів. Датою початку операцій за видатками на рахунок підприємства є дата реєстрації отримання банком зазначеного повідомлення.

Крім того, не пізніше ніж упродовж 30 днів від дня видачі довідки для пред'явлення в банк про реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності в Пенсійному фонді України, треба подати (надіслати) до органу Пенсійного фонду України, у якому ви зареєстровані, відривний корінець довідки, заповнений уповноваженим працівником установи банку.

Банк має відкрити поточний рахунок підприємству впродовж 10 календарних днів після отримання повного пакету документів на відкриття рахунку.

**Реєстрація фермерських господарств (ФГ)** здійснюється на загальних підставах. Однак існують деякі особливості. Так, для державної реєстрації фермерського господарства голова фермерського господарства або уповноважена ним особа особисто або поштою (рекомендованим листом) подає до державного реєстратора:

- ♦ засновницькі документи (уставний договір про створення фермерського господарства та Статут фермерського господарства);
- ♦ реєстраційну картку встановленого зразка, яка є заявою про державну реєстрацію фермерського господарства;
- ♦ копію документа, що засвідчує наявність у громадянина на праві власності чи оренди земельної ділянки сільськогосподарського призначення;
- ♦ документ, що посвідчує внесення плати за державну реєстрацію фермерського господарства.

Для реєстрації фермерського господарства забороняється вимагати інших документів або відомостей, ніж перелічені у цій частині.

Підписи громадян на установчих документах про створення фермерського господарства засвідчуються нотаріусом. Державна реєстрація фермерського господарства здійснюється за наявності всіх необхідних документів упродовж не більше від п'яти робочих днів. Органи державної реєстрації зобов'язані протягом цього терміну внести дані з реєстраційної картки до Реєстру суб'єктів підприємницької діяльності та видати свідоцтво про державну реєстрацію фермерського господарства. Свідоцтво про державну реєстрацію фермерського господарства та копія документа, що підтверджує взяття його на облік у державному податковому органі, є підставою для відкриття рахунків у будь-яких банках України та інших держав.

Важливою особливістю реєстрації ФГ є те, що їх засновниками можуть бути винятково громадяни України, а одним із задекларованих у статуті видів діяльності має бути «виробництво сільськогосподарської продукції».

Державна реєстрація проводиться за наявності всіх необхідних документів за заявочним принципом. Державний реєстратор зобов'язаний внести дані із реєстраційної картки до Єдиного реєстру суб'єктів підприємництва та видати Свідоцтво про державну реєстрацію з проставленим ідентифікаційним кодом (для юридичних осіб) або ідентифікаційним номером (для фізичних осіб).

Суб'єкт підприємницької діяльності зобов'язаний повідомляти орган реєстрації про створення та ліквідацію відокремлених структурних підрозділів, дочірніх підприємств, зміну назви, місця розташування, відносин власності тощо. Тому краще передбачити всі ці умови заздалегідь.

У разі зміни назви, організаційної форми, відносин власності підприємство повинно у місячний термін подати документи для перереєстрації. Перереєстрація проводиться у порядку, встановленому для реєстрації. В необхідних випадках 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.



## 8.5. Порядок формування статутного фонду

Важливим кроком започаткування підприємства є **формування статутного фонду**, що регулюється чинним законодавством, установчим договором та статутом підприємства. Розмір статутного фонду визначається установчими документами. Однак розмір статутного фонду господарських товариств (товариств з обмеженою відповідальністю (ТОВ), акціонерних товариств (АТ) та інших видів товариств) визначається Законом. Так, статутні фонди ТОВ та АТ не можуть бути меншими 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 допомогів 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 до статутного фонду, за винятком внесків у грошовій формі, повинні мати акт оцінки вартості внесених засобів. Цей акт і сума оцінки внеску мають погоджуватися всіма засновниками. У разі, коли одним із засновників є державне підприємство або підприємство з участю державної власності, вартість внеску оцінюють за методикою Фонду державного майна і погоджують з ним.

Оцінювання вартості нематеріальних внесків (торгова марка, рецепт, технологічний прийом, «ноу-хау») має здійснювати незалежний експерт. Вартість внесених будівель, транспортних засобів, інших основних засобів можуть визначати органи технічної інвентаризації, незалежні експерти, комісійні магазини. Однак у будь-якому випадку результати оцінки повинні затверджуватися всіма засновниками.

**Порядок формування статутного фонду** визначається законодавством України, установчими документами та статутом підприємства. Під час створення 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 повинні внести повний розмір вкладу до статутного фонду. Зміна розміру статутного фонду будь-якого суб'єкта підприємництва до завершення 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.

Крім статутного фонду, підприємства формують матеріальну основу для ведення виробничої та інших видів діяльності. Певною особливістю формування майнових комплексів сільськогосподарських підприємств за сучасних умов 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.

Оренда землі здійснюється на основі Закону України «Про оренду землі», відповідно до якого в договорі оренди необхідно мінімально вказати:

- ♦ об'єкт оренди — місце розташування ділянки, її межі та обліково-кадастрові параметри;
- ♦ суб'єктів оренди — орендодавця та орендаря, їх назви та юридичні адреси;
- ♦ термін дії договору та умови дострокового розірвання угоди;
- ♦ орендну плату — розмір, умови виплати, змін, індексації, відтермінування;
- ♦ умови використання землі, збереження якісних параметрів;
- ♦ умови повернення земельної ділянки по закінченні дії оренди або у разі дострокового розірвання договору;
- ♦ додаткові умови та обмеження щодо використання орендованої земельної ділянки;
- ♦ додаткові умови та розподілення 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, однак необхідні для реєстрації документи подають до відповідних відділів земельних ресурсів. Саме ці відділи виконують всю технічну роботу, пов'язану із державною реєстрацією договорів оренди землі.

Оренду майна, яке передають у використання юридичній особі, регламентовано не так жорстко, як оренду землі. Власники майнових маїв або спільного майна можуть укласти договір оренди спільно або кожен окремо. У разі спільного надання майна в оренду власники повинні укласти договір про спільне володіння майном і визначити розпорядника. Рішення про оренду майнових комплексів спільного використання можуть прийняти винятково одноголосно збори власників. У договорі оренди необхідно зазначити всі умови, передбачені Господарським кодексом України.

## 8.6. Дозволи та погодження на початок роботи

Видача дозвільних документів є однією з найобтяжливіших процедур під час започаткування підприємницької діяльності в Україні. Залежно від виду діяльності підприємець не має права розпочати будівництво, виробництво чи торгівлю без отримання низки дозвільних документів від центральних та місцевих органів влади.

До цих документів належать:

- ♦ дозволи на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг;
- ♦ ліцензії;
- ♦ дозволи на будівництво та виконання будівельних робіт;
- ♦ технічні умови на проектування;
- ♦ експертні висновки та погодження, особливо для проектної документації, під час атестацій та обстежень виробництв і прийняття об'єктів в експлуатацію;
- ♦ дозволи на початок роботи від органів пожежної охорони, санітарно-епідеміологічної служби та держнагляду за охороною праці;
- ♦ дозволи на розміщення реклами та об'єктів торгівлі і сфери послуг, а також багато інших.

**Дозвіл на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг** є дуже поширеним, оскільки чимало суб'єктів підприємництва здійснюють торговельну діяльність. Слід зазначити, що в багатьох населених пунктах отримання цього дозволу пов'язано зі сплатою місцевого податку — збору за розміщення об'єктів торгівлі.

Для того щоб відкрити торговельну точку, потрібно не лише орендувати для цього приміщення, а й отримати деякі дозволи на початок роботи. Насамперед необхідно отримати свідоцтво торговельного об'єкта (можливі інші назви) в органі місцевого самоврядування за місцем здійснення торговельної діяльності або дозвіл на розміщення об'єкта торгівлі та сфери послуг.

Порядок видачі дозволу на розміщення об'єкта торгівлі (або свідоцтва торговельного об'єкта) та розмір збору за його видачу встановлюються безпосередньо органами місцевого самоврядування (міські, сільські, селищні ради). Крім того, Закон України «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності» поширюється на торговельну діяльність та діяльність з надання побутових послуг. Придбавши патент на право торговельної діяльності, суб'єкт підприємництва погоджує режим роботи своєї торговельної точки з місцевими органами влади.

Переважно дозволи видають терміном на рік. Кожен наступний дозвіл отримують щороку до закінчення терміну дії попереднього дозволу в уповноваженому на це відділі виконкому. За видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі у спеціально відведених для цього місцях необхідно сплатити збір за видачу дозволу

на торгівлю. Цей збір сплачують юридичні особи і громадяни, які реалізують сільськогосподарську, промислову продукцію та інші товари залежно від площі торгового місця, його територіального розміщення та виду продукції.

Граничний розмір збору за видачу дозволу на торгівлю не повинен перевищувати 20 н.м.д.г. — для суб'єктів, що постійно здійснюють торгівлю у спеціально відведених для цього місцях, і 1 н.м.д.г. на день — за одноразову торгівлю.

**Отримання дозволу від органів державного нагляду за охороною праці.** Суб'єкт підприємницької діяльності, який планує розпочати діяльність, пов'язану з виконанням робіт підвищеної небезпеки або експлуатацією об'єктів, машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки, повинен отримати відповідний дозвіл Держнаглядохоронпраці або його територіального органу.

Перелік видів діяльності підвищеної небезпеки і порядок отримання дозволу визначено постановою Кабінету Міністрів «Про затвердження Порядку видачі дозволів Державним комітетом з нагляду за охороною праці та його територіальними органами» від 15.10.2003 р. № 1631 (зі змінами та доповненнями).

**Отримання дозволу в органах Державного пожежного нагляду.** Необхідність отримання дозволу на початок роботи новостворених підприємств регламентується ст. 10 Закону України «Про пожежну безпеку» від 17.12.93 р. № 3745-XII та Правилами пожежної безпеки в Україні, введеними в дію наказом МВС України від 22.06.95 р.

Згідно зі ст. 10 Закону України «Про пожежну безпеку» новостворені підприємства починають свою діяльність після отримання дозволу в органах Державного пожежного нагляду. Ці органи здійснюють експертизу проектів на предмет пожежної безпеки і видачу дозволів на початок роботи, а також беруть участь у прийманні об'єктів в експлуатацію.

Введення в експлуатацію нових, реконструйованих виробничих, житлових та інших об'єктів, упровадження нових технологій, передавання у виробництво зразків нових пожежонебезпечних машин, механізмів, оренда будь-яких приміщень без дозволу органів Державного пожежного нагляду забороняються. Це означає, що перед тим як розпочати роботу, потрібно отримати згоду органів Державного пожежного нагляду. Більше того, найкраще це зробити до укладання договору на оренду приміщення. Інспектор Державного пожежного нагляду визначить, чи можна використовувати цю площу в передбачених цілях.

Інспектор пожежного нагляду має право призупинити експлуатацію об'єктів або приміщень, якщо підприємство почало використовувати їх без погодження з органами державного пожежного нагляду.

Порядок видачі дозволів установлений постановою «Про твердження порядку видачі органами державного пожежного нагляду

дозволу на початок роботи підприємств та оренду приміщень» від 14.02.2001 р. № 150 і поширюється на підприємства, установи, організації незалежно від форми власності та громадян.

Дозвіл на початок роботи новоствореним підприємствам видають центральні, територіальні та місцеві органи Державного пожежного нагляду — залежно від важливості об'єктів під кутом зору пожежної безпеки.

Для отримання дозволу на початок роботи власник (орендар) подає до відповідного органу Державного пожежного нагляду заяву про видачу дозволу; заяву на проведення експертизи протипожежного стану підприємства, об'єкта чи приміщення, а для отримання дозволу на оренду приміщень — копію договору оренди, в якому мають бути вказані обов'язки сторін щодо пожежної безпеки.

Якщо орендують не все приміщення, а тільки його частину (поверх), подають план усього приміщення (з виділеною площею оренди), завіреним печаткою підприємства.

Інспектор пожежного нагляду повинен оглянути приміщення і провести експертизу його пожежної безпеки. Для цього він має право вимагати проведення контрольних випробувань на пожежну безпеку інструментів, обладнання, продукції, речовин та матеріалів, аналізу пожежної безпеки робочих місць. За відсутності окремих фактів порушень правил пожежної безпеки дозвіл видають без обмежень терміну його дії.

Видача дозволу здійснюється впродовж п'яти робочих днів з дня подачі заявником відповідних документів.

За наявності окремих фактів порушень правил пожежної безпеки в дозволі зазначають термін його дії та умови забезпечення пожежної безпеки. Після своєчасного виконання цих умов термін дії дозволу продовжується на підставі заяви власника (орендаря). У разі невиконання зазначених умов орган, який видав дозвіл, або вищий орган Державного пожежного нагляду має право його скасувати.

Власник (орендар) може оскаржити рішення про відмову у видачі дозволу або його скасування до вищого органу Державного пожежного нагляду або господарського суду.

**Отримання висновку санепідемстанції.** Висновок про відповідність санітарним нормам та готовності підприємства до роботи санепідемстанція видає відповідно до Положення про порядок видачі установами державної санепідемслужби висновків щодо відповідності вимогам санітарних норм об'єктів і споруд, які вводяться в експлуатацію, і готовності підприємства до роботи для отримання дозволу на початок роботи підприємства, установи, організації, затвердженого постановою Головного державного санітарного лікаря України від 23.04.2001 р. Цей висновок надається на підставі:

- ♦ заяви власника підприємства чи уповноваженого ним органу;
- ♦ свідоцтва про державну реєстрацію;

- ♦ статуту підприємства з переліком видів діяльності;
- ♦ документів про право користування приміщеннями;
- ♦ позитивного висновку на проектну документацію;
- ♦ гігієнічних висновків на матеріали, сировину, готову продукцію, обладнання;
- ♦ результатів попередніх медичних оглядів працівників відповідно до чинного санітарного законодавства.

Під час підготовки висновку установи санепідемслужби зобов'язані провести гігієнічне обстеження підприємства з використанням лабораторних вимірювань на предмет відповідності умов праці, навколишнього природного середовища вимогам санітарних норм та правил, скласти акт обстеження підприємства. Проведення обстеження та надання висновку органами санепідемслужби здійснюється за оплату.

## 8.7. Ліцензування підприємницької діяльності

Складним і неоднозначним проявом державного втручання в підприємницьку діяльність є її **ліцензування**. Воно, з офіційної точки зору, має на меті захистити інтереси держави та права споживачів. Однак досить часто ліцензування стає серйозною перешкодою в розвитку підприємницьких структур. У розвиток політики дерегуляції кількість ліцензованих видів підприємництва значно скоротилася, однак у практику майже одразу було запроваджено патентування і сертифікацію окремих видів діяльності.

**Ліцензія.** Окремі види підприємництва, які безпосередньо впливають на здоров'я людей, навколишнє природне середовище та безпеку держави і суспільства, потребують спеціального дозволу — ліцензії.

Види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, порядок їх ліцензування, державний контроль, відповідальність суб'єктів господарювання та органів ліцензування за порушення законодавства у сфері ліцензування визначені Законом України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» від 01.06.2000 р. № 1775-III (далі — *Закон*).

На виконання цього Закону прийнято такі постанови Кабінету Міністрів України:

- ♦ «Про затвердження Порядку формування, ведення і користування відомостями ліцензійного реєстру та подання їх до Єдиного ліцензійного реєстру» від 08.11.2000 р. № 1658;
- ♦ «Про експертно-апеляційну раду при Державному комітеті з питань регуляторної політики та підприємництва» (як колегіальний орган для досудового врегулювання спірних питань між підприємцями та органами ліцензування) від 08.11.2000 р. № 1669;
- ♦ «Про затвердження переліку органів ліцензування» від 14.11.2000 р. № 1698;

♦ «Про запровадження ліцензії єдиного зразка для певних видів господарської діяльності» від 20.11.2000 р. № 1719;

♦ «Про термін дії ліцензії на провадження певних видів господарської діяльності, розмір і порядок зарахування плати за її видачу» від 29.11.2000 р. № 1755;

♦ «Про затвердження переліку документів, які додаються до заяви про видачу ліцензії для окремого виду господарської діяльності» від 04.07.2001 р. № 756.

Під час здійсненні видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, суб'єкт підприємництва зобов'язаний дотримуватися ліцензійних умов — встановленого з урахуванням вимог законів вичерпного переліку організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних вимог, обов'язкових для виконання до певних видів діяльності.

Ліцензія є єдиним документом дозвільного характеру, який дає право на заняття певним видом господарської діяльності, що відповідно до законодавства підлягає обмеженню (ст. 3 Закону).

**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, який потребує такого дозволу. Ліцензуванню підлягають понад 50 видів діяльності, вичерпний перелік яких наведено у ст. 9 Закону:

- ♦ 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 торгового флоту;
- ♦ охоронна діяльність;
- ♦ діяльність, пов'язана з використанням радіоактивних речовин, ядерних матеріалів і джерел іонізуючого випромінювання;
- ♦ видобування дорогоцінних металів і каменів, виготовлення та реалізація виробів із них;
- ♦ будівельні, будівельно-монтажні та будівельно-ремонтні роботи;
- ♦ інші види за затвердженням переліком.

Органами ліцензування, які забезпечують видачу ліцензій на більшість видів господарської діяльності, є центральні органи виконавчої влади. Окремі ліцензії видають обласні державні адміністрації.

Облдержадміністраціям надано право видачі ліцензій на:

- ♦ будівельну діяльність (розвідувальні та проектні роботи для будівництва, зведення несучих та огорожувальних конструкцій, будівництво та монтаж інженерних і транспортних мереж);
- ♦ централізоване водопостачання та водовідведення;
- ♦ організацію та утримання тоталізаторів, гральних закладів;
- ♦ туристичну діяльність;
- ♦ оптову торгівлю насінням.

Господарська діяльність на підставі ліцензії, виданої органом ліцензування, яким є центральний орган виконавчої влади, здійснюється на всій території України, а діяльність на підставі ліцензії, виданої органом, яким є місцевий орган виконавчої влади, — на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

Для отримання ліцензії (ст. 10 Закону) подають такі документи:

- ♦ заяву встановленого зразка;
- ♦ копію свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності або копію довідки про внесення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, засвідчені нотаріально або органом, який видав оригінал документа;
- ♦ перелік документів, які додають до заяви про видачу ліцензії для окремого виду господарської діяльності щодо відповідності організаційних, кваліфікаційних, технологічних та інших вимог, затверджений постановою Кабінету Міністрів України № 756 від 04.07.2001 р.

Цей перелік є вичерпним, і органу ліцензування забороняється вимагати від суб'єкта господарювання інші документи, не вказані у Законі та у переліку згідно з постановою Кабінету Міністрів України № 756 від 04.07.2001 р.

Орган ліцензування приймає рішення про видачу ліцензії або про відмову в її видачі у термін не пізніше ніж 10 робочих днів з дати надходження заяви з переліком необхідних документів (ст. 10 Закону).

На підставі повідомлення органу ліцензування про прийняття рішення про видачу ліцензії, яке надсилають (видають) заявнику у письмовій формі впродовж трьох робочих днів з дати прийняття рішення, суб'єкт господарювання сплачує ліцензійний збір.

Орган ліцензування повинен оформити ліцензію не пізніше ніж за 3 робочих дні з дня надходження документа, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії (ст. 14 Закону). Термін дії ліцензії не менше ніж 3 роки.

Якщо органом ліцензування є центральний орган виконавчої влади, плата за видачу ліцензії становить 20 н.м.д.г. (340 грн), або а якщо місцевий орган виконавчої влади — 15 н.м.д.г. (255 грн).

Для кожної філії, кожного відокремленого підрозділу суб'єкта, які здійснюватимуть господарську діяльність на підставі отриманої ним ліцензії, видається засвідчена копія ліцензії, плата за її видачу — 1 н.м.д.г. (17 грн).





За переоформлення ліцензії та видачу дубліката ліцензії — плата у розмірі 5 н.м.д.г. (85 грн). Підставами для переоформлення ліцензії (ст. 16 Закону) є:

- ♦ зміна найменування юридичної особи (якщо вона не пов'язана з реорганізацією юридичної особи) або прізвища, ім'я, по батькові фізичної особи — суб'єкта підприємницької діяльності;
- ♦ зміна місцезнаходження юридичної особи або місця проживання фізичної особи — суб'єкта підприємницької діяльності;
- ♦ зміни, пов'язані з провадженням суб'єктом певного виду господарської діяльності.

Підставами для видачі дубліката ліцензії (ст. 18 Закону) є:

- ♦ втрата ліцензії;
- ♦ пошкодження ліцензії.

Підставами для прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії (ст. 11 Закону) є:

- ♦ недостовірність даних у документах, поданих заявником для отримання ліцензії;
- ♦ невідповідність заявника згідно з поданими документами ліцензійним умовам, установленим для виду господарської діяльності, зазначеного у заяві про видачу ліцензії.

**Ліцензування окремих сфер діяльності** — банківської діяльності, надання фінансових послуг, зовнішньоекономічної діяльності, ліцензування каналів мовлення, у сфері електроенергетики, використання ядерної енергії, у сфері інтелектуальної власності, виробництва і торгівлі спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами — здійснюється згідно із спеціальними законами, що регулюють відносини у цих сферах.

*Торгівля алкогольними напоями* здійснюється тільки за наявності ліцензій. Ліцензію на торгівлю алкогольними напоями видають, якщо суб'єкт господарювання:

- ♦ забезпечив стан приміщень для роздрібною торгівлі алкогольними напоями згідно з санітарно-технічними, санітарно-гігієнічними, технологічними, протипожежними та іншими нормами;
- ♦ має закриті приміщення з торговельним залом площею не менш як 20 м<sup>2</sup>, яке обладнане електронними контрольно-касовими апаратами (незалежно від їх кількості), або де є товарно-касові книги, в яких фіксується виручка від продажу алкогольних та тютюнових виробів, незалежно від того, чи оформляється через них продаж інших товарів, або де є товарно-касові книги, в яких фіксується виручка, а також відповідним торговельно-технологічним устаткуванням (вітрини, прилавки, пристінні гірки тощо), охороною і протипожежною сигналізацією, з достатнім освітленням, опаленням і вентиляцією.

Роздрібна торгівля алкоголем забороняється:

- ♦ у дрібно-роздрібній мережі, з рук, лотків, на ринках (крім розміщених на них підприємствах громадського харчування);

- ♦ у необладнаних і непристосованих для зберігання і продажу приміщеннях;
- ♦ особами, які не досягли 18 років;
- ♦ особам, які не досягли 18 років;
- ♦ у приміщеннях та на території дошкільних, навчальних закладів і закладів охорони здоров'я;
- ♦ у приміщеннях спеціалізованих торговельних організацій, які здійснюють торгівлю товарами дитячого асортименту або спортивними товарами, а також у відповідних відділах (секціях) універсальних торговельних організацій;
- ♦ у місцях проведення спортивних змагань;
- ♦ з торгових автоматів;
- ♦ в інших місцях, визначених органами місцевого самоврядування.

Окремо встановлено, що річна плата за ліцензію на право оптової торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами становить 50 тис. грн, щорічна плата за ліцензію на роздрібну торгівлю алкогольними напоями на кожне місце торгівлі — 4 тис. грн, на роздрібну торгівлю тютюновими виробами на кожне місце торгівлі — 2 тис. грн, а на території сіл і селищ, за винятком розташованих у межах території міст — 500 грн на роздрібну торгівлю алкогольними напоями і 250 грн — на роздрібну торгівлю тютюновими виробами на кожне місце торгівлі.

Ліцензія може бути анульованою у разі:

- ♦ виявлення свідомо недостовірних даних у заяві на отримання ліцензії або доданих документах;
- ♦ передавання ліцензії іншому суб'єкту підприємництва;
- ♦ скасування державної реєстрації суб'єкта підприємництва;
- ♦ повторного грубого порушення ліцензійних умов.

Ліцензію вважають анульованою з дати прийняття відповідного рішення або скасування державної реєстрації суб'єкта підприємництва. Рішення про призупинення або анулювання дії ліцензії можуть бути оскаржені в судовому порядку.

До суб'єктів господарювання за проведення господарської діяльності без ліцензії застосовують фінансові санкції у вигляді штрафів у розмірах, установлених законом. Перелік видів діяльності, що підлягають ліцензуванню, є вичерпним, і не може підлягати «розширеному» трактуванню. Контроль за видачею ліцензій здійснює Ліцензійна палата, за переліком ліцензованих видів діяльності — Держкомпідприємництва (Державний комітет з регулятивної політики і підприємництва).

**Торговий патент.** Для здійснення роздрібною та оптовою торговельною діяльністю, надання побутових та інших платних послуг населенню суб'єкт підприємництва має отримати торговий патент.

**Торговий патент** — державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності займатися деякими видами

підприємницької діяльності, зазначеними у Законі України «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності» від 23.03.96 р. № 98/96-ВР.

Торговий патент є також державним свідоцтвом, що засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності чи його відокремленого структурного підрозділу займатися зазначеними у ньому видами підприємницької діяльності.

Отримання торгового патенту потребує така діяльність:

- ♦ торговельна діяльність за готівкові кошти;
- ♦ торговельна діяльність з використанням інших форм розрахунків та кредитних карток на території України;
- ♦ діяльність з обміну готівкових валютних цінностей (включаючи операції з готівковими платіжними засобами, вираженими в іноземній валюті, та з кредитними картками);
- ♦ діяльність з надання послуг у сфері грального бізнесу;
- ♦ надання побутових послуг.

Отримувати торговий патент повинні як юридичні, так і фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності.

Обов'язок придбання торгового патенту не поширюється на торговельну діяльність та діяльність з надання побутових послуг суб'єктів підприємницької діяльності — фізичних осіб, які:

- ♦ здійснюють торговельну діяльність з лотків, прилавків і сплачують ринковий збір (плату) за місце для торгівлі продукцією в межах ринків усіх форм власності;
- ♦ здійснюють продаж вирощеної в особистому підсобному господарстві, на присадибній, дачній, садовій і городній ділянках продукції рослинництва, худоби, кролів, нутрій, птиці (як у живому вигляді, так і продукції їх забою в сирому вигляді та у вигляді первинної переробки), продукції власного бджільництва;
- ♦ сплачують податок на промисел у порядку, передбаченому чинним законодавством;
- ♦ сплачують державне мито за нотаріальне посвідчення договорів про відчуження власного майна, якщо товари кожної окремої категорії відчужуються не частіше від одного разу на календарний рік;
- ♦ сплачують фіксований податок відповідно до законодавства про оподаткування доходів фізичних осіб.

Торговий патент видається за плату суб'єктам підприємницької діяльності державними податковими органами за місцезнаходженням цих суб'єктів, суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснюють торговельну діяльність або надають побутові послуги (крім пересувної торговельної мережі), — за місцезнаходженням пункту продажу товарів або пункту з надання побутових послуг, а суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснюють торгівлю через пересувну торговельну мережу, — за місцем реєстрації цих суб'єктів.

**Порядок придбання торгового патенту на здійснення торговельної діяльності.** Патентуванню підлягає торговельна діяльність, що здійснюється суб'єктами підприємницької діяльності або їх відокремленими підрозділами у пунктах продажу товарів. Під торговельною діяльністю у такому разі розуміють роздрібну та оптову торгівлю, діяльність у торговельно-виробничій (громадське харчування) сфері за готівкові кошти, інші готівкові платіжні засоби та з використанням кредитних карток.

До пунктів продажу товарів належать:

- ♦ магазини та інші торгові точки, розміщені в окремих приміщеннях, будівлях або їх частинах і мають торговельний зал для покупців або використовують для торгівлі його частину;

- ♦ кіоски, палатки та інші малі архітектурні форми, які займають окремі приміщення, але не мають вбудованого торговельного залу для покупців;

- ♦ стаціонарні, малогабаритні і пересувні автозаправні станції;

- ♦ заправні пункти, які здійснюють торгівлю нафтопродуктами та стиснутим газом;

- ♦ фабрики-кухні, фабрики-заготівельні, їдальні, ресторани, кафе, закусочні, бари, буфети, відкриті літні майданчики, кіоски та інші пункти громадського харчування;

- ♦ оптові бази, склади-магазини або інші приміщення, які використовують для здійснення оптової торгівлі за готівкові кошти, інші готівкові платіжні засоби та із застосуванням кредитних карток.

Якщо суб'єкт підприємницької діяльності має відокремлені підрозділи, торговий патент слід придбати окремо для кожного підрозділу (торгової точки).

Термін дії торгового патенту на здійснення торговельної діяльності становить 12 календарних місяців, а короткотермінового торгового патенту на здійснення торговельної діяльності — від 1 до 15 днів.

Вартість торгового патенту на здійснення торговельної діяльності встановлюють органи місцевого самоврядування залежно від місцезнаходження пункту продажу товарів та асортиментного переліку товарів.

Вартість торгового патенту за календарний місяць встановлюють у межах таких граничних рівнів, зокрема на території:

- ♦ обласних центрів — від 60 до 320 грн;

- ♦ міст обласного підпорядкування (крім обласних центрів) і районних центрів — від 30 до 160 грн;

- ♦ інших населених пунктів — до 80 грн.

Вартість короткотермінового торгового патенту на здійснення торговельної діяльності за один день встановлюють у фіксованому розмірі 10 грн.

Оплата вартості торгового патенту на здійснення торговельної діяльності здійснюється щомісяця в розмірі вартості торгового патенту за один місяць до 15 числа місяця, який передедує звітному, а

оплата короткотермінового торгового патенту — не пізніше ніж за один день до початку здійснення торговельної діяльності.

Суб'єкт підприємницької діяльності, котрий припинив діяльність, яка підлягає патентуванню, до 15 числа місяця, що передує звітному, письмово повідомляє про припинення такої діяльності відповідний державний податковий орган. При цьому торговий патент необхідно повернути до державного податкового органу, що видав його, а суб'єкту підприємницької діяльності — надмірно сплачену суму вартості торгового патенту.

Без придбання торгового патенту суб'єкти підприємницької діяльності або їхні структурні (відокремлені) підрозділи здійснюють торговельну діяльність винятково з використанням таких видів товарів вітчизняного виробництва:

- ♦ хліб і хлібобулочні вироби;
- ♦ борошно пшеничне та житнє;
- ♦ сіль, цукор, олія соняшникова і кукурудзяна;
- ♦ молоко і молочна продукція, крім молока і вершків згущених з добавками і без них;
- ♦ продукти дитячого харчування;
- ♦ безалкогольні напої;
- ♦ морозиво;
- ♦ яловичина та свинина;
- ♦ домашня птиця;
- ♦ яйця;
- ♦ риба;
- ♦ ягоди і фрукти;
- ♦ мед та інші продукти бджільництва, бджолоінвентар і засоби захисту бджіл;
- ♦ картопля і плодоовочева продукція;
- ♦ комбікорми для продажу населенню.

Закон України «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності» передбачає також перелік деяких видів товарів вітчизняного виробництва, торгівля якими потребує придбання пільгового торгового патенту. Вартість придбання пільгового торгового патенту становить 25 грн за весь термін дії патенту. Крім порядку придбання торгового патенту на здійснення торговельної діяльності, у вказаному вище Законі також зазначені порядок придбання торгового патенту на здійснення:

- ♦ діяльності з надання побутових послуг;
- ♦ операцій з торгівлі готівковими валютними цінностями;
- ♦ операцій з надання послуг у сфері грального бізнесу,

Вартість та правила придбання торгового патенту на здійснення зазначених видів діяльності дещо відрізняються від придбання торгового патенту на здійснення торговельної діяльності. Тому, якщо ви плануєте зайнятися одним з цих видів діяльності, варто

докладно ознайомитися з Законом «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності».

Для отримання торгового патенту необхідно подати до відповідного місцевого органу Державної податкової адміністрації (ДПА):

- ♦ 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 власника 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;
  - ♦ місце розташування та назву органу ДПА, що видав патент;
  - ♦ відмітку про сплату вартості патенту та підпис посадової особи ДПА.

Оригінал або завірену копію торгового патенту вивішують на видному і доступному місці та пред'являють на першу вимогу споживачів та контролюючих структур.

## 8.8. Ліквідація та санація підприємницьких структур

### 8.8.1. Ліквідація та банкрутство суб'єкта підприємницької діяльності

Конкуренція та ринкове змагання приводить одні підприємницькі структури до розквіту, інші — до занепаду.

Падіння та стагнація — один з етапів розвитку підприємства.

Приблизно 8 з 10 новостворених підприємств упродовж перших п'яти років існування зазнають банкрутства і краху.

Ліквідацію суб'єкта підприємництва необхідно здійснювати планомірно, з тим, щоб врахувати економічні інтереси засновників, кредиторів і працівників.

Ліквідацію підприємства не можна пускати на самоплив!

Підприємство самостійно має вирішувати свої проблеми, включаючи питання ліквідації. Припинення діяльності — болісний і малоприємний процес, проте якщо провести його економічно обґрунтовано, втрати й негативні наслідки будуть меншими.

Припинення підприємницької діяльності може відбуватися:

- ♦ реорганізацією;
- ♦ ліквідацією.

*Підприємство реорганізовується у разі:*

- ♦ злиття підприємства з іншим зі створенням нового;
- ♦ приєднання одного підприємства до іншого;
- ♦ розподілу підприємства на кілька;
- ♦ виділення нового підприємства зі складу іншого;
- ♦ перетворення одного підприємства в інше.

Найчастіше реорганізація відбувається виділенням з великих підприємницьких структур дрібніших. Досить часто фінансово слабкі підприємства зливаються або приєднуються до більш потужних.

Під час 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 згідно із законом та угодою сторін.

*Ліквідація підприємства* відбувається:

- ♦ за ініціативою засновників (власників, співвласників);
- ♦ за рішенням суду або господарського суду;
- ♦ після досягнення мети, поставленої перед його створенням;
- ♦ по закінченні 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 вважають добровільною ліквідацією.

Часто 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 термінові обмеження і провадиться згідно з чинним законодавством.

Процедура банкрутства не є надзвичайною економічною подією. Це звичайний спосіб елімінації з економічного життя неефективних підприємств.

Процедура банкрутства може розпочатися лише за рішенням господарського суду на основі письмової заяви: самого підприємства; кредиторів; уповноважених органів державного управління (зазвичай, ДПА, КРУ, органи Пенсійного фонду, Фонду соціального страхування); прокуратури в інтересах одного з кредиторів (у тому числі — держави). Провадження у справі про банкрутство не може здійснювати орган управління підприємства.

Процедура банкрутства передбачає такі кроки:

А. Подання зацікавленою особою заяви до господарського суду.

Б. Прийняття господарським судом ухвали про порушення справи про банкрутство.

В. Попереднє засідання господарського суду у справі про банкрутство.

Г. Виявлення кредиторів та можливих санаторів.

Д. Скликання зборів та створення комітету кредиторів.

Е. Прийняття господарським судом рішення про визнання підприємства банкрутом.

Є. Створення ліквідаційної комісії і передавання їй управління підприємством.

Ж. Розгляд і затвердження ліквідаційного балансу, ліквідація підприємства.

Прокоментуємо окремі кроки процедури банкрутства.

Б. Ухвала про порушення справи приймається впродовж 5 робочих днів з дня надходження письмової заяви. Копію рішення надсилають ініціатору банкрутства, підприємству, відомим кредиторам, відповідній банківській установі.

В. Попереднє засідання проводиться впродовж місяці з дня порушення справи про банкрутство. На цьому засіданні господарський суд виконує такі дії: 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 приймають 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 складають список кредиторів, які висунули письмові претензії до боржника. Скликають збори кредиторів, формують повноважний комітет представників, кредитори ознайомлюються з пропозиціями санаторів із оздоровлення фінансового стану підприємства-боржника.

У разі зголошення потенційних санаторів визначають їх список та запропоновані умови оздоровлення фінансового стану підприємства-боржника. Якщо умови санації задовольняють кредиторів, то процедура банкрутства припиняється, якщо ні — продовжується.



Е. Господарський суд оголошує боржника банкрутом. З цього моменту незголошені претензії кредиторів не приймають, нарахування пені та штрафних санкцій за простроченими платежами припиняють. Визначають ліквідаторів та ліквідаційну комісію з числа їхніх представників. Ліквідаційна комісія перебирає на себе управління майном підприємства та вживає заходів із забезпечення його схоронності. З майна підприємства вилучають об'єкти та ресурси, що є предметом юридично підтвердженої застави (крім застави зголошеним 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.

**Ж.** Ліквідаційна комісія здійснює заходи щодо планомірної ліквідації підприємства-боржника в інтересах зголошених 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 спрямовують на покриття витрат і претензій у такій послідовності: витрати зі здійснення процедури банкрутства та діяльності ліквідаційної комісії; зобов'язання з оплати праці в підприємства-боржника; сплата податків і обов'язкових платежів; задоволення вимог кредиторів; задоволення вимог засновників щодо дивідендів, паїв, часток тощо; задоволення інших претензій.

У разі, якщо після ліквідації підприємства у нього залишається майно та ресурси, достатні для здійснення підприємницької діяльності, вона може розпочатися після проведення нової процедури створення та реєстрації.

Підприємство вважають ліквідованим з моменту внесення запису про це в державний реєстр.

### **8.8.2. Правове припинення підприємницької діяльності**

У ході здійснення підприємницької діяльності інколи виникає потреба у припиненні такої діяльності через ті чи інші причини (реорганізація, ліквідація, продаж бізнесу тощо). Припинення підприємницької діяльності, яка здійснюється у формі юридичної особи або фізичною особою — підприємцем, має свої особливості, зумовлені відмінністю правового статусу. Припинення діяльності юридичної особи може відбуватися: з правонаступництвом (передаванням усього свого майна, прав та обов'язків іншим юридичним особам — правонаступникам у формі злиття, приєднання, перетворення (реорганізації), поділу) або без правонаступництва внаслідок ліквідації.

Припинення діяльності юридичної особи здійснюється за:

- ♦ рішенням засновників (учасників) юридичної особи або уповноваженим ними органом;
- ♦ судовим рішенням;
- ♦ рішенням уповноваженого органу державної влади (у випадках, передбачених законом).

Розглянемо випадки добровільного припинення діяльності юридичної особи, тобто за рішенням власників. Діяльність юридичної особи вважають такою, що припинилася, з дати внесення державним реєстратором до Єдиного державного реєстру (ЄДР) запису про реєстрацію припинення діяльності юридичної особи. Для вчинення відповідних реєстраційних дій державному реєстратору подають пакет передбачених законом документів. Документи можуть бути подані особисто заявником — засновником чи уповноваженою особою (обов'язково пред'являють паспорт та документ, що підтверджує повноваження) або надіслані рекомендованим листом з описом вкладення (у цьому разі підпис заявника у реєстраційній картці засвідчується нотаріально).

У разі припинення діяльності юридичної особи за рішенням суду рішення державному реєстратору надсилає суд, що виніс рішення. Документи приймають за описом, копію якого в день надходження видають (надсилають рекомендованим листом) заявнику з відміткою про дату надходження.

Державний реєстратор у випадках, передбачених законом, має право залишити документи без розгляду, про що не пізніше від наступного робочого дня з дати надходження видає (надсилає рекомендованим листом з описом вкладення) заявнику (суду) відповідне повідомлення із зазначенням підстав залишення документів без розгляду та документи, що подавалися, відповідно до опису. Залишення документів без розгляду не перешкоджає повторному зверненню до державного реєстратора в загальному порядку після усунення причин, що були підставою для залишення цих документів без розгляду.

Рішення щодо припинення діяльності юридичної особи також приймається компетентним органом (особою) юридичної особи (протокол зборів засновників (учасників), акціонерів, рішення засновника (щодо унітарної юридичної особи). У разі злиття або приєднання юридичної особи рішення щодо припинення підписують уповноважені особи юридичної особи чи осіб, діяльність яких припиняється, та юридичної особи — правонаступника (далі — рішення засновників). Внесення до ЄДР запису про рішення щодо припинення діяльності юридичної особи здійснюється на підставі таких документів: 1) нотаріально посвідчена копія рішення про припинення діяльності юридичної особи; 2) документ, що підтверджує внесення плати за публікацію повідомлення про припинення діяльності юридичної особи.

Підстави для залишення документів без розгляду:

- ♦ документи подано за неналежним місцем проведення державної реєстрації припинення діяльності юридичної особи;
- ♦ документи не відповідають вимогам щодо оформлення;
- ♦ рішення щодо припинення діяльності не відповідає вимогам закону;
- ♦ документи подано не у повному обсязі.

Засновник не пізніше від двох робочих днів з дати подання (надходження) документів погоджує з державним реєстратором призначення комісії з припинення діяльності (ліквідатора, ліквідаційної комісії тощо), порядок та терміни ліквідації юридичної особи поданням (надсиланням рекомендованим листом) йому відповідного рішення. Державний реєстратор не пізніше від наступного робочого дня від дати надходження відповідного рішення вносить до ЄДР запис про призначення комісії з припинення діяльності. Якщо засновники не вчиняють зазначених дій, державний реєстратор не пізніше від трьох робочих днів з дати надходження документів самостійно призначає голову комісії з припинення діяльності (або керівника органу управління, або засновника юридичної особи) і не пізніше від наступного робочого дня зобов'язаний надіслати голові комісії відповідне повідомлення (рекомендованим листом).

За відсутності підстав для залишення документів без розгляду у день їх надходження державний реєстратор вносить до ЄДР запис про рішення щодо припинення діяльності юридичної особи та надсилає відповідне повідомлення органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування відомості про внесення такого запису.

З дати внесення до ЄДР такого запису забороняється:

- ♦ проведення реєстрації змін до установчих документів юридичної особи;
- ♦ внесення змін щодо відомостей про відокремлені підрозділи;
- ♦ проведення реєстрації юридичної особи, засновником якої є юридична особа, діяльність якої припиняється.

Публікація повідомлення про припинення діяльності юридичної особи має містити інформацію, підлягає публікації у спеціалізованому ЗМІ, про:

- ♦ прийняття засновниками рішення про виділ;
- ♦ прийняття засновниками рішення щодо припинення діяльності юридичної особи;
- ♦ проведення державної реєстрації припинення діяльності юридичної особи. Підставою для публікації повідомлень є внесення відповідного запису до ЄДР. Повідомлення публікуються Держкомпідприємництвом упродовж 10 робочих днів з моменту внесення запису. За публікацію справляється плата в розмірі 3 н.м.д.г. (51 грн). Документом, що підтверджує внесення плати, є копія квитанції або платіжного доручення з відміткою банку.

### 8.8.3. Державна реєстрація припинення діяльності юридичної особи

У разі ліквідації голова ліквідаційної комісії після закінчення передбаченої законом процедури ліквідації, але не раніше від 2 місяців з дати публікації повідомлення, має подати державному реєстратору такі документи:

- ♦ заповнену реєстраційну картку встановленого зразка;
- ♦ свідоцтво про державну реєстрацію;
- ♦ оригінал установчих документів;
- ♦ затверджений рішенням засновників або уповноваженого органу акт ліквідаційної комісії з ліквідаційним балансом (з підписами засновників, засвідченими нотаріально);
- ♦ довідку ДПА про зняття юридичної особи з обліку як платника податків;
- ♦ довідку органу Пенсійного фонду про зняття з обліку;
- ♦ довідки органів фондів соціального страхування про зняття з обліку;
- ♦ довідку архіву про прийняття документів на довготермінове зберігання.

У разі припинення діяльності внаслідок злиття, приєднання, поділу або перетворення голова комісії з припинення діяльності або уповноважена ним особа після закінчення процедури припинення діяльності, яка передбачена законом, але не раніше від 2 місяців з дати публікації повідомлення, подає державному реєстратору такі документи:

- ♦ заповнену реєстраційну картку встановленого зразка;
- ♦ свідоцтво про державну реєстрацію;
- ♦ оригінал установчих документів;
- ♦ нотаріально засвідчену копію передавального акта (у разі злиття, приєднання або перетворення), або нотаріально засвідчену копію розподільного балансу (акт, баланс затверджуються органом, що прийняв рішення про припинення діяльності, підписи засвідчуються нотаріально).

Крім того, у разі злиття, приєднання, поділу додатково подають:

- ♦ довідку архіву про прийняття документів, які підлягають довготерміновому зберігання;
- ♦ документ про узгодження плану реорганізації з ДПА;
- ♦ довідку ДПА про зняття юридичної особи з обліку як платника податків;
- ♦ довідку органу Пенсійного фонду України про зняття з обліку;
- ♦ довідки фондів соціального страхування про зняття з обліку.

Підстави для залишення документів без розгляду:

- ♦ документи подано за неналежним місцем проведення державної реєстрації;
- ♦ документи не відповідають вимогам щодо оформлення;
- ♦ підписи у ліквідаційному балансі не завірені нотаріально;

- ♦ документи подано не у повному обов'язі;
- ♦ документи подано раніше від 2 місяців з дати публікації повідомлення.

За відсутності таких підстав державний реєстратор вносить до ЄДР запис про проведення державної реєстрації припинення юридичної особи. Термін реєстрації — 3 робочих дні з дати надходження документів. Державний реєстратор не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації припинення діяльності юридичної особи повинен видати (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення) голові ліквідаційної комісії або уповноваженій ним особі один примірник оригіналу установчих документів і свідоцтво про державну реєстрацію із відміткою про державну реєстрацію припинення діяльності юридичної особи. Таку відмітку державний реєстратор робить також на примірнику оригіналу установчих документів юридичної особи, який залишається у реєстраційній справі.

#### **8.8.4. Припинення підприємницької діяльності фізичною особою — підприємцем**

Припинення підприємницької діяльності підприємця здійснюється у разі:

- ♦ прийняття підприємцем рішення про припинення підприємницької діяльності;
- ♦ смерті підприємця;
- ♦ судового рішення про оголошення фізичної особи померлою або визнання безвісно відсутньою;
- ♦ судового рішення про визнання підприємця недієздатним або про обмеження його дієздатності;
- ♦ судового рішення про припинення підприємницької діяльності.

Фізичну особу позбавляють статусу підприємця з дати внесення до ЄДР відповідного запису. Порядок подання документів, залишення їх без розгляду тощо такий самий, як у разі припинення діяльності юридичної особи, за винятком того, що заявником є підприємець.

Для внесення до ЄДР запису про рішення щодо припинення підприємницької діяльності підприємцем, що вирішив припинити її, подає такі документи:

- ♦ нотаріально засвідчену заяву про припинення підприємницької діяльності;
- ♦ документ про внесення плати за публікацію повідомлення про припинення підприємницької діяльності;
- ♦ рішення щодо припинення підприємницької діяльності.

У разі смерті підприємця третя особа, зокрема спадкоємець, може подати державному реєстратору особисто (надіслати рекомендованим листом) нотаріально засвідчену копію свідоцтва про смерть або нотаріально засвідчену копію довідки органу реєстрації актів громадянського стану про смерть фізичної особи. Державний реєст-

ратор за відсутності підстав для залишення документів без розгляду не пізніше від наступного робочого дня з дати їх надходження вносить до ЄДР запис про рішення щодо припинення підприємницької діяльності та передає органам статистики, державної податкової служби, ПФУ, фондів соціального страхування відповідне повідомлення. Відомості про рішення щодо припинення діяльності підприємцем публікують у спеціалізованому ЗМІ у порядку, встановленому для припинення діяльності юридичних осіб.

Державна реєстрація припинення підприємницької діяльності підприємцем здійснюється на підставі таких документів (які подають не раніше від 2 місяців з дати публікації зазначених вище відомостей):

- ♦ заповненої реєстраційної картки встановленого зразка;
- ♦ свідоцтва про державну реєстрацію;
- ♦ довідки ДПА про зняття підприємця з обліку як платника податків;
- ♦ довідки Пенсійного фонду України про зняття з обліку;
- ♦ довідок фондів соціального страхування про зняття з обліку.

За відсутності підстав для залишення документів без розгляду державний реєстратор вносить до ЄДР запис про проведення державної реєстрації припинення підприємницької діяльності підприємця. Термін реєстрації припинення не повинен перевищувати 2 робочих дні з дати надходження документів. Державний реєстратор не пізніше від наступного робочого дня з дати державної реєстрації припинення підприємницької діяльності підприємцем має подати (надіслати) заявнику копію свідоцтва про державну реєстрацію із відміткою про державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності та надати (надіслати) органам статистики, державної податкової служби, Пенсійному фонду України, фондам соціального страхування повідомлення про державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності підприємцем та відомості реєстраційної картки про проведення державної реєстрації припинення підприємницької діяльності.

**Ліквідаційні процедури.** Після прийняття рішення про ліквідацію суб'єкта підприємницької діяльності (СПД) до подання документів для державної реєстрації припинення діяльності слід здійснити низку процедур, необхідних для цього.

Зняття з обліку як платника податків здійснюється у ДПА за місцем реєстрації на підставі таких документів:

- ♦ для юридичних осіб:
  - 1) заяву про зняття з обліку платника податків за формою № 8-ОПП;
  - 2) оригіналу довідки за формою АР 4-ОПП;
  - 3) копії рішення про припинення діяльності;
  - 4) копії рішення про створення ліквідаційної комісії;
- ♦ для підприємців:

1) заяви про зняття з обліку платника податків за формою № 8-ОПП;

2) оригіналів та копій документів, що видаються ДПА платнику податків (свідоцтва, патенти, довідки за формою № 4-ОПП, інші довідки тощо) і підлягають поверненню.

Документи подають у 3-денний термін з дати прийняття рішення про припинення СПД. У 10-денний термін з дня подання заяви за формою № 8-ОПП юридична особа зобов'язана скласти ліквідаційний баланс у формі річного звіту та подати його для перевірки в ДПА. У місячний термін призначають документальну перевірку СПД, після проведення якої, у разі відсутності заборгованості по податках і зборах та наявності повідомлення від банку про закриття рахунків, СПД знімають з обліку як платника податків. Після завершення процедури зняття з обліку ДПА складає довідку про зняття з обліку платника податків за формою № 12-ОПП.

**Закриття рахунків в установах банків.** Під час реорганізації чи ліквідації юридичної особи, зміни її назви, а також припинення підприємницької діяльності підприємця поточний рахунок закривають. У разі реорганізації юридичної особи (злиття, приєднання, поділу, перетворення) рахунок може бути закритий юридичною особою — правонаступником за умови подання таких документів:

а) у разі реорганізації юридичної особи:

♦ заяви про закриття поточного рахунку;

♦ копії рішення уповноваженого органу про проведення реорганізації юридичної особи та визначення правонаступника, засвідченої нотаріально;

♦ картки із зразками підписів і відтиску печатки юридичної особи- правонаступника, засвідченої нотаріально;

б) у разі ліквідації юридичної особи для проведення ліквідаційної процедури використовують один поточний рахунок юридичної особи, що ліквідується, визначений ліквідатором (ліквідаційною комісією). Для цього до банку подають такі документи:

♦ рішення суду про ліквідацію юридичної особи (оригінал або нотаріально засвідчену копію);

♦ картку із зразками підписів і відтиску печатки, засвідчену нотаріально (зі зразками підписів ліквідатора (уповноважених членів ліквідаційної комісії) і відтиску печатки юридичної особи, що ліквідується).

Інші рахунки, виявлені під час проведення ліквідаційної процедури, підлягають закриттю ліквідатором (ліквідаційною комісією). Закриття рахунку підприємця здійснюється на підставі його заяви. Датою закриття рахунку вважають наступний після проведення останньої операції за цим рахунком день. Якщо на рахунку власника немає залишку коштів, а заяву подано в операційний час банку, то датою закриття рахунку є день отримання банком цієї заяви. У день закриття рахунку банк видає СПД довідку про

закриття рахунку і впродовж 3 робочих днів (включаючи день закриття рахунку) повідомляє про це ДПА.

**Зняття з обліку в органах Пенсійного фонду.** У разі прийняття рішення про ліквідацію СПД — юридичної особи, у 10-денний термін з дня прийняття такого рішення до робочого органу Пенсійного фонду України подають заяву про зняття з обліку та копію рішення про припинення діяльності СПД. У разі припинення підприємницької діяльності фізичною особою до робочого органу Пенсійного фонду подають лише заяву про зняття з обліку. Отримавши зазначені документи, орган Пенсійного фонду у 10-денний термін проводить документальну перевірку правильності обчислення та сплати страхових внесків. На основі акта перевірки платник розраховується з Пенсійним фондом. У разі відсутності заборгованості по внесках або ліквідації такої заборгованості СПД знімають з обліку закриття справи платника внесків, що фіксують у журналі обліку платників, і орган Пенсійного фонду видає відповідну довідку для пред'явлення державному реєстратору.

**Зняття з обліку у Фонді соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань.** У разі ліквідації СПД — юридичної особи у 10-денний термін з дня прийняття рішення про припинення діяльності до робочого органу виконавчої дирекції Фонду подають заяву про зняття з обліку із зазначенням правонаступника (у разі реорганізації), рішення про припинення юридичної особи, виписку з поточного рахунку в банку. У разі припинення підприємницької діяльності фізичною особою до робочого органу Фонду подають лише заяву про зняття з обліку та виписку з поточного рахунку. Після отримання зазначених документів Фондом проводиться документальна перевірка, результати якої оформляють актом, що є підставою для проведення розрахунків з Фондом. У разі відсутності заборгованості перед Фондом чи її ліквідації СПД знімають з обліку закриттям справи страхувальника, про що видають відповідну довідку.

**Зняття з обліку у Фонді соціального страхування від тимчасової втрати працездатності та Фонді соціального страхування на випадок безробіття (Центрі зайнятості)** проводиться в аналогічному порядку та на підставі таких самих документів, за винятком того, що до робочого органу Фондів не потрібно подавати виписки з поточного рахунку СПД в банку.

**Знищення печаток та штампів СПД.** У разі ліквідації СПД — юридичної особи (або припинення підприємницької діяльності фізичною особою) керівник СПД (або підприємець) зобов'язаний здати печатки і штампи для знищення в органи внутрішніх справ. Для цього подають письмове клопотання, де вказують:

- ♦ кількість печаток та штампів, які передбачається знищити;
- ♦ підставу для знищення;



- ♦ особу, відповідальну за знищення печаток і штампів, прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані;
- ♦ прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані керівника або уповноваженої ним особи, що подає клопотання до органу внутрішніх справ.

До клопотань додають печатки і штампи, їхні відбитки у двох примірниках, а також платіжні доручення чи квитанції про оплату послуг. Про знищення печаток і штампів видають квитанцію, на звороті якої роблять відбитки знищених печаток і штампів, після чого їх знищують: металеві вироби — обпилюванням двома перекресними лініями; гумові, каучукові деталі — розрізанням на малі не з'єднані, не відновлювані частини в присутності заявника.

### 8.8.5. Оцінювання та продаж власної справи

Під час ліквідації власної справи інколи виникає потреба в її оцінюванні. Купівля-продаж готового бізнесу є не тільки ефективним для започаткування власної справи, а й вигідним способом її завершення, причиною якого можуть бути різні обставини — від втрати інтересу до власного бізнесу до прагнення виручити значні кошти від продажу високорентабельного бізнесу. Як і в разі купівлі готового бізнесу, так і продажу необхідною умовою є визначення реальної ринкової вартості власної справи — оцінювання вартості бізнесу.

Оцінювання вартості бізнесу навряд чи можна назвати абсолютно точним з погляду науки, величина такої вартості може коливатися залежно від типу бізнесу і причини, що зумовлює це оцінювання. Існує широкий спектр чинників, що входять до процесу оцінювання, — від бухгалтерської вартості до сукупності реальних і нематеріальних елементів. Загалом оцінювання бізнесу ґрунтується на аналізі потоку грошових коштів, тобто здатності генерувати прибуток, і має розглядатися як відправний пункт для покупців і продавців. Рідко буває, щоб покупці і продавці дійшли до однакової величини вартості, якщо тільки немає якихось інших причин, ніж та, коли продавець шукає покупця, якому можна продати компанію за вищою ціною. Вартість бізнесу, визначена на основі методів оцінки, полягає у визначенні орієнтовної вартості, починаючи з якої покупець і продавець можуть вести торги, визначаючи ціну, що задовольнила б обох.

Найпоширенішими є три методи оцінки власного бізнесу.

**Оцінювання активів** використовують тоді, коли СПД має великий обсяг активів. Цей метод враховує такі величини, сума яких визначає ринкову вартість: справедлива ринкова вартість основних засобів і обладнання (СРВ/ОЗ) — це ціна, яку б заплатили на відкритому ринку для придбання основних засобів й обладнання; поліпшення орендованої власності (ПОВ) — це зміни, внесені у фізичну власність, що розглядатимуться як частина власності, якби потрібно було продати її або не відновлювати договір

про її оренду; прибуток власника (ПВ) — це дискреційні грошові кошти продавця за рік; запаси (З) — оптова вартість товару, включаючи сировину, товари в процесі виробництва і випущені товари або продукти.

**Оцінювання капіталізації доходу.** Цей метод не оцінює основні засоби, такі як обладнання, а лише враховує більшу кількість видів нематеріальних активів. Він якнайкраще пристосований до СПД, що не мають основних засобів. На практиці виділяють 12 позицій, які слід розглядати під час оцінювання капіталізацією доходу, присвоєнням кожному чиннику оцінки/балу від 0 до 5, де «5» — найвища оцінка. Середне арифметичне цих балів слугуватиме *коефіцієнтом капіталізації*, що, у свою чергу, збільшується на дискреційні грошові кошти покупця для визначення ринкової вартості бізнесу. До таких позицій-чинників належать: причина, з якої власник продає свій бізнес; термін існування і роботи компанії в бізнесі; термін володіння компанією дійсним власником; ступінь ризику; прибутковість; місце розташування; історія зростання виробництва; конкуренція; бар'єри для нових компаній; майбутній потенціал для виробництва; клієнтська база; технологія. Для визначення коефіцієнта капіталізації суму балів потрібно поділити на 12. Далі обчислюють величину *дискреційних грошових коштів*, що дорівнюватиме 75 % прибутку. Добуток цих двох величин і становитиме ринкову вартість бізнесу.

**Оцінювання прибутку власника бізнесу.** Цей метод ґрунтується на показнику потоку дискреційних грошових коштів і використовується найчастіше для оцінювання СПД, чії величини вартості виходять з їхньої здатності генерувати потік готівки і прибуток. Для обчислення ринкової вартості прибуток власника потрібно помножити на коефіцієнт 2,2727. Коефіцієнт враховує стандартні показники, такі як 10 % прибутку від інвестицій, прожитковий мінімум до 30 % прибутку власника, сплату капітального боргу і відсотків з державного боргу — 25 %.

Застосування викладених методів оцінки бізнесу дає змогу підприємцю-власнику визначити реальну ринкову вартість власної справи, а отже, приймати ефективні рішення щодо можливості продажу, злиття чи концентрації бізнесу, ведення переговорів щодо ціни та умов продажу власної справи, аби максимально задовольнити свої інтереси та досягти поставлених цілей та завдань.

У разі загрозливого погіршення показників діяльності 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 у разі 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 виявляють причини, що спричинюють погіршення фінансового стану підприємства та визначають можливі заходи щодо усунення їх. Для виявлення причин кризового стану застосовують:

♦ комплексний загальний аналіз виробничої, комерційної та фінансової діяльності, після якого в разі потреби проводять:

1) аналіз маркетингової ситуації та відповідності їй продукту підприємництва;

2) аналіз комерційної діяльності, відповідності партнерів, рівня та характеру розрахунків, ціноутворення;

3) аналіз виробничої діяльності та її економічних наслідків;

4) фінансовий аналіз;

♦ аналіз менеджменту, діяльності персоналу та інших чинників, вплив яких на кризовий стан виявлено.

Санація є надзвичайно складною та комплексною процедурою, здійснення якої зазвичай доручають спеціалізованим консалтинговим підприємствам або групам фахівців.

### **Запитання і завдання для самоперевірки**



**1.** Які основні чинники мотивації до підприємництва? **2.** Які основні етапи розвитку підприємницької діяльності? **3.** Розкрийте зміст установчих документів суб'єктів підприємництва. **4.** Який порядок державної реєстрації суб'єктів підприємництва? **5.** Які особливості державної реєстрації фізичної особи — підприємця? **6.** Які особливості державної реєстрації юридичної особи — підприємця? **7.** Який порядок формування статутного фонду суб'єктів підприємництва? **8.** Як проводиться ліцензування підприємницької діяльності? **9.** Який порядок ліквідації та санації підприємницької діяльності?

## Розділ 9

# БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ



### 9.1. 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 його складають? Для чого його складають? Ось основні запитання, на які певною мірою буде дано відповідь у цьому розділі.

В американських виданнях з бізнес-планування бізнес-план розглядається в основному як інструмент управління, який передбачає 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, який складає нинішній або майбутній власник (керуючий підприємством), що докладно 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 докладний, чітко структурований і ретельно

підготовлений документ, який описує, до чого прагне фірма, як вона збирається досягти поставленої мети і який матиме вигляд після її досягнення. Це зручна, загальноприйнята форма ознайомлення постійних інвесторів з проектом, в якому їм пропонується взяти участь.

Відповіддю на запитання «Для чого потрібно скласти бізнес-план?» 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 має 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 складають 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 викладають стратегію, плани й очікувані фінансові результати (складають зазвичай 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 складають за таких ситуацій:

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 під кутом 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:

- 1) оцінювання можливостей проекту або фірми;
- 2) встановлення мети діяльності фірми;
- 3) визначення потрібної суми грошей.

Складання бізнес-плану забезпечує менеджерам отримання таких вигод: з'ясування ідей, створення команди, практику в проведеному аналізі і презентації, допомогу в отриманні 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 зрозуміти й обмеження бізнес-плану.

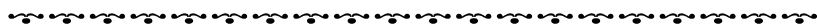
Проте бізнес-план не є панацеєю від усіх невдач, не може дати відповіді на всі запитання і проблеми, що виникають перед підприємством, і залежить від кваліфікації людей, які його складають і реалізовуватимуть.

## 9.2. Концепція, функції і мета бізнес-плану

Під час складання бізнес-плану спираються 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 переконує інших у важливості його.

Тоді 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 найважливіші 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 відпові-



дають таким критеріям: потребують дотримання, є мотивуючими і не пов'язані з конкретними термінами виконання.

*Основна мета* бізнес-плану — досягнення розумного і здійсненного компромісу між тим, що фірма бажає і чого може досягти. План покликаний показати працівникам і постійним інвесторам цілісність запропонованого курсу, продемонструвати, як одне випливає 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, мети 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 прагнутиме 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 постачанні 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 2008 р. задля збільшення рентабельності підприємства (це завдання є конкретним — скорочення закупівельної вартості насінневого матеріалу зернових); вимірного — 10 %, передбачається, що він може скоротити закупівлю насіння озимих зернових; дає позитивні результати — скорочення собівартості насінневого матеріалу сприяє збільшенню рентабельності; і обмеженого в часі — скорочення витрат на закупівлю насіння має відбутися у 2008 р.

**Функції бізнес-плану.** Вдало розроблений план охоплює 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 обґрунтувати та оцінити ті пропозиції, на які вони спираються. Техніко-економічне обґрунтування допомагає визначити необхідність і належне розміщення ресурсів, указуючи власнику на всі слабкі місця й 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 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), докладно опрацьований, вдало складений бізнес-план потрібний за будь-яких обставин.

### **9.3. Бізнес-аналіз — основна передумова планування в підприємстві**

**Аналіз внутрішнього середовища** передбачає планування і прогнозування, що дає менеджерам змогу підготувати основу для подальшої роботи, а не ризикувати у сподіванні на вдачу. Маємо багато прикладів, коли сміливі й ризиковані ініціативи чудово себе виправдали, проте ще більше випадків, коли результатом ризику був повний крах.

Інакше кажучи, планування і прогнозування мають свої межі, і потрібні досвідчені фахівці в цих галузях, щоб підготувати основу для отримання максимальної вигоди з діяльності фірми. Шлях до успішного планування і прогнозування передбачає докладний і продуманий аналіз «історичних» закономірностей у сукупності з вдумливою інтерпретацією наявних тенденцій і можливостей певної фірми. Так чи інакше, планування і прогнозування є складовими того самого процесу — вони потребують безперервного розроблення прямим і зворотним рухом між діями і цілями, а також відповідними доходами і витратами, поки не буде досягнуто певного балансу. Отже, плани мають бути досяжними, а прогнози — реальними.

Бізнес-аналіз зовнішнього середовища і поточного стану фірми є необхідною передумовою розроблення ефективного плану. Він



спрямований на отримання й 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. 9.1).

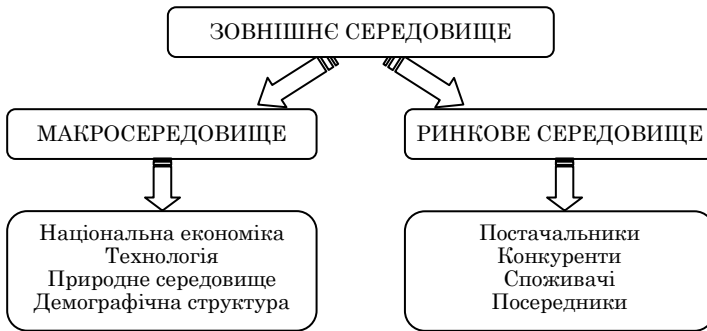


Рис. 9.1. Зовнішнє середовище бізнесу

Оскільки чинники макросередовища не підконтрольні фірмі, то під час аналізу зовнішнього середовища йтиметься 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;
- ♦ характеристику ваших основних потреб;
- ♦ описання збутової мережі;
- ♦ тенденції розвитку зовнішнього оточення, яке вам не підконтрольне, однак 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. 9.1).

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.

Таблиця 9.1. Аналіз зовнішнього середовища

Можливі запитання	Можливі відповіді				
	1	2	3	4	5
<b>Ринок</b>					
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?	Зменшилася на 3 %	Зменшилася на 1 %	Не змінилася	Зросла на 1 %	Зросла на 5 %
<b>Конкуренти</b>					
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	Незначні	Помірні	Великі	Дуже великі
<b>Споживачі</b>					
Коли востаннє ви з'ясували 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	Відстежуємо	Уважно спостерігаємо
<b>Збут</b>					
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	Незначні	Немає
Які довготермінові коливання попиту?	Дуже великі	Великі	Помірні	Незначні	Немає
Чи знає фірма, як більшість покупців дістають інформацію про ваш товар?	Ні	Мало знає	Знає	Добре знає	Дуже добре знає
<b>Загальні тенденції</b>					
Які політичні, економічні, законодавчі зміни в суспільстві?	Дуже великі	Великі	Помірні	Незначні	Немає

Конче важливо знати, який вигляд ринок матиме завтра і післязавтра, в якому напрямі він розвивається, чого очікують клієнти від фірми і вашого товару.

Щодо розвитку вашої галузі, то джерелами інформації про розмір ринку, його перспективи можуть бути: спеціалізовані журнали, газети та інші видання; державна статистика; спеціально проведене 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 незначна, 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 вдатися до серйозних дій 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. Докладніше ця проблема розглядатиметься під час аналізу фінансового стану фірми. У цьому розділі йтиметься про аналіз джерел коштів та використання їх. 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 дасть змогу визначити, до якої межі фірма покладається на кредити чи власний капітал. Цей аналіз також показує 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 напрями 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 напрями 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 та 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 1.** 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 осіб, середній розмір української сім'ї — 3–4 особи, коефіцієнт забезпеченості — 1,1 (110 телевізорів на 100 сімей), отже, ринок насичений. Термін служби телевізора 7 років.

Місткість ринку в нашому прикладі — 2,1 (50 : 3,4 : 7), тобто становить 2,1 млн шт. на рік.

Вторинний попит (телевізор на кухню, дачу, заміна на кольоровий тощо) за сучасних умов орієнтовно 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 визначають фактичний обсяг продажу телевізорів. Унаслідок 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.

Основною 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 2.** Ви вирішили придбати міні-хлібопекарню, тоді конкуренцію вам становитимуть 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. Наведемо такі загальні стратегії:

- ♦ конкретні переваги внаслідок 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 першопрохідника (фірма інноваційного типу, яка постійно поновлює асортимент своїх товарів).

Ключ до успішного підприємництва — 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 точної картини реальних можливостей збуту. Основні методи прогнозування обсягів продажу такі:

**1. Інтуїція.** Оцінювання 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.

Фахівці західних фірм використовують паралельно кілька методів прогнозування збуту. Аналізуючи здобуті результати, спи-

раються переважно на наявний досвід, інтуїцію й особливо на управлінське мистецтво, пов'язане з умінням приймати правильні рішення в умовах невизначеності.

Ефективність збутової діяльності досліджують за обсягом продажу, виручки, часом збуту і територією поширення.

**Аналіз ринку товару.** Кожний товар з точки зору споживачів може розглядатися на трьох рівнях: задум товару, його реальне виготовлення, супроводження товару (рис. 9.2).

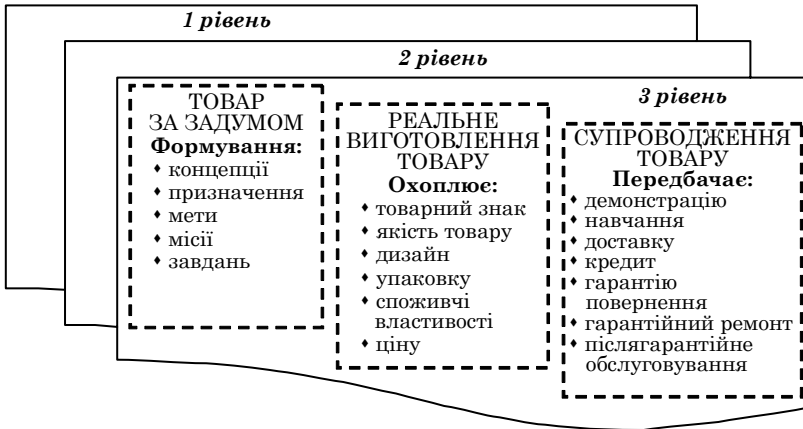


Рис. 9.2. Три рівні товару з точки зору споживачів

Товар за задумом визначає його конкретне призначення, тобто для чого він потрібний. Реальне виготовлення товару визначає його товарний вигляд, привабливість для покупця. Воно охоплює: товарний знак, а в ширшому розумінні — фірмовий стиль, якість продукції, дизайн, упаковку та інші споживчі властивості. Причому, чим більше споживчих властивостей має товар, тим вища ціна встановлюється на нього.

Продаж товару зазвичай 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 поділяють на гарантійне і післягарантійне.

Усі фірми, що працюють успішно, приділяють велику увагу новим товарам, які мають замінити товари, популярність і обсяг продажу яких знижуються. 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 під кутом 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 (рис. 9.3).

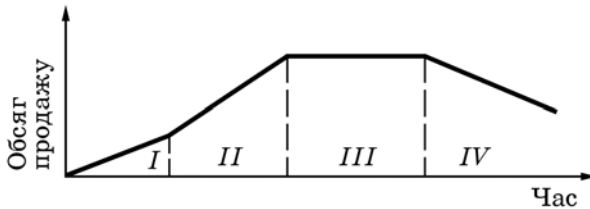


Рис. 9.3. Життєвий цикл товару

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 зазвичай широка номенклатура і різноманітний асортимент виробів. Наприклад, фірма «Сіменс» випускає 44 типи холодильників (асортиментний ряд), понад 30 видів пральних машин і багато іншої побутової техніки (широка номенклатура).

Плануючи діяльність, пов'язану зі створенням нових товарів, які з'являються на ринку, потрібно враховувати, 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, споживчих 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. 9.2).

Таблиця 9.2. 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	Гуманно	Не дуже	Непогано	Дуже добре
Чи знає фірма побажання споживачів щодо її товарів?	Ні	Гуманно	Мало	Непогано	Дуже добре
Чи добре фірма розуміє структуру витрат і прибутковність кожного товару?	Ні	Невиразно	Мало	Непогано	Добре
Якість вашої продукції порівняно з продукцією ваших конкурентів	Набагато гірша	Гірша	Майже однакова	Краща	Набагато краща
Ступінь змін товару за останніх 5 років, %	10	20	30	40	50
Рівень контролю за новими товарами	Дуже низький	Низький	Середній	Високий	Видільний
Який відсоток упаковки не змінювався за останніх 5 років?	80	50	40	30	20
Як довго використовується торговельна марка?	Немає ювісім	Тільки розробляється	Тільки зареєстрували	Кілька років	Давно
Який рівень сервісного супроводження вашої продукції?	Дуже низький	Низький	Середній	Високий	Видільний
Чи впливали зміни цін на обсяг продажу?	Дуже сильно	стотно	Незначно	Небагато	Ні
Витрати на рух товарів	Дуже великі	Великі	Середні	Незначні	Немає
Вигоди від продажу товару через торговельну мережу	Кодних	Невеликі	Незначні	стотні	Досить стотні
Яка частка від продажу належить восьми найважливішим 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	Нещодавно

Бізнес-планування в підприємстві



Можливі запитання	Можливі відповіді				
	1	2	3	4	5
Коли ви востаннє оцінювали ефективність витрат на просування товарів?	Ніколи	Три роки тому	Два роки	7 минулому році	Щеодавно
Які спеціальні стандарти оновлено для службовців?	Немає	Деякі правила	Щілька	Багато	Досить багато
Як організована робота зі скаргами клієнтів?	Ніяк	Тогано	Так соб	Непоган	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 вресгті-решт — на збільшення обсягу продажу.

Просування передбачає рекламу, заходи щодо формування громадської думки (пабллік 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 припадає на 20 % покупців.

Із насиченням ринку і загостренням конкурентної боротьби за споживача, фірми починають застосовувати різні стимулюючі заходи для споживачів та посередників: знижки, купони, лотереї, безоплатне 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 найсприятливіша під кутом зору мінімізації витрат і ступеня 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 найризикованіша і дорога стратегія, проте саме вона може забезпечити успіх та стійкість фірми у нестабільному навколишньому середовищі.

Важливий аспект — аналіз структури витрат, собівартості продукції. Такий аналіз досить важливий з погляду 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 рахунок 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 вживають таких самих оперативних заходів для скорочення не запланованих витрат (табл. 9.3).

Таблиця 9.3. Аналіз виробничих проблем

Можливі запитання	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	1 рік тому	3 роки тому	5 років тому	Постійно
Коли востаннє оцінювалися переваги і недоліки розвитку виробничої кооперації?	Не саме	Не саме	Не саме	Не саме	Не 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	Елементарний контроль	Збірковий контроль	Контроль за розкалами
На скільки зросла продуктивність праці в минулому році, %?	0	1	2	3	4

Бізнес-планування в підприємстві

Можливі запитання	Можливі відповіді				
	1	2	3	4	5
Коли фірма востаннє запрошувала фахівців зі сторони для виробничого процесу?	Ніколи	1 рік	2 роки	3 роки	Постійно
Яку кількість готової продукції зберігають 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 позначаються 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 розібратися з таких питань:

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. 9.4).

Таблиця 9.4. 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 саме
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 % кредиторської заборгованості	Більше ніж 10 % кредиторської заборгованості

Бізнес-планування в підприємстві

Можливі запитання	Можливі відповіді		
	1	2	3
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

**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;
- ♦ забезпечення розвитку працівників: атестація й 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. Кадрові служби повинні не лише добре знати фундаментальні принципи кадрової роботи, а й розуміти основні проблеми фірми в галузі організаційних структур, систем і методів контролю, нововведень, стимулювання працівників тощо (табл. 9.5).

Таблиця 9.5. 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	Що знає	Знає	Добре знає
Чи бере участь персонал фірми в отриманні частини прибутку?	Ні	Небагато	Незначно	Частково	Збільше ніж 15 %
Як фірма розподіляє повноваження і встановлює відповідальність за допомогою складання робочих інструкцій?	Ніяк	Тогано	Чривчато	Порівняно добре	Добре
Як фірма визначає потребу в кадрах на перспективу?	Ніяк	Тогано	Чривчато	Частково	Добре
Скільки робітників виконують роботу таку саму, як і 5 років тому, %?	80	60	40	30	20
Яка процедура зарахування на роботу?	Проста	Експертна	Трилізна	Деталіювана	Досить деталіювана
Який відсоток персоналу не пройшли будь-якого навчання за останніх 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	Тогано	Трипусимо	Так собі	Добре
Який рівень розуміння юридичних зобов'язань фірми?	Чульовий	Чаблнкений	Незначний	Докладний	Дуже докладний

## 9.4. Чинники успіху у бізнесі

**Конкурентні переваги** — це ті унікальні відчутні і невідчутні активи, якими володіє фірма, ті стратегічно важливі для певного бізнесу галузі діяльності, що допомагають перемагати в конкурентній боротьбі. Вони існують тоді, коли ви можете отримати рентабельність, вищу від середньої для фірм певної галузі або сегмента ринку.

Конкурентні переваги неможливо зрозуміти, вивчаючи підприємство загалом, оскільки вони формуються впродовж 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 покладено в основу вашої конкурентоспроможності, які помітні (відчутні) і невідчутні (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 зазвичай 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, загалом 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. Основна вимога — ви повинні відрізнитися від конкурентів реально, виразно й істотно. Намагайтеся захистити свої конкурентні переваги (монополія, патенти, таємність тощо).

Фірма зазвичай 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 першопрохідника (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, заміна і модернізація тощо); визначне ім'я фірми (імідж); орієнтація на споживача, його запити та побажання; майстерність і досвід працівників; характерні 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».

*Лідерство у витратах* (собівартості) — зазвичай є такі складові відмінностей у їхньому рівні:

- ♦ економія на обсязі виробництва (масштаб);
- ♦ економія завдяки навчанню персоналу та поліпшенню 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 завдяки угодам із постачальниками, інтеграції тощо.

Щодо переваг *стратегії першопрохідника*, то це стійка конкурентна перевага, яка може зумовити надвисоку прибутковість (ненормальну) 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 першопрохідника полягають у тому, що:

- ♦ вони ґрунтуються на використанні нововведень (організаційних, технологічних);
- ♦ вони пов'язані з великим ризиком, проте 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 докладний 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 фахівцям з управління:

- ♦ встановити мету, виходячи із досягнутого рівня, додаючи, припустимо, 3 – 5 % до цифр минулого року. Це так званий метод «планування від досягнутого».

Другий підхід складніший, він передбачає поділ етапу визначення цілей на такі:

- ♦ 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 фахівців, 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. Вона відображує 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 гарними».

Місія має визначатися порівняно простими висловлюваннями у сприятливій для сприйняття формі, здебільшого це бувають гасла.

Місія бізнесу має величезне значення ще й 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 й 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 1.** 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 кількісне вираження 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;
- ♦ поліпшиться ваше розуміння бізнесу і того, як кожне управлінське рішення впливає на різні сфери діяльності.

Сформулюйте основні припущення щодо дії кожного зафіксованого вами чинника (табл. 9.6). Візьмемо, наприклад, ціни. Що впливає на них? Насамперед — це стан конкуренції, ступінь насиченості ринку, витрати на рекламу та інші заходи щодо просування товару на ринок.

**Таблиця 9.6. Взаємозв'язок чинників і основні припущення щодо них**

Сфера діяльності	Ключові проблеми	Чинники	Основні припущення
Виробництво	Якість	Кадри Ціни Технологія	Конкурентні ставки, зарплата Конкуренція без змін Те саме
Маркетинг	Збут	Ціни Реклама Посередники	Ціни не підвищуються Витрати не скоротяться Створиться дилерська мережа
Фінанси та ін.	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 отримати чітке уявлення про те, чого фірма може досягти, і встановити конкретні завдання. Зазвичай, це 2–3 показники з тих сфер, які є вирішальними для успішного бізнесу.

**Приклад 2.** Конкретні завдання можуть бути такими:

- ♦ *виробництво*: встановити нове обладнання в цеху № \_\_;
- ♦ *маркетинг*: щороку 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*: запровадити систему участі в прибутку до кінця другого року та скоротити плинність з 10 до 7 %.

Отже, першим і, ймовірно, найвирішальнішим рішенням є *вбір 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 короткотерміновими, досяжними і керованими.

**Інформація для бізнес-планування та можливі ризики.** Інформація, потрібна для бізнес-плану, складається з двох частин: зовнішньої та внутрішньої (рис. 9.4). Таку інформація збирають унаслідок бізнес-аналізу, який обов'язково проводять перед складанням бізнес-плану.



Рис. 9.4. Інформація для бізнес-планування

Достовірна, якісна інформація дасть змогу:

- ♦ оцінити вашу ідею, проект;
- ♦ визначити ставлення споживачів;
- ♦ оцінити стан конкуренції;
- ♦ знизити підприємницький ризик.

Інформація про зовнішнє середовище може бути вторинною і первинною.

**Вторинна інформація** — це дані, зібрані й опубліковані іншими. Роботу з такою інформацією називають *кабінетними дослідженнями*, або *вторинним аналізом*. Така інформація цінна під час вивчення місткості ринку, стану цін, асортименту продукції, обсягу продажу, політики просування продукції конкурентів. Вторинною є також ваша внутрішня інформація. Переваги і недоліки вторинної інформації наведено в табл. 9.7.

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, отримані на конгресах, симпозіумах, нарадах і презентаціях, інформація, здобута на виставках, ярмарках, інформаційні дані бірж, банків, різних асоціацій і спілок.

Таблиця 9.7. Переваги і недоліки вторинної інформації

Переваги	Недоліки
Інформацію збирають досить швидко Інформація порівняно недорога Може бути кілька джерел інформації, що дає змогу порівнювати і зіставляти її Можуть бути дані, які фірма зібрати не може Вона допомагає на стадії попереднього дослідження	Інформація може вам не підійти, бо збиралася для інших цілей Може бути застарілою Можуть бути суперечності в інформації Методологія її збирання і опрацювання невідома Можуть публікуватися не всі її результати Надійність інформації не завжди відома

Кабинетні дослідження важливі для прогнозів, проте оскільки вторинна інформація завжди запізнюється, то її, по можливості, слід доповнювати результатами польових робіт (первинної інформації).

**Первинна інформація** — це дані, спеціально зібрані для вирішення конкретних проблем або питань. Цінність первинної інформації наведено в табл. 9.8.

Таблиця 9.8. Переваги і недоліки первинної інформації

Переваги	Недоліки
Збирають відповідно до мети Методологія збирання відома і контролюється Усі результати доступні, їх не можна приховати від конкурентів Можна визначити надійність інформації	Збирання інформації може потребувати багато часу Можуть бути великі витрати Деякі види інформації неможливо отримати Підхід фірми може мати обмежений характер

Польові дослідження фірма проводить сама або за допомогою спеціалізованих організацій, які незамінні під час вивчення думки споживачів, дослідження 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; характерні риси товару; технічні новації й пріоритети; збутова мережа (прямий продаж, дилерська мережа).

Види і обсяги зібраної інформації залежать від поставленої 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 осіб) по телефону або у вигляді особистого інтерв'ю. Це недорого і досить швидко.

Методи, які використовують під час збирання зовнішньої інформації, наведено в табл. 9.9.

Таблиця 9.9. 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;
- ♦ має становити одну із статей витрат;
- ♦ використовуватися у потрібному місці і у відповідний час;
- ♦ застосовуватися з максимальною віддачею, щоб відшкодувати витрати на її отримання.

Сьогодні фірми виявляють 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 тією мірою, якою вона поліпшує управлінські рішення (табл. 9.10).

Таблиця 9.10. Аналіз використання інформації у фірмі

Можливі запитання	Можливі відповіді				
	1	2	3	4	5
Як легко можна здобути потрібну (доступну) інформацію?	Неможливо зовсім	Важко	Відносно легко	Легко	Дуже легко
Яку кількість інформації фірма може контролювати	Дуже малу	Незначну	Середню	Велику	Досить велику
Яку кількість даних, розрахованих уручну, заносять щодня до Головної книги?	600	:00 – 59!	:00 – 39!	:00 – 19!	Понад 100
Скільки листів і документів встановленого зразка готують уручну щодня?	40	30	20	10	Менше ніж 10

Можливі запитання	Можливі відповіді				
	1	2	3	4	5
Який час оформлення замовлення, дні?	5	4	3	2	1
Як входить фірма до різних торговельних організацій (біржі, торговельні доми, спілки, асоціації)?	Ніяк	Погано	Неповністю	Добре	Дуже добре

**Можливі ризики в бізнесі.** Підприємець витрачає час і гроші на організацію своєї справи у сподіванні на отримання грошової винагороди, що перевищує ту, яку можна було б отримати, якщо просто покласти ці гроші у банк. При цьому одночасно припускається можливість як отримати 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 збираєтеся захистити себе від впливу цих чинників.

Ризик — це невизначеність щодо майбутнього прибутку. Чинники ризику можна розподілити на дві великі групи: макроекономічні і мікроекономічні (табл. 9.11).

Таблиця 9.11. Природа і причина ризиків

Макропричина	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
Мікропричина	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» визначено як небезпеку, можливість збитку або шкоди. Під ризиком розуміють імовірність (погрозу) втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоотримання доходів або появи додаткових витрат унаслідок виробничо-фінансової діяльності.

Потенційно інвестиційним проектам притаманні три види ризиків, які істотно впливають на терміни окупності проектів. Ці ризики зумовлені:

- ♦ попитом на продукцію (ринкова невизначеність);
- ♦ технологією фірми (технологічний ризик роботи з неосвоєною технологією);

- ♦ поведінка конкурентів (невизначеність дій конкурентів).

Ринкові ризики можуть визначатися такими чинниками:

- ♦ конкурентів більше, ніж може витримати ринок;
- ♦ канали збуту не можуть обслуговувати 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 й управління виробництвом. Способи забезпечення гнучкості такі:

- ♦ диверсифікація і децентралізація управління;
- ♦ зменшення використання спеціалізованих ресурсів (у тому числі обладнання);
- ♦ вкладання коштів 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 папаця від усіх негараздів і невдач. Він лише допомагає комплексно подивитися на проблеми фірми, можливість їх вирішення, виділити ключові проблеми і чинники успіху.

**Приклад 3.** 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 споживчих 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 завдяки глибоким змінам асортименту продукції і здійсненню грамотної маркетингової політики.

2. Ризик, спричинений відповідними діями конкурентів, також є мінімальним, що зумовлено характером місцевого ринку м'ясопродуктів і перспективами його зростання (характеристику ринку подають 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 слід також зазначити, де може відбуватися навчання).

4. Ризик, пов'язаний із псуванням і зникненням обладнання до моменту його доставляння на підприємство, має бути застрахованим. Порядок страхування визначають у договорі на постачання обладнання.

5. Усі розрахунки бізнес-плану виконують у цінах 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 зумовлює потребу у кількісному оцінюванні усвідомленого ризику.

## 9.5. 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 потрібно відображувати в бізнес-плані.

**Короткий огляд, або резюме, проекту.** Цей розділ є коротким (1 – 2 стор.) викладенням плану з визначенням його привабливості для потенційних інвесторів. У ньому треба не просто перелічити питання, а наголосити на ключових проблемах, донести до читача винятково високу компетентність вашої фірми, зазначити чинники, які забезпечують вам успіх на конкурентному ринку. Особлива увага в цьому розділі приділяється таким питанням:

1. Скільки вам потрібно грошей?
2. Як використовуватимете отримані гроші?
3. Де і як збираєтеся продавати вашу продукцію?
4. Як плануєте повернути гроші вашим інвесторам?

Основні пункти цього розділу:

♦ коротке описання вашого бізнесу і ринку, на який ви орієнтуєтесь; потенційні можливості розвитку ринку;

♦ чим ваш бізнес відрізняється від бізнесу ваших конкурентів?

Обґрунтуйте, завдяки чому 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. У розділі план має бути викладений у досить скороченій формі, проте водночас не позбавлений емоційності. 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, які ваші конкурентні переваги (персонал, місцерозміщення, ефективна система збуту, облік потреб споживачів тощо)?

7. Які закони, податки та інші чинники зовнішнього середовища (державне регулювання, спеціальні податки, підтримка тощо) впливають на певну галузь загалом і на вашу фірму зокрема?

#### **Продукція (послуги):**

1. Просте, без технічних деталей описання 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 ознайомилися з вашою продукцією, можна навести в додатках)?

5. Чим ваша продукція відрізняється від вітчизняних та імпортованих аналогів?

6. Чи можна ваш товар експортувати? Потреба у ліцензіях, квотах.

**Ринок і маркетинг.** У цьому розділі слід визначити і оцінити ринкові можливості вашого бізнесу. Оцініть істотні існуючі та потенційні потреби у вашій продукції, точно і реалістично оцініть стан конкуренції, свої сильні і слабкі сторони 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. Характеристику ваших конкурентів, вашу конкурентну стратегію: потіснити конкурентів, зайняти свою нішу.

6. Оцініть ваші конкретні переваги, розкрийте слабкі сторони і шляхи зміцнення їх.

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 подають основні складові маркетингу: ціноутворення, збут, систему просування товару на ринок, а також визначають стратегію ринкового зростання. Особливу увагу зверніть на систему збуту продукції, оскільки в сучасних умовах — це основна 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 поширенням 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. Пока-

жінть 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: під час складання виробничого плану не забудьте розглянути вплив зміни обсягу виробництва на виробничі операції. Що саме буде «вузьким місцем» у разі розширення бізнесу і чи не потребуватиме це додаткового фінансування?

**Управління і права власності.** Цей розділ становить 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 зазначають 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 поширено, чи пропонується додаткова емісія.

4. Організаційна структура управління фірмою, команда керуючих, розподілення 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 під кутом 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 отримання 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. Під час складання фінансового розділу обов'язково потрібні спеціальні знання. Якщо у вашій фірмі або у команді підприємця немає освіченої з питань фінансів людини, то слід звернутися до консультантів зі сторони. 2. Неможливо орієнтуватися лише на залучені кошти. Більшість інвесторів вимагають, щоб частина капіталу була створена за рахунок власних засобів. Покажіть, чим ви розпоряджаєтеся.

**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 й об'єктивно.

2. Зазначте шляхи подолання ризиків.

**Додатки** можна готувати окремо від бізнес-плану і надавати читачам за потребою. У додатках подають:

- ♦ 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);
- ♦ схему організаційної структури, план земельної ділянки, розміщення виробничих приміщень тощо.

### **Рекомендації щодо оформлення бізнес-плану:**

1. Складаючи бізнес-план, передбачте в ньому «ізіюмінку», 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 й 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 простежується прямий зв'язок між необхідною сумою грошей і розміром бізнес-плану: що більша сума грошей, то 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 отримання грошей, мине час і треба буде заново уточнювати цифри плану. Це зробити легше, якщо більшість розрахунків і обґрунтувань винесено в додатки.

## **9.6. 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, отримують 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 — співвідношення прибутку і 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 розпочинають зі складання прогнозних фінансових звітів. На основі прогнозу продажу складають такі фінансові документи: баланси комерційної діяльності, звіт про доходи і звіт про зміни фінансового стану. Прогнозні звіти складають методом відсоткового співвідношення до продажу. Він ґрунтується на тому, що на рух активів фірми впливають зміни в обсязі реалізації.

За прогнозом сума продажу в 2006 р. становитиме 750 млн грн. Виходячи з цих даних, складаємо прогнозний баланс (табл. 9.12).

Статті у балансі, що прогнозується на 31 грудня 2006 р., розраховують таким чином. У першій частині обчислені відсоткові співвідношення 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, іпотечну заборгованість і звичайні акції переносять у тих самих сумах на 31 грудня 2006 р.

**Приклад 1.** Розглянемо розрахунок прогнозування балансу, звітів про прибуток і зміни фінансового стану фірми (табл. 9.13). З цією метою проаналізуємо баланс за попередній рік.

Статтю «Нерозподілений прибуток» обчислюють так. Насамперед знаходимо суму приросту цієї статті в 2006 р. Коефіцієнт прибутку до продажу у 2006 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 виплати 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 ( $30 - 12$ ).

У визначенні джерел фінансування менеджери фірми керуються структурною політикою в галузі працюючого капіталу.

Припустимо, що фірма уклала договір з власниками облігацій про підтримання відсоткового співвідношення заборгованості та активів на рівні 50 %, тобто майже половина активів фірми може покриватися заборгованістю. Крім того, фірма зобов'язується підтримувати поточний коефіцієнт ліквідності на рівні 2,5 і вище. Отже, існують два обмежники під час визначення додаткових джерел фінансування.

Таблиця 9.12. Баланс фірми на 31 грудня 2006 р.

Актив		Пасиви і оплачений капітал	
Стаття балансу	Млн грн	Стаття балансу	Млн грн
Грошові кошти	10	Рахунки до сплати	40
Дебітори	85	Облігації до сплати	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
<b>Усього активів</b>	<b>345</b>	<b>Усього пасивів</b>	<b>345</b>
Продаж	500		
Чистий дохід	20		
Виплачені дивіденди	8		

#### Розрахунок додаткових джерел з урахуванням обмежників.

По-перше, обмежник зростання заборгованості фірми дає змогу позичити у кредиторів додаткові суми розміром до 79 млн грн. Цю суму визначають так: максимально допустима сума боргу 259 млн грн ( $50\% \times 518 : 100$ ); борг фірми на 31 грудня 2007 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. Цю суму визначають так: максимальна сума поточних пасивів — 117 млн грн ( $293 : 2,5$ ); сума поточних пасивів, що прогнозується на 31 грудня 2007 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 покривають: короткотерміновим боргом на 9 млн грн, довготерміновим на 70 млн. грн. і випуском нових звичайних акцій на 43 млн грн.

Крім прогнозованого балансу бізнес-план містить прогнозовані звіти про прибуток і про зміни фінансового стану, а також розрахунок передбачуваних ключових коефіцієнтів: ліквідності, боргу до активів, прибутковості оплачуваного капіталу (табл. 9.14).

На основі прогнозованих фінансових звітів визначають 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 %.

Таблиця 9.13. Прогнозний баланс на 31 грудня 2007 р.

Стаття балансу	Стаття балансу, %, до обсягу продажу у 2006 р. (500 млн грн)	Прогнозний баланс на 31 грудня 2007 р. (прогнозований обсяг продажу 2007 р. × гр. 2), млн грн (750 млн грн × 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
<b>Усього</b> активів	69	518
Рахунки до сплати	8	60
Облігації до сплати	—	10
Нарахована заробітна плата плюс податки	5	38
<b>Усього</b> поточних пасивів	—	108
Іпотечна заборгованість	—	72
Звичайні акції	—	150
Нерозподілений прибуток	—	66
<b>Усього</b> фондів у розпорядженні фірми	—	396
Потреба у додаткових коштах	—	122
<b>Усього</b> пасиви і оплачений капітал		518

Таблиця 9.14. Прогнозований звіт про підсумок діяльності фірми за 2006 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, отримані внаслідок поточної діяльності, та їх використання	—
Джерела грошових коштів	43
Приріст нетто-прибутку (50 – 20)	30
Збільшення кредиторської заборгованості (рахунків до сплати: 60 – 40)	20
Збільшення нарахованої заробітної плати і податків (38 – 25)	13
<b>Усього</b>	63
Використання грошових коштів	—
Приріст дебіторської заборгованості (128 – 85)	43
Приріст товарно-матеріальних запасів (150 – 100)	50
Приріст основного капіталу (225 – 150)	75
<b>Усього</b>	168

Бізнес-планування в підприємстві



Показник	Млн грн
Чиста сума фондів за поточними операціями	105
Фінансові операції	—
Приріст короткотермінової заборгованості	9
Продаж облігацій	70
Продаж звичайних акцій	43
Чиста сума фондів, отримана внаслідок фінансової діяльності	122
Виплачені дивіденди	12
<b>Усього</b>	<b>110</b>
Приріст грошових коштів (15 – 10)	5

Важливим завданням фінансового планування є прогнозування грошових потоків, що дає змогу визначити майбутні грошові надходження фірми та її витрати.

Бюджет грошових коштів розробляють на рік, місяць тощо. Зазвичай складають місячні бюджети, які мають можливість врахувати сезонні коливання у грошових надходженнях. Грошові надходження забезпечують ліквідність підприємства, тобто його здатність сплачувати за придбані товарно-матеріальні ресурси, відсотки та дивіденди, гасити позики.

Побудову «бюджету грошових потоків» починають 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 2.** Фірма надає своїм споживачам відстрочку платежів на 30 днів після виставлення рахунку; 90 % продажу здійснюється в кредит, 10 % — з негайною оплатою (табл. 9.15).

Рахунки на відвантажену продукцію виставляють покупцю через банк, який, коли є зазначений термін, знімає гроші з рахунку покупця і перераховує їх на рахунок фірми. Термін між пред'явленням рахунку і його оплатою називають 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 рахунку. 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 обчислюють 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.

Таблиця 9.15. Динаміка грошових надходжень і витрат фірми «Кристал» за 2005 р., тис. грн

Показник	Місяць року							
	листопад	грудень	січень	лютий	березень	квітень	травень	червень
<i>Надходження</i>								
Усього продажу	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
<b>Усього</b> з подальшою платою	—	—	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
<b>Усього</b> надходжень від продажу	—	—	335,5	254,0	210,0	250,5	301,0	348,5
<i>Витрати</i>								
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 витрат	—	—	50	50	50	50	50	50
<b>Усього</b> грошових витрат	—	70	230	210	240	260	285	300
Капітальні витрати	—	—	—	150	50	—	—	—
Виплата дивідендів	—	—	—	—	20	—	—	—
Сплата податків	—	—	30	—	—	30	—	—
<b>Усього</b> 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
Зовнішнє 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

Бізнес-планування в підприємстві

Сальдо чистих грошових потоків на початку місяця (100 тис. грн на кінець січня) збільшується на суму чистого грошового потоку, отриману 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. 9.15 видно, що фірма матиме дефіцит чистих грошових потоків у лютому, березні та квітні через перевищення витрат над надходженнями. 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 вишукати зовнішні джерела фінансування. В нашому прикладі фірма визначила мінімальну суму грошового потоку в 75 тис. грн. З цією метою фірма планує отримати короткотерміновий кредит у банку. У березні сума кредиту становитиме 66 тис. грн ( $75 - 9$ ), у квітні передбачається додатково отримати 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 проєктів 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 проєкту.

3. Чіткий поділ змісту проєктів 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 докладно, а дані наступних періодів наводять 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);

♦ під час визначення чистого доходу занижується ставка податку на прибуток без зазначення обґрунтувань для податкових пільг, крім того, враховують можливі платежі з прибутку;

♦ під час розрахунків 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 здійснюють у доларах, проте кошти в балансі подано на розрахунковому, а не на валютному рахунку; немає розрахунків з бюджетом, з оплати праці, залишаються незаповненими інші важливі для певного підприємства статті балансу. Тому коректніше подавати агрегований баланс.

8. Надзвичайно важливим є 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 кредитором.

10. Досить часто в плані не розглядають ризики, проблеми і ускладнення, що можуть виникнути під час його реалізації.

### **Запитання і завдання для самоперевірки**



**1.** Яка основна сутність та призначення бізнес-плану? **2.** Назвіть функцію і мету бізнес-плану. **3.** Які основні завдання бізнес-плану? **4.** У чому полягає бізнес-аналіз та які його складові? **5.** Поясніть необхідність проведення фінансового аналізу та його зміст. **6.** Які основні чинники успіху в бізнесі? **7.** Дайте характеристику інформаційній базі під час бізнес-планування. **8.** Які основні розділи містить бізнес-план та їх основний зміст? **9.** Назвіть основні вимоги до складання бізнес-плану. **10.** Розкрийте зміст та методіку складання фінансового плану. **11.** Які основні помилки та недоліки під час складання бізнес-планів?



## Розділ 10

# ПОДАТКОВА ТА КРЕДИТНА СИСТЕМИ У СФЕРІ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ АПК

## 10.1. Система оподаткування малого та середнього бізнесу

### 10.1.1. Види податків

*Податки* — це система примусового стягнення державою за встановленими правилами з фізичних та юридичних осіб певних копій з метою майбутнього використання їх для задоволення суспільних потреб.

Податки класифікують за такими ознаками:

- ♦ *за напрямками використання* — на загальнодержавні податки та інші обов'язкові платежі; місцеві податки, збори та інші обов'язкові платежі. Такий поділ податків зумовлений необхідністю формування бюджетів різних рівнів і, виходячи з цього, різним їх статусом щодо формування і використання;

- ♦ *за характером дії* — на непрямі і прямі. Прямі податки зазвичай пов'язані з об'єктом оподаткування і залежать від фінансових його результатів, тоді як принцип сплати непрямих податків зовсім інший — вони пов'язані з ціною і платник не відчуває їх прямої дії;

- ♦ *за способом стягнення* — на прогресивні, регресивні, пропорційні. За-

лежно від цього формують 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 включають до витрат 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 того, підприємства здійснюють відрахування до Пенсійного фонду, Фонду соціального страхування, Фонду сприяння зайнятості населення і сплачують інші податкові платежі.

### 10.1.2. 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 здійснювати утримання та внесення до бюджету податку, що сплачується покупцем, а також особи, які ввозять (пересилають) товари на митну територію України.

Обов'язкова реєстрація осіб платниками ПДВ здійснюється якщо:

1) загальна сума від здійснення операцій з поставки товарів (послуг), що підлягають оподаткуванню, нарахована (сплачена, надана) такій особі або в рахунок зобов'язань третім особам, упродовж останніх дванадцяти календарних місяців сукупно перевищує 300 000 грн (без урахування ПДВ). (Ця сума застосовується з метою зняття осіб з їх реєстрації як платників цього податку, починаючи з 1 січня 2006 р.);

2) особа уповноважена вносити консолідований податок з об'єктів оподаткування, що виникають внаслідок поставки послуг підприємствами залізничного транспорту з їх основної діяльності та підприємствами зв'язку;

3) особа поставляє товари (послуги) на митній території України з використанням глобальної або локальних комп'ютерних мереж, при цьому особа-нерезидент може здійснювати таку діяльність тільки через своє постійне представництво, зареєстроване на території України;

4) особа здійснює операції з реалізації конфіскованого майна.

Фізична особа, яка не є суб'єктом підприємницької діяльності, платником ПДВ стає лише тоді, коли ввозить (пересилає) товари на митну територію України в обсягах 200 євро.

Особи, які не підпадають під визначення платників податку у зв'язку з обсягами оподатковуваних операцій меншими ніж 300 000,00 грн упродовж будь-якого періоду за останні дванадцять календарних місяців, мають право бути зареєстрованими як платники податку за власним бажанням.

Новостворені суб'єкти підприємницької діяльності, що створюються після 1 жовтня 1997 р., незалежно від виду діяльності і запланованих обсягів операцій з продажу товарів (робіт, послуг), та діючі особи, що підпадають під визначення платників податку, зобов'язані зареєструватись як платники податку за місцем їх знаходження в податковому органі.

Об'єктом оподаткування є операції платників податку (табл. 10.1) з:

1) поставки товарів та послуг, місце надання яких знаходиться на митній території України, в тому числі операції з передавання права власності на об'єкти застави позичальнику (кредитору) для погашення заборгованості заставодавця, а також з передавання об'єкта фінансового лізингу у користування лізингоотримувачу (орендарю);

2) ввезення товарів (супутніх послуг) у митному режимі імпорту або реімпорту.

З метою оподаткування до імпорту також прирівнюють:

- ♦ ввезення на митну територію України товарів за договорами лізингу (оренди) (у тому числі у разі повернення об'єкта лізингу лізингодавцю-резиденту), застави та іншими договорами, які не передбачають передавання права власності на такі товари (майно);

- ♦ поставку товарів з території безмитних магазинів на митну територію України для їх вільного обігу (крім території інших безмитних магазинів);

- ♦ поставку продуктів переробки (готової продукції) з митного режиму перероблення на митній території України на митну територію України для їх вільного обігу;

- ♦ в інших випадках, передбачених Митним кодексом України;

3) вивезення товарів у митному режимі експорту або реекспорту.

З метою оподаткування до експорту товарів також прирівнюють:

- ♦ вивезення товарів за межі митного кордону України за договорами фінансового лізингу (у тому числі у разі повернення об'єкта фінансового лізингу лізингодавцю-нерезиденту), застави та іншими договорами, які не передбачають передавання права власності на такі товари;

- ♦ поставку товарів з митної території України на територію безмитних магазинів;

Таблиця 10.1. База оподаткування

Вид операції	База оподаткування
<p>Звичайні поставки товарів (робіт, послуг)</p> <p>Поставка товарів без оплати, або із їх частковою оплатою у межах бартерних операцій</p> <p>Натуральні виплати в рахунок оплати праці</p> <p>Передавання товарів у межах балансу платника ПДВ для невиробничого використання, витрати на яке не включають до складу валових витрат та не підлягають амортизації</p> <p>Поставка товарів пов'язаній з продавцем особою чи СПД, який не є платником ПДВ</p> <p>Імпорт товарів</p>	<p>Договірна (контрактна) вартість, визначена за вільними цінами, але не нижче за звичайні ціни, з урахуванням акцизного збору, ввізного мита, інших загальнодержавних податків та зборів, за винятком ПДВ</p> <p>Визначається за фактичними цінами, але не нижче від звичайних</p> <p>Договірна вартість таких товарів, але не менша від митної вартості, зазначеної у ввізній митній декларації з урахуванням витрат на транспортування, вантажні роботи та страхування до пункту перетину митного кордону України, сплати брокерських, агентських, комісійних та інших видів винагород, пов'язаних з такими операціями, акцизних зборів, ввізного мита, а також інших податків, зборів, за винятком ПДВ, що включають до ціни товарів. Визначену вартість перераховують в українські гривні за валютним (обмінним) курсом НБУ, що діяв на кінець операційного дня, що передє дню, коли товар вперше підпадає під режим митного контролю відповідно до митного законодавства</p>
<p>Надання робіт (послуг) нерезидентами для їх використання на митній території України</p>	<p>Договірна (контрактна) вартість з урахуванням акцизного збору, а також інших податків, зборів, за винятком ПДВ, що включають до ціни робіт (послуг). Визначену вартість перераховують в українські гривні за валютним курсом НБУ, що діяв на кінець операційного дня, що передє дню, коли було складено акт, який засвідчує факт отримання послуг</p>
<p>Поставки на митній території України готової продукції, виготовленої в Україні з дачвальницької сировини нерезидента</p>	<p>Договірна (контрактна) вартість такої продукції з урахуванням акцизного збору, ввізного мита, а також інших податків, зборів, за винятком ПДВ, що включають до ціни такої готової продукції. Визначену вартість перераховують в українські гривні за валютним курсом НБУ, що діяв на момент виникнення податкових зобов'язань. При цьому податок сплачується до бюджету покупцем у порядку, передбаченому для оподаткування товарів, що імпортуються, а відповідальність за сплату податку покупцем такої продукції несе її вітчизняний переробник</p>

Податкова та кредитна системи у сфері малого і середнього бізнесу АПК



Вид операції	База оподаткування
<p>Поставки вживаних товарів (комісійна торгівля), що придбані в осіб, не зареєстрованих платниками ПДВ</p> <p>Поставки товарів, отриманих у межах договорів комісії, інших цивільно-правових договорів, що уповноважують такого платника податку (комісіонера) здійснювати поставку товарів від імені та за дорученням іншої особи (комітента) без передання права власності на такі товари</p> <p>Поставки товарів під забезпечення боргових зобов'язань покупця, надане платнику податку у формі простого або переказного векселя або інших боргових інструментів</p> <p>Ліквідація виробничих або невиробничих основних фондів за самостійним рішенням платника податку; їх безплатне передавання особі, що не є платником податку</p> <p>Переведення основних фондів до складу невиробничих</p>	<p>Комісійна винагорода</p> <p>Продажна вартість товарів</p> <p>Договірна вартість таких товарів (послуг), але не нижче за звичайні ціни без врахування дисконтів або інших знижок з номіналу такого векселя, а за відсотковими векселями — договірна вартість таких товарів (послуг), але не нижче за звичайні ціни, збільшена на суму відсотків, нарахованих або таких, що мають бути нараховані на суму номіналу такого векселя</p> <p>Звичайні ціни, а для основних фондів групи 1 — не нижче від їх балансової вартості</p>

♦ передавання товарів, оформлених у митному режимі експорту, під митний режим митного складу, для подальшого вивезення таких товарів з митної території України;

♦ в інших випадках, визначених Митним кодексом України.

Не є об'єктом оподаткування операції з:

1) випуску, розміщення та продажу за кошти цінних паперів, що емітовані суб'єктами підприємницької діяльності, НБУ, Міністерством фінансів України, органами місцевого самоврядування, а також корпоративні права, виражені в інших, ніж цінні папери, формах; обміну зазначених цінних паперів та корпоративних прав, на інші цінні папери; розрахунково-клірингової, реєстраторської та депозитарної діяльності на ринку цінних паперів, а також діяльності з управління активами.

Норми цього підпункту не застосовуються до операцій з продажу бланків дорожніх, банківських та особистих чеків, цінних паперів, розрахункових та платіжних документів, пластикових (розрахункових) карток;

2) передавання майна у схов, а також у лізинг та повернення зазначеного майна власнику, крім передавання (повернення) у (із) фінансовий лізинг:

- ♦ нарахування та сплати відсотків або комісій у складі орендного платежу у межах договору фінансового лізингу в сумі, що не перевищує подвійної облікової ставки НБУ, встановленої на день їх нарахування за відповідний проміжок часу і розрахованої від вартості об'єкта лізингу;

- ♦ по об'єкту фінансового лізингу, оціненого в іноземній валюті, сплата відсотків з метою оподаткування визначається у гривнях за курсом валют, визначеним НБУ на момент сплати;

- ♦ передавання майна у заставу кредитору та його повернення із застави власнику, якщо місце повернення знаходиться на митній території України;

- ♦ грошових виплат основної суми консолідованої іпотечної заборгованості та відсотків, нарахованих на неї, об'єднання та/або купівлі (продажу) консолідованої іпотечної заборгованості, заміною однієї частки консолідованої іпотечної заборгованості на іншу, або поверненням (зворотним викупом) такої консолідованої іпотечної заборгованості відповідно до закону резидентом або на його користь;

3) надання послуг із страхування, співстрахування або пере-страхування, а також пов'язаних з такою діяльністю послуг страхових брокерів та страхових агентів:

- ♦ надання послуг із загальнообов'язкового соціального та пенсійного страхування, недержавного пенсійного забезпечення, залучення та обслуговування пенсійних вкладів;

4) обігу валютних цінностей, банківських металів, банкнот та монет НБУ, за винятком тих, що використовуються для нумізматичних цілей, базою оподаткування яких є продажна вартість;

- ♦ випуску, обігу та погашення білетів державних лотерей; виплати грошових виграшів; прийняття ставок, поставки негашених поштових марок України, конвертів або листівок з негашеними поштовими марками України, крім призначених для філателістичних потреб, базою оподаткування яких є продажна вартість;

5) надання послуг з інкасації, розрахунково-касового обслуговування, залучення, розміщення та повернення коштів за договорами позики, депозиту, вкладу, управління коштами та цінними паперами:

- ♦ торгівлі за грошові кошти або цінні папери борговими зобов'язаннями, за винятком операцій з інкасації боргових вимог та факторингу (факторингових) операцій, крім факторингових операцій, якщо об'єктом боргу є валютні цінності та цінні папери;



♦ імпорту майна як технічної або благодійної допомоги згідно з нормами міжнародних договорів України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України;

6) оплати вартості державних платних послуг, обов'язковість отримання яких встановлюється законодавством, включаючи плату за реєстрацію, отримання ліцензії (дозволу), сертифікатів у вигляді зборів, державного мита тощо;

7) виплат у грошовій формі заробітної плати (іншим прирівняним до неї виплатам), а також пенсій, стипендій, субсидій, дотацій за рахунок бюджетів або Пенсійного фонду України чи фондів загальнообов'язкового соціального страхування (крім тих, що надаються у майновій формі):

♦ виплат дивідендів, роялті у грошовій формі або у вигляді цінних паперів, які здійснюються емітентом;

♦ надання комісійних (брокерських, дилерських) послуг із торгівлі та/або управління цінними паперами (корпоративними правами), деривативами та валютними цінностями, включаючи будь-які грошові виплати фондовим або валютним біржам чи позабіржовим фондовим системам);

8) поставки за компенсацію сукупних валових активів платника податку (з урахуванням вартості гудвілу) іншому платнику податку.

Під поставкою сукупних валових активів слід розуміти поставку підприємства як окремого об'єкта підприємництва або включення валових активів підприємства чи його частини до складу активів іншого підприємства. При цьому підприємство-покупець набуває прав і обов'язків (є правонаступником) підприємства, що продає такі активи.

Під час здійсненні спільної діяльності передавання товарів (робіт, послуг) на баланс платника податку, уповноваженого договором вести облік результатів такої спільної діяльності, вважають поставкою таких товарів (робіт, послуг);

9) безплатного передавання у державну чи комунальну власність об'єктів усіх форм власності, які перебувають на балансі одного платника податку і передаються на баланс іншого платника податку, якщо такі операції здійснюються за рішеннями Кабінету Міністрів України, центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування.

Це положення поширюється на операції з безплатного передавання: об'єктів з балансу платника податку на баланс іншої юридичної особи, майно яких перебуває в державній або комунальній власності; неприватизованих об'єктів житлового фонду, а також об'єктів соціальної інфраструктури (в тому числі об'єктів їх незавершеного будівництва) з балансу платника податку на баланс юридичної особи, майно якої перебуває в державній або комунальній власності, чи безпосередньо на баланс відповідної місцевої ради.

Для цілей цього підпункту під об'єктами соціальної інфраструктури слід розуміти:

- ♦ заклади дошкільного виховання, середньої та середньої професійної освіти, дитячі музичні та художні школи;
- ♦ заклади охорони здоров'я, пункти медичного огляду, профілактики та допомоги працівникам;
- ♦ спортивні зали та майданчики, стадіони, дитячі табори відпочинку;
- ♦ клуби та будинки культури;
- ♦ бібліотеки та бібліотечні колектори;
- ♦ об'єкти житлово-комунального господарства, у тому числі мережі постачання електроенергії, газу, тепла, води та водовідведення; будівлі і споруди, призначені для їх обслуговування (котельні, бойлерні, каналізаційні та водопровідні споруди, колектори та їх обладнання);

- ♦ пожежні депо та протипожежна техніка й обладнання;

10) поставки позашкільним навчальним закладом вихованцям, учням і слухачам платних послуг у сфері позашкільної освіти;

11) оплати третейського збору та відшкодування інших витрат, пов'язаних з вирішенням спору третейським судом;

12) поставки послуг резидентом, місце надання яких знаходиться за межами митної території України, за винятком поставок транспортних послуг з перевезення пасажирів та вантажів за межами митної території України.

Застосовують такі види пільг з ПДВ:

- ♦ операції, які не є об'єктом оподаткування (вважають, що додана вартість під час здійснення цих операцій не утворюється);
- ♦ операції, які вивільнені від оподаткування;
- ♦ операції, які оподатковують за нульовою ставкою, що вигідніше, ніж вивільнення від оподаткування.

Вивільняють від оподаткування операції з:

1) поставки вітчизняних продуктів дитячого харчування молочними кухнями та спеціалізованими магазинами і куточками;

2) передплати періодичних видань друкованих засобів масової інформації та книжок, крім видань еротичного характеру, учнівських зошитів, підручників та навчальних посібників українського виробництва; їх доставки на митній території України;

3) поставки послуг з виховання та освіти дітей дитячими музичними та художніми школами, школами мистецтв, будинками культури; послуг з дошкільного виховання, початкової, середньої, професійно-технічної та вищої освіти закладами, які мають ліцензію на поставку таких послуг, а також послуг з розміщення учнів або студентів в інтернатах або гуртожитках;

4) поставки товарів спеціального призначення для інвалідів за переліком, установленим Кабінетом Міністрів України;



5) поставки послуг з виплати і доставки пенсій, страхових виплат за договорами довгострокового страхування життя, з банківських пенсійних рахунків, за пенсійними вкладками, а також грошової допомоги населенню, яка надається за рахунок бюджету відповідно до затверджених соціальних програм;

6) поставки послуг з реєстрації актів громадянського стану державними органами;

7) поставки (у тому числі аптечними закладами) зареєстрованих та допущених до застосування в Україні лікарських засобів та виробів медичного призначення за переліком, який щороку визначається Кабінетом Міністрів України;

8) поставки послуг з охорони здоров'я згідно з переліком, встановленим Кабінетом Міністрів України, закладами охорони здоров'я, які мають відповідну ліцензію;

9) поставки путівок на санаторно-курортне лікування та відпочинок на території України фізичних осіб віком до 18 років;

10) поставки в порядку та в межах норм, установлених Кабінетом Міністрів України, послуг з утримання дітей у дошкільних закладах, школах-інтернатах, кімнатах-розподільниках установ Міністерства внутрішніх справ України:

- ♦ утримання осіб у будинках для престарілих та інвалідів;
- ♦ харчування та влаштування на нічліг осіб, які не мають житла, у спеціально відведених для цього місцях;
- ♦ харчування дітей у школах, професійно-технічних училищах та громадян у закладах охорони здоров'я;
- ♦ харчування, забезпечення речовим майном, комунально-побутовими та іншими послугами, що надаються спецконтингенту в установах пенітенціарної системи згідно з переліком, затвердженим Кабінетом Міністрів України;

11) надання послуг з перевезення осіб пасажирським транспортом (крім таксомоторів) у межах населеного пункту, тарифи на які регулюються органом місцевого самоврядування. Ця пільга не поширюється на операції з надання пасажирського транспорту в оренду (прокат);

12) поставки культових послуг та предметів культового призначення (крім підакцизних товарів) релігійними організаціями;

13) поставки послуг з поховання за переліком, установленим Кабінетом Міністрів України;

14) передавання конфіскованого майна, знахідок, скарбів або майна, визнаних безхазяйними, у власність держави або у розпорядження державних органів або організацій, уповноважених здійснювати їх збереження або поставку;

15) поставки (продажу, передавання) земельних ділянок, земельних паїв, крім тих, що знаходяться під об'єктами нерухомого майна та включаються до їх вартості; орендної плати за земельні ділянки, що перебувають у власності держави або територіальної

громади, якщо така орендна плата повністю зараховується до відповідних бюджетів;

16) безплатного передавання рухомого складу однією залізницею або підприємством залізничного транспорту загального користування іншим залізницям або підприємствам залізничного транспорту загального користування державної форми власності;

17) безплатної приватизації житлового фонду у багатоквартирних будинках, присадибних ділянок та земельних паїв, а також з надання послуг, отримання яких відповідно до законодавства є передумовою такої приватизації; безплатного передавання корпоративного права (частки, паю, акції), емітованого переробним підприємством, у власність приватного сільськогосподарського підприємства;

18) поставки житла (об'єктів житлового фонду), крім їх першої поставки;

19) надання благодійної допомоги, а саме операції з безплатного передавання товарів (робіт, послуг) з метою їх безпосереднього використання у благодійницьких цілях, а також операції з безплатного передавання таких товарів (робіт, послуг) набувачам благодійної допомоги. Не підлягають вивільненню від оподаткування операції з надання благодійної допомоги у вигляді товарів (робіт, послуг), оподатковуваних акцизним збором, цінних паперів, нематеріальних активів та товарів (робіт, послуг), призначених для використання у господарській діяльності, а також тих, що ввозять на митну територію України, крім товарів, які підпадають під дію міжнародних договорів, згода на укладення яких надана Верховною Радою України;

20) оплати вартості фундаментальних досліджень, науково-дослідних і дослідницько-конструкторських робіт особою, яка безпосередньо отримує такі кошти з рахунку Державного казначейства України;

21) надання бібліотеками, які перебувають у державній або комунальній власності, платних послуг з:

- ♦ комплектування реєстраційно-облікових документів (квитків, формулярів);

- ♦ користування рідкісними, цінними довідниками, книгами (нічний абонемент);

- ♦ тематичного добору літератури за запитом споживача;

- ♦ надання тематичних, адресно-бібліографічних та фактографічних довідок;

22) поставки товарів (крім підакцизних товарів та тих, що підпадають під визначення 1 – 24 груп УКТ ЗЕД та послуг (крім гравального та лотерейного бізнесу), які безпосередньо виготовляються підприємствами та організаціями громадських організацій інвалідів, майно яких є їх власністю, де кількість інвалідів, які мають там основне місце роботи, становить упродовж попереднього звіт-



ного періоду не менше ніж 50 % загальної чисельності працюючих, і за умови, що фонд оплати праці таких інвалідів становить протягом звітного періоду не менш як 25 % суми загальних витрат на оплату праці, що відносять до складу валових витрат виробництва. Безпосереднім вважають виготовлення товарів, унаслідок якого сума витрат, понесених на перероблення (оброблення, інші види перетворення) сировини, комплектуючих, складових частин, інших покупуваних товарів, які використовують у виготовленні таких товарів, становить не менше ніж 8 % продажної ціни таких виготовлених товарів;

23) безплатного передавання продукції (робіт, послуг) власного виробництва допоміжними сільськими господарствами і лікувально-виробничими трудовими майстернями (цехами, дільницями) будинків-інтернатів та територіальних центрів з обслуговування самотніх громадян похилого віку, за умови, що таке передавання здійснюється для забезпечення власних потреб зазначених закладів;

24) поставки в сільській місцевості сільськогосподарськими товаровиробниками послуг з ремонту шкіл, дошкільних закладів, інтернатів, закладів охорони здоров'я та надання матеріальної допомоги (в межах 1 н.м.д.г. на місяць на одну особу) продуктами харчування власного виробництва та послуг з обробки землі багатодітним сім'ям, ветеранам праці і війни, реабілітованим громадянам, інвалідам праці, інвалідам дитинства, самотніми особам похилого віку, особам, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи, та школам, дошкільним закладам, інтернатам, закладам охорони здоров'я;

25) безплатного передавання приладів, обладнання, матеріалів науковим установам та науковим організаціям, вищим навчальним закладам III – IV рівнів акредитації, внесеним до Державного реєстру наукових організацій, яким надається підтримка держави;

26) поставки товарів (робіт, послуг), передбачених для власних потреб дипломатичних представництв, консульських установ іноземних держав та представництв міжнародних організацій в Україні, а також для використання дипломатичним персоналом цих дипломатичних місій та членами їх сімей, які проживають разом з особами цього персоналу. Порядок вивільнення та перелік операцій, що підлягають вивільненню, встановлюються Кабінетом Міністрів України виходячи з принципу взаємності щодо кожної окремої держави;

27) імпорту товарів морського промислу, видобутих суднами, зареєстрованими у Державному судновому реєстрі України або Судновій книзі України. Операції з подальшої поставки зазначених товарів будь-якими особами оподатковуються у загальному порядку;

28) імпорту культурних цінностей, виготовлених п'ятдесят і більше років тому, які ввозять з метою їх подальшого передавання музеям, галереям, виставковим центрам, архівам, установам культури або освіти, що перебувають у державній або комунальній власності. Операції з подальшого продажу зазначених культурних цінностей юридичними та фізичними особами оподатковуються відповідно до законодавства;

29) поставки послуг з перевезення пасажирів та вантажів транзитом через територію і порти України;

30) поставки послуг, що надаються іноземним суднам та оплачуються ними відповідно до законодавства України портовими зборами.

В Україні встановлено дві ставки ПДВ: 20 та 0 %. Основна ставка ПДВ становить 20 % бази оподаткування та додається до ціни товарів (робіт, послуг).

Нульову ставку податку застосовують у разі:

♦ експорту товарів та супутніх послуг ставка податку становить 0 %;

♦ поставки переробним підприємствам молока та м'яса живою масою сільськогосподарськими товаровиробниками всіх форм власності і господарювання;

♦ поставки товарів (крім підакцизних товарів та тих, що підпадають під визначення 1 – 24 груп УКТ ЗЕД та послуг (крім грального та лотерейного бізнесу), які безпосередньо виготовляються підприємствами та організаціями громадських організацій інвалідів, майно яких є їх власністю, де кількість інвалідів, які мають там основне місце роботи, становить упродовж попереднього звітного періоду не менше ніж 50 % загальної чисельності працюючих, і за умови, що фонд оплати праці таких інвалідів становить протягом звітного періоду не менш як 25 % суми загальних витрат на оплату праці, що відносять до складу валових витрат виробництва. Перелік зазначених товарів (послуг) щороку встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Безпосереднім вважають виготовлення товарів, унаслідок якого сума витрат, понесених на перероблення сировини, комплектуючих, складових частин, інших покупних товарів, які використовуються у виготовленні таких товарів, становить не менше ніж 8 % продажної ціни виготовлених товарів.

Нульова ставка податку не застосовується, якщо товари (супутні послуги), що експортуються, вивільнюються від оподаткування згідно з п. 1 – 25 (окрім періодичних видань, книг тощо та лікарських засобів).

У разі, коли платник податку здійснює операції з продажу товарів (робіт, послуг), що вивільнені від оподаткування або не є об'єктом оподаткування, суми ПДВ, сплачені (нараховані) у зв'язку з придбанням товарів (робіт, послуг), вартість яких відносять до





складу валових витрат виробництва (обігу) та основних фондів і нематеріальних активів, що підлягають амортизації, відносять відповідно до складу валових витрат виробництва (обігу) та на збільшення вартості основних фондів і нематеріальних активів і до податкового кредиту не включають. 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, нарахованих (сплачених) платником податку впродовж такого звітного періоду у зв'язку з:

- ♦ придбанням або виготовленням товарів (у тому числі в разі імпорту їх) та послуг з метою їх подальшого використання в оподатковуваних операціях у межах власної господарської діяльності;
- ♦ придбанням (будівництвом, спорудженням) основних фондів, у тому числі в разі імпорту їх, з метою подальшого використання у виробництві та/або поставці товарів (послуг) для оподатковуваних операцій у межах власної господарської діяльності.

Право на нарахування податкового кредиту виникає незалежно від того, чи такі товари (послуги) та основні фонди почали використовувати в оподатковуваних операціях у межах господарської діяльності платника впродовж звітного податкового періоду, а також від того, чи здійснював платник оподатковувані операції протягом звітного податкового періоду.

Якщо у подальшому такі товари (послуги) починають використовувати в операціях, які не є об'єктом оподаткування ПДВ або вивільняють від оподаткування, чи основні фонди переводять до складу невиробничих фондів, то з метою оподаткування такі товари (послуги), основні фонди вважають проданими за їх звичайною ціною у податковому періоді, на який припадає початок такого використання або переведення, але не нижче від ціни їх придбання (виготовлення, будівництва, спорудження).

Якщо платник податку придбаває (виготовляє) товари (послуги) та основні фонди, призначені для їх використання в операціях, які не є об'єктом оподаткування ПДВ або вивільняються від оподаткування, то суми податку, сплачені у зв'язку з таким придбанням (виготовленням), не включають до складу податкового кредиту такого платника.

Не включають до складу податкового кредиту та відносять до складу валових витрат суму податку, сплачену платником податку в разі придбання легкового автомобіля (крім таксомоторів), яку включають до складу основних фондів.

У разі, коли товари (роботи, послуги), виготовлені та/або придбані, частково використовують в оподатковуваних операціях, а частково — ні, до суми податкового кредиту включають ту частку сплаченого (нарахованого) податку під час їх виготовлення або

придбання, яка відповідає частці використання таких товарів (робіт, послуг) в оподатковуваних операціях звітного періоду.

Не підлягають включенню до складу податкового кредиту суми сплаченого (нарахованого) податку у зв'язку з придбанням товарів (послуг), не підтверджені податковими накладними чи митними деклараціями.

Датою виникнення права платника податку на податковий кредит вважають дату здійснення першої з подій:

- ♦ або дату списання коштів з банківського рахунку платника податку в оплату товарів (робіт, послуг), дату виписки відповідного рахунку (товарного чека) — в разі розрахунків з використанням кредитних дебетових карток або комерційних чеків;

- ♦ або дату отримання податкової накладної, що засвідчує факт придбання платником податку товарів (робіт, послуг);

- ♦ для операцій з імпорту товарів (супутніх послуг) — дату сплати податку по податкових зобов'язаннях.

Датою виникнення права орендаря на збільшення податкового кредиту для операцій фінансової оренди (лізингу) є дата фактичного отримання орендарем об'єкта фінансового лізингу, датою виникнення права замовника на податковий кредит з довготермінових контрактів — дата збільшення валових витрат замовника довготермінового контракту. Для бартерних (товарообмінних) операцій такою датою вважають дату здійснення заключної (балансуючої) операції.

Суму податку, що підлягає сплаті (перерахуванню) до бюджету або бюджетному відшкодуванню, визначають як різницю між сумою податкового зобов'язання звітного податкового періоду та сумою податкового кредиту такого звітного податкового періоду. За позитивного значення суми вона підлягає сплаті до бюджету у терміни, встановлені для відповідного податкового періоду. У разі від'ємного значення суми її враховують у зменшення суми податкового боргу з ПДВ, що виник за попередні податкові періоди (у тому числі розстроченого або відстроченого), а за його відсутності — до складу податкового кредиту наступного податкового періоду.

Якщо у наступному податковому періоді податковий кредит перевищує податкове зобов'язання, то:

- а) бюджетному відшкодуванню підлягає частина така від'ємного значення, яка дорівнює сумі податку, фактично сплаченій отримувачем товарів (послуг) у попередньому податковому періоді постачальникам товарів (послуг);

- б) залишок від'ємного значення після бюджетного відшкодування включають до складу податкового кредиту наступного податкового періоду.

Платник податку може прийняти самостійне рішення про зарахування належної йому повної суми бюджетного відшкодування у зменшення податкових зобов'язань з цього податку наступних



податкових періодів. У разі прийняття такого рішення зазначену суму не враховують під час розрахунку сум бюджетного відшкодування наступних податкових періодів.

Платник податку, який має право на отримання бюджетного відшкодування та прийняв рішення про повернення повної суми бюджетного відшкодування, подає податковому органу податкову декларацію та заяву про повернення суми бюджетного відшкодування. При цьому платник податку в п'ятиденний термін після подання декларації податковому органу подає органу Державного казначейства України копію декларації з відміткою податкового органу про її прийняття.

До декларації додають розрахунок суми бюджетного відшкодування, копії погашених податкових векселів (податкових розписок), у разі їх наявності, та оригіналів п'яти основних аркушів (примірників декларанта) вантажних митних декларацій за наявності експортних операцій.

Упродовж 30 днів, що настають за днем отримання податкової декларації, податковий орган проводить камеральну перевірку заявлених у ній даних. За наявності достатніх підстав вважати, що розрахунок суми бюджетного відшкодування було зроблено з порушенням норм податкового законодавства, податковий орган має право протягом такого самого терміну провести позапланову документальну перевірку платника.

Після закінчення перевірки податковий орган у п'ятиденний термін надає органу державного казначейства висновок із зазначенням суми, що підлягає відшкодуванню з бюджету.

На підставі отриманого висновку орган державного казначейства впродовж п'яти операційних днів перераховує на поточний банківський рахунок платника податку належну суму відшкодування.

Якщо за наслідками документальної камеральної або документальної перевірки податковий орган виявляє невідповідність суми бюджетного відшкодування сумі, заявленій у податковій декларації, то у разі:

а) заниження заявленої платником податку суми бюджетного відшкодування податковий орган надсилає платнику податку податкове повідомлення, де зазначають суму такого заниження та підстави для її вирахування. У цьому випадку вважають, що платник податку добровільно відмовляється від отримання такої суми заниження як бюджетного відшкодування та враховує її у зменшення податкових зобов'язань з цього податку наступних податкових періодів;

б) перевищення заявленої платником податку суми бюджетного відшкодування, податковий орган надсилає платнику податку податкове повідомлення, де зазначають суму такого перевищення та підстави для її вирахування;

в) з'ясування внаслідок проведення таких перевірок факту, за яким платник податку не має права на отримання бюджетного відшкодування, надсилає платнику податку податкове повідомлення, де зазначають підстави відмови у наданні бюджетного відшкодування.

Суму бюджетного відшкодування, не сплачену у терміни, визначені цим пунктом, вважають бюджетною заборгованістю. На суму бюджетної заборгованості нараховується пеня на рівні 120 % облікової ставки НБУ.

Не має права на отримання бюджетного відшкодування особа, яка:

- ♦ була зареєстрована як платник ПДВ менш ніж за 12 календарних місяців до місяця, за результатами якого подається заява на бюджетне відшкодування, та/або мала обсяги оподатковуваних операцій за останніх 12 календарних місяців менші, ніж заявлена сума бюджетного відшкодування (крім нарахування податкового кредиту внаслідок придбання або спорудження (будівництва) основних фондів;

- ♦ не провадила діяльність упродовж останніх 12 календарних місяців.

### 10.1.3. Акцизний збір

**Акцизний збір** — це непрямий податок на високорентабельні та монополні товари (продукцію), який включають 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 передавання 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), а також фізичні особи (громадяни України, іноземці та особи без громадянства), які ввозять (пересилають) на митну територію України підакцизні товари в обсягах вартістю понад 200 євро.

Об'єктом оподаткування є:

- а) обороти з реалізації вироблених в Україні підакцизних товарів (продукції) їх продажем, обміном на інші товари (продукцію, роботи, послуги), безплатним передаванням товарів (продукції) або з частковою їх оплатою;

- б) обороти з реалізацією (передавання) товарів (продукції) для власного споживання, промислової переробки (крім оборотів з реалізації (передавання) для виробництва підакцизних товарів), а також для своїх працівників;



в) митна (у разі її відсутності — закупівельна) вартість імпортованих товарів (продукції), придбаних за іноземну валюту або в порядку обміну чи безплатного передавання;

г) суми податків на підставі рішень судових органів з розсуду спорів між транспортними організаціями з приводу втрати або нестачі продукції, що перевозять;

д) суми стягнень з осіб, які винні в нестачі, розкраданні підакцизних товарів;

е) реалізація конфіскованого підакцизного майна, яке переходить у власність держави.

Ставки акцизного збору встановлюють по групах товарів і є єдиними на всій території України. Перелік товарів та ставки акцизного збору регулюються Верховною Радою України. Податкові ставки акцизного збору мають різну розмірність — установлюють як у твердих, так у відсоткових ставках. Тверді ставки встановлюють в євро, а відсоткові — щодо оподатковуваного обороту, який включає суму акцизу.

Акцизний збір обчислюють:

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;

♦ державними фіксованими та регульованими цінами — виходячи з їхньої вартості за цими цінами без урахування торговельних знижок, а також сум податку на додану вартість.

У разі закупівлі імпортованих товарів (продукції) оподатковуваний оборот визначають, виходячи з їхньої митної вартості. Під час визначення вказаної вартості іноземну валюту перераховують 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 у джерела виплати доходів;

б) у твердих сумах з одиниці реалізованого товару (продукції).

Для акцизного збору застосовують два підходи до визначення оподатковуваного обороту залежно від того, які ставки акцизного збору встановлено.

Якщо ставки акцизного збору встановлено в абсолютних величинах до фізичних розмірів підакцизних товарів, оподатковуваний оборот визначають залежно від обсягу реалізації таких товарів, а якщо у відсотках до їх вартості, то виходячи із цін реалізації.

У разі використання підакцизних товарів усередині підприємства для власних виробничих потреб, у тому числі для передавання з цеху в цех, оподатковуваний обороти визначають із собівартості цих товарів. Тут треба мати на увазі, що це стосується виробницт-

ва тільки неїдакцизних товарів. Якщо ідакцизні товари вико- ристовують усередині підприємства для виробництва ідакцизних товарів, вони акцизом не оподатковуються, за винятком алкоголь- них напоїв.

#### 10.1.4. Ввізне і вивізне мито

Товари та інші предмети, що ввозять на митну територію Укра- їни і вивозять за межі цієї території, підлягають оподаткуванню митом. Мито є непрямим податком на товари та інші предмети, що стягуються митницею, які переміщуються через митний кор- дон України. Це переміщення може бути пов'язане з ввезенням, вивезенням або перевезенням транзитом товарів чи транспортних засобів.

В Україні застосовують такі види мита:

- ♦ *адвалерне*, що нараховують у відсотках до митної вартості то- варів та інших предметів, які оподатковуються митом;

- ♦ *специфічне*, що нараховують у встановленому грошовому роз- мірі на одиницю товарів та інших предметів, які оподатковуються митом;

- ♦ *комбіноване*, що поєднує обидва ці види митного оподатку- вання.

*Ввізне мито* нараховують на товари та інші предмети під час ввезення їх на митну територію України. Ввізне мито є диферен- ційованим до:

- ♦ товарів та інших предметів, що походять з держав, які вхо- дять разом з Україною до митних союзів або утворюють з нею спе- ціальні митні зони, і в разі встановлення будь-якого спеціального преференційного митного режиму згідно з міжнародними догово- рами за участю України, застосовують преференційні ставки ввіз- ного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України;

- ♦ товарів та інших предметів, що походять з країн або економіч- них 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 зазначені мита та пільги щодо них встановлюють у межах спеціального преференційного митного режиму, застосову- ють пільгові ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України;

- ♦ решти товарів та інших предметів застосовують повні (за- гальні) ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тари- фом України.

*Вивізне мито* нараховують на товари та інші предмети під час вивезення їх за межі митної території України. Вивізне мито на- раховують за ставками, передбаченими Єдиним митним тарифом України.



Сезонне ввізне і вивізне мито на окремі товари та інші предмети може встановлюватися на термін не більше від чотирьох місяців з моменту встановлення їх.

В Україні, незалежно від інших видів мита, застосовують особливі види мита: спеціальне мито, антидемпінгове мито і компенсаційне мито.

*Спеціальне мито* застосовують: як засіб захисту українських виробників, як засіб захисту національного товаровиробника у разі, коли товари ввозять на митну територію України в обсягах та (або) за таких умов, що заподіюють значної шкоди або створюють загрозу заподіяння значної 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* застосовують: у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом демпінгу, яке заподіює шкоду 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 заподіює шкоду.

*Компенсаційне мито* застосовують: у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом субсидованого імпорту, яке заподіює шкоду національному товаровиробнику; у разі вивезення за межі митної території України товарів, для виробництва, переробки, продажу, транспортування, експорту або споживання яких безпосередньо або опосередковано надавалася субсидія, якщо таке вивезення заподіює шкоду.

Платниками мита є фізичні та юридичні особи, які переміщують товари та 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. Під час визначення митної вартості до неї включають ціну товару, зазначену в рахунку-фактурі, а також такі фактичні витрати, якщо їх не включено до рахунку-фактури: на транспортування, навантаження, розвантаження, перевантаження та страхування до пункту перетину митного кордону України; комісійні та брокерські; плату 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).

У разі неможливості перевірки митної вартості 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 зазначених 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 вимірюванні на одиницю товару.

На товари, які оподатковують акцизним збором, встановлено ставки специфічного ввізного мита. Для більшості видів таких товарів ставку ввізного мита встановлено в євро з одиниці товарів, що імпортують. 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 нараховує митний орган України відповідно до митної вартості і ставок Єдиного митного тарифу України, чинними на день подання митної декларації, і сплачується як у валюті України, так і в іноземній валюті, яку купує Національний банк України. Мито вносять до державного бюджету України.

У стягненні мита діє дуже розгалужена система пільг — від встановлення мінімальних пільгових ставок залежно від країни-постачальника та країни-продавця, так і до повного вивільнення від мита окремих товарів. Розмір пільг і порядок їх надання встановлюються Верховною Радою України згідно із законами України про спеціальні митні зони прийняттям окремого закону для кожної з таких зон.

Від сплати мита вивільняють такі предмети, які ввозять (пересилають) громадяни в Україну:

- ♦ товари (крім винно-горілчаних та тютюнових виробів) загальною вартістю, еквівалентною 1400 дол. включно;

- ♦ предмети особистого користування (за винятком транспортних засобів індивідуального користування та запасних частин до них), які тимчасово ввозять на митну територію України;

- ♦ речі, що ввозять (пересилають) під час переселення на постійне місце проживання в Україну;

- ♦ горілчані вироби у кількості 1 л, вино — 2 л, тютюнові вироби — 200 цигарок (або 200 грамів) на одну особу.

### 10.1.5. Оподаткування прибутку

Суть оподаткування прибутку полягає в тому, що оподатковується новостворена вартість, а об'єкт оподаткування збігається з джерелом сплати. Платниками податку на прибуток підприємств є:



♦ з числа 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;

♦ з числа нерезидентів — фізичні чи юридичні особи, створені у будь-якій організаційно-правовій формі, які отримують доходи з джерелом 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 їхніх засновників. Об'єктом оподаткування є прибуток, який визначають зменшенням суми скоригованого валового доходу звітного періоду на суму валових витрат платника податку і суму амортизаційних відрахувань.

*Скоригований валовий дохід* — валовий дохід без врахування доходів, які за своєю суттю підлягають виключенню з метою оподаткування.

*Валовий дохід* — загальна сума доходу платника податку від усіх видів діяльності, отриманого (нарахованого) впродовж звітного періоду в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах як на території України, її континентальному шельфі, виключній (морській) економічній зоні, так і за їх 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 деривативів, іпотечних сертифікатів участі, іпотечних сертифікатів з фіксованою дохідністю, сертифікатів фондів операцій з нерухомістю (за винятком операцій з їх первинного випуску (розміщення), операцій з їх кінцевого погашення (ліквідації) та операцій з консолідованим іпотечним боргом відповідно до закону);

♦ 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), безплатно наданих платнику податку в звітному періоді, за винятком випадків, коли таку безповоротну фінансову допомогу та безплатні товари (роботи, послуги) отримують неприбуткові організації, або такі операції здійснюються між платником податку та його відокремленими підрозділами, що не мають статусу юридичної особи;

- невикористану частину коштів, що повертають із страхових резервів у передбаченому законом порядку;

- заборгованість, що підлягає включенню до валових доходів;

- кошти страхового резерву, використані не за призначенням;

- вартість матеріальних цінностей, переданих платнику податку згідно з договорами схову та використаних ним у власному виробничому чи господарському обороті;

- штрафи, неустойки, пені, отримані за рішенням сторін договору або за рішенням відповідних державних органів, суду, господарського чи третейського суду;

- державне мито, попередньо сплачене позивачем, що повертається на його користь за рішенням суду (господарського суду);

♦ доходи від здійснення операцій особливого виду. Фінансовий результат по операціях особливого виду (а, отже, і валовий дохід та валові витрати) визначають по кожній операції окремо. До операцій особливого виду належать:

- товарообмінні (бартерні) операції;

- операції, пов'язані зі страховою діяльністю;

- операції із розрахунками в іноземній валюті;

- операції з пов'язаними особами;

- операції з цінними паперами та деривативами;

- спільна діяльність без створення юридичної особи;

- виплата дивідендів;

- операції з борговими вимогами та зобов'язаннями;

- операції з виконання довготермінових договірних зобов'язань;

- операції неприбуткових установ та організацій;

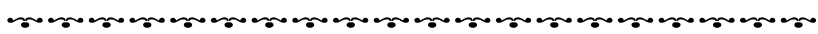
- операції окремих платників податку.

До валового доходу платника включають також прибуток від продажу основних фондів та нематеріальних активів, що підлягають амортизації.

Із складу валового доходу виключають:

- ♦ суми 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, отримані платником податку як компенсація (відшкодування) за примусове відчуження державою



іншого майна платника податку у випадках, передбачених законодавством;

- ♦ кошти або вартість майна, отримані платником податку за рішенням суду (господарського суду) або внаслідок задоволення претензій у порядку, встановленому законодавством як компенсація прямих витрат або збитків, понесених таким платником податку внаслідок 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 у частині надмірно сплачених податків, зборів (обов'язкових платежів), що повертаються або мають бути повернені платнику податку з бюджетів, якщо такі суми не були включені 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 (ліцензій), сертифікатів, посвідчень, реєстрації, інших послуг, обов'язковість придбання яких передбачена законодавством) у разі зарахування їх до відповідних бюджетів;

- ♦ доходи, накопичувані на пенсійних рахунках у межах механізму додаткового пенсійного забезпечення, надходять до страховиків, що здійснюють довготермінове страхування життя, від страхувальників, а також суми надходжень до інших неприбуткових установ і організацій;

- ♦ кошти спільного інвестування, а саме кошти, залучені від інвесторів інститутів спільного інвестування (ICI), доходи від здійснення операцій з активами ICI та доходи, нараховані за активами ICI, а також кошти, залучені від власників сертифікатів фондів операцій з нерухомістю, доходи від здійснення операцій з активами фондів операцій з нерухомістю та доходи, нараховані за активами фондів операцій з нерухомістю, створених відповідно до закону;

- ♦ номінальну 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 повертають власнику корпоративних прав, емітованих юридичною особою, після повної і кінцевої ліквідації такої юридичної особи-емітента або після закінчення договору про спільну діяльність, але не вище від номінальної вартості акцій (часток, паїв);

♦ кошти або майно, що надходять у вигляді міжнародної технічної допомоги, яка надається іншими державами відповідно до міжнародних угод, що набули чинності у встановленому законодавством порядку;

♦ вартість основних фондів, безплатно отриманих платником податку з метою здійснення їх експлуатації у випадках, передбачених законодавством;

♦ інші надходження, прямо 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 їх подальшого використання у власній господарській діяльності.

До складу валових витрат включають суми будь-яких витрат, сплачених (нарахованих) упродовж звітного періоду у зв'язку з підготовкою, організацією, веденням виробництва, продажем продукції (робіт, послуг) і охороною праці, з урахуванням встановлених законом обмежень.

До складу валових витрат включають:

♦ суми будь-яких витрат, сплачених (нарахованих) упродовж звітного періоду у зв'язку з підготовкою, організацією, веденням виробництва, продажем продукції (робіт, послуг) і охороною праці, у тому числі витрати з придбання електричної енергії (включаючи реактивну), з урахуванням установлених обмежень;

♦ кошти або вартість майна, які добровільно перераховані (передані) до Державного бюджету України або бюджетів територіальних громад, до неприбуткових організацій, але не більше ніж чотири відсотки оподатковуваного прибутку попереднього звітного періоду;

♦ кошти, перераховані підприємствами всеукраїнських об'єднань осіб, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи, на яких працюють за основним місцем роботи не менш як 75 % таких осіб, цим об'єднанням для проведення благодійної діяльності таких об'єднань, але не більше від 10 % оподатковуваного прибутку попереднього звітного періоду;



♦ кошти, внесені до страхових резервів у встановленому законодавством 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;

♦ плату за землю, що не використовується в сільськогосподарському виробничому обороті, — для платників податку, основною діяльністю яких є виробництво сільськогосподарської продукції;

♦ витрати, не віднесені до складу валових витрат минулих звітних податкових періодів у зв'язку з втратою, знищенням або псуванням документів, установлених правилами податкового обліку та підтверджених такими документами у звітному податковому періоді;

♦ витрати, не враховані у минулих податкових періодах у зв'язку з допущенням помилок та виявлених у звітному податковому періоді у розрахунку податкового зобов'язання;

♦ безнадійну заборгованість у частині, що не була віднесена до валових витрат, у разі, коли відповідні заходи щодо стягнення таких боргів не привели до позитивного результату, а також суми заборгованості, щодо яких минув термін позовної давності;

♦ витрати по операціях 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 продажу їх, 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 поділяють на такі групи:

*група 1* — будівлі, споруди, їх структурні компоненти та передавальні пристрої, у тому числі житлові будинки та їх пристрої, житлові будинки та їх частини (квартири і місця загального користування), вартість капітального поліпшення землі;

*група 2* — автомобільний транспорт та вузли до нього; меблі; конторське (офісне) обладнання; побутові, електронні, оптичні, електромеханічні прилади та інструменти, інше конторське (офісне) обладнання, устаткування та приладдя до них;

*група 3* — будь-які інші основні фонди, що не увійшли до груп 1, 2 і 4;

*група 4* — електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичного оброблення інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друку інформації, інші інформаційні системи, комп'ютерні програми, телефони (у тому числі стільникові), мік-

рофони і рації, вартість яких перевищує вартість малоцінних товарів (предметів).

Балансову вартість групи основних фондів на початок звітного періоду розраховують за формулою

$$B_a = B_{a-1} + \Pi_{a-1} - B_{a-1} - A_{a-1}, \quad (10.1)$$

де  $B_{a-1}$  — балансова вартість групи на початок періоду, що передував звітному;  $\Pi_{a-1}$  — сума витрат, понесених на придбання основних фондів, здійснення капітального ремонту, реконструкцій, модернізацій та іншого поліпшення основних фондів упродовж періоду, що передував звітному;  $B_{a-1}$  — сума виведених з експлуатації основних фондів упродовж періоду, що передував звітному;  $A_{a-1}$  — сума амортизаційних відрахувань, нарахованих у періоді, що передував звітному.

Для амортизації нематеріальних активів застосовують лінійний метод, за яким кожний окремий вид нематеріального активу амортизується рівними частками, виходячи з його первісної вартості з урахуванням індексації впродовж 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 здійснюють 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, який визначають за формулою

$$K_i = (I_{a-1} - 10) / 100, \quad (10.2)$$

де  $I_{a-1}$  — індекс інфляції року, за результатами якого провадиться індексація.

Якщо значення  $K_i$  не перевищує одиниці, індексація не провадиться.

Амортизація окремого об'єкта основних фондів групи 1 здійснюється до досягнення балансовою вартістю такого об'єкта ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Залишкову вартість такого об'єкта відносять до складу валових витрат за результатами відповідного податкового періоду, а вартість такого об'єкта прирівнюють до нуля.

Амортизація основних фондів груп 2, 3 і 4 провадиться 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 (в розрахунку на календарний квартал): група 1 — 2 %; група 2 — 10; група 3 — 6 та 4 — 15 %.



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 рік — 30; 3-й рік — 20; 4-й рік — 15; 5-й рік — 10; 6-й рік — 5; 7-й рік експлуатації — 5 %.

Платники податку самостійно визначають суми податку, що підлягають сплаті.

Прибуток платників податку, включаючи підприємства, засновані на власності окремої фізичної особи, оподатковується за ставкою 25 % до об'єкта оподаткування.

Податок на прибуток, що підлягає сплаті до бюджету, визначають за формулою

$$P_{\Pi} = (СВД - ВВ - А) N, \quad (10.3)$$

де *СВД* — валові доходи; *ВВ* — валові витрати; *А* — амортизація; *N* — ставка податку.

Податок сплачується до бюджету не пізніше від 20 числа місяця, що настає за звітним кварталом.

### 10.1.6. 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, справляється 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 створені, а 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 або 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

нараховують та пред'являють до сплати первісному власнику землі або землекористувачу починаючи з початку року і до дня, в якому він втратив право власності чи право користування земельною ділянкою (включаючи і цей день), а новому — починаючи з дня, що настає за днем виникнення права власності або права користування земельною ділянкою. За земельні ділянки, що перейшли у спадщину, земельний податок справляється із спадкоємців, які прийняли спадщину з моменту її відкриття. Спадкоємцям, які прийняли спадщину до настання терміну податкового обліку, податок нараховують 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 перебуває 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. У разі відсутності їх 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 у встановленому 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 та пасовищ — 0,1; для багаторічних насаджень — 0,03.

*Отже, для визначення розміру земельного податку необхідно знати площу сільськогосподарських угідь, їх грошову оцінку та ставку податку.*

Грошове оцінювання земель сільськогосподарського призначення здійснюється за спеціальною методикою грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України. Інформаційною базою для грошової 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 — їх генеральні плани та проекти планування і забудови населених пунктів, матеріали економічної оцінки території.





Грошову оцінку земель сільськогосподарського призначення, на які відсутні матеріали економічної оцінки, визначають 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.

Грошову оцінку земельних ділянок під виробничими будівлями і спорудами сільськогосподарських підприємств, що розташовані за межами населених пунктів, визначають за аналогічними агровиробничими групами ґрунтів, які до них прилягають.

В основу визначення грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення покладено рентний дохід, який створюється під час виробництва зернових культур і визначається за даними економічної оцінки земель, проведеної в 1988 р.

В умовах інфляції рентний дохід обчислюють у натуральних одиницях (у центнерах зерна), який під час визначення грошової оцінки переводять у вартісне вираження за поточними або світовими реалізаційними цінами.

Величина грошової оцінки є добутком річного рентного доходу і терміну його капіталізації. Термін капіталізації встановлено в 33 роки.

Грошова оцінка здійснюється окремо по орних землях, землях під багаторічними насадженнями, природними сіножатями і пасовищами.

Законом передбачено щорічну індексацію грошової оцінки земель та доведення її до відома власників землі та землекористувачів. З приводу цього визначено і доведено облдержадміністрація, обласним органам місцевого самоврядування та земельних ресурсів коефіцієнти індексації грошової оцінки земель станом на 1 січня 1999 р.: для земель сільськогосподарського призначення — 2,07; для земель населених пунктів — 1,8. Тому власники землі та землекористувачі — юридичні особи — при поданні розрахунку до відповідного податкового органу мають ураховувати 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, встановлюють у розмірі 1 % 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, справляється у розмірі трьох відсотків зазначеної суми земельного податку.

Податок за частину площ земельних ділянок, наданих підприємствам, установам і організаціям (за винятком сільськогосподарських угідь), що перевищують норми відведення, справляється 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 та затверджують відповідні сільські, селищні, міські ради виходячи із середніх ставок податку, функціонального використання та місцезнаходження земельної ділянки, проте 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.

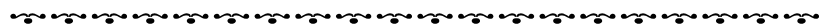
Грошова оцінка земель несільськогосподарського призначення (крім земель населених пунктів) проводиться згідно з Порядком грошової оцінки земель несільськогосподарського призначення (крім земель населених пунктів), затвердженим наказом Держкомзему України № 86/19/148/86/76/88 від 29.08.97 р., який розроблений відповідно до постанови Кабінету Міністрів України «Про Методику грошової оцінки земель несільськогосподарського призначення (крім земель населених пунктів)» від 30.05.97 р. № 525.

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 базою для грошової оцінки є відомості державних кадастрів (земельного, лісового, водного); землевпорядної, лісовпорядної, містобудівної та проектно-технічної документації, інвентаризації земель, дані державної статистичної звітності.

Підставою для нарахування земельного податку є дані державного земельного кадастру. Суму земельного податку обчислюють 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», і за формою, встановленою Головною державною податковою адміністрацією України. Дані відповідній податковій адміністрації подають щороку станом на 1 січня до 1 лютого.



Земельний податок сплачується однаковими частками власниками землі і землекористувачами — виробниками товарної сільськогосподарської і рибної продукції та громадянами до 15 серпня і 15 листопада, а всіма іншими платниками — щокварталу до 15 числа місяця, що настає за звітним кварталом.

### 10.1.7. Єдиний податок

Спрощену систему оподаткування було введено у 1998 р. Указом Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів підприємницької діяльності» від 03.07.98 р. № 727/98. Нині діє редакція цього Указу № 746/99 від 28.06.99 р. Упродовж часу її функціонування спрощена система оподаткування для суб'єктів малого підприємництва набула значного поширення в Україні. Причинами цього стали такі чинники, як відносна простота нарахування та сплати єдиного податку, його зрозумілість для платників, врахування особливостей ведення господарської діяльності юридичними та фізичними особами, зниження податкового навантаження на них завдяки невисоким ставкам податку та відсутності потреби у веденні складного податкового та бухгалтерського обліку, що має місце у разі оподаткування на загальних підставах.

Основні відомості щодо суб'єктів підприємницької діяльності (СПД), які мають право на сплату єдиного податку (ЄП) та його ставок, подано у табл. 10.2.

**Таблиця 10.2. Критерії, яким мають відповідати суб'єкти підприємницької діяльності в разі сплати єдиного податку**

Показник	Юридичні особи	Фізичні особи
Критерії, за дотримання яких СПД можуть бути платниками ЄП:	Середньорічна чисельність не повинна перевищувати 50 осіб	Не більше від 10 осіб, включаючи членів сімей СПД, упродовж року
кількість осіб, що перебувають у трудових відносинах із СПД		
обсяг виручки за рік	Не більше ніж 1 млн грн	Не більше ніж 500 тис. грн
Ставки ЄП	6 % виручки за умови сплати ПДВ на загальних підставах; 10 % виручки за умови включення ПДВ до складу ЄП	Від 20 до 200 грн (встановлюється місцевими радами за місцем державної реєстрації СПД). У разі залучення найманих працівників (включаючи членів сімей платника ЄП) ставка податку збільшується на 50 % її початкової суми за кожну особу, що перебуває із платником ЄП у трудових відносинах

Єдиний податок сплачується у рахунок значної кількості загальнодержавних та місцевих податків і зборів (п. 6 Указу № 746/99):

- ♦ 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 Фонду для здійснення заходів щодо ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи та соціального захисту населення;
- ♦ збору до Державного інноваційного фонду;
- ♦ збору на обов'язкове соціальне страхування;
- ♦ відрахувань та зборів на будівництво, реконструкцію, ремонт і утримання автомобільних доріг 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».

Однак, незважаючи на те, що у наведеному переліку передбачено збір на обов'язкове державне пенсійне страхування, набуття з 1 січня 2004 р. чинності Законом України «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» від 09.07.2003 р. № 1058 зумовило істотні зміни у спрощеній системі оподаткування.

Так, п. 1 ст. 14 цього Закону визначено як страхувальників щодо пенсійного страхування, в тому числі і юридичних осіб, що обрали спосіб оподаткування за спрощеною системою, а п. 2 ст. 17 встановлено обов'язок страхувальників нараховувати, обчислювати і сплачувати страхові внески в установлені терміни та в повному обсязі. Наведені норми Закону суперечать положенням Указу Президента України № 209/99. Крім того, п. 3 зазначеного Указу встановлено, що відділення Державного казначейства України перераховують 42 % сплачених сум єдиного податку до Пенсійного фонду України. Однак, згідно з внесеними 17 червня 2004 р. змінами до Закону України «Про Державний бюджет України на 2004 рік», зокрема, до ст. 55, суми єдиного податку повною мірою належать до доходів загального фонду місцевих бюджетів. Крім того, п. 4 ст. 18 Закону «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» містить положення про те, що страхові внески не включають до складу податків, інших обов'язкових платежів, що становлять систему оподаткування. Отже, правова колізія, яка, на перший погляд,



має місце, насправді не існує: згідно з нормами права, більш пізній закон скасовує прийнятий раніше. Тому у цьому випадку пріоритет щодо Указу Президента України має Закон «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування» як закон спеціальний та прийнятий пізніше.

*Отже, податковий тиск на платників єдиного податку — юридичних осіб зростає внаслідок покладання на них обов'язку щодо сплати страхових внесків (32 % фонду оплати праці) до Пенсійного фонду України.*

Щодо платників єдиного податку — фізичних осіб, то тут ситуація дещо інша. Пенсійний фонд України своїм листом № 211/04 від 12.01.2004 р. надав роз'яснення з цього питання, суть якого полягає в тому, що такі суб'єкти підприємницької діяльності сплачують внески до Пенсійного фонду України у складі єдиного податку до часу введення в дію законодавчих актів, що врегульовуватимуть це питання. Слід зазначити, що таким чином сплачуються внески як за фізичну особу — суб'єкта підприємницької діяльності, так і за осіб, що перебувають з нею у трудових відносинах, включаючи членів їх сім'ї. Водночас для врахування в страховий стаж періоду роботи на умовах сплати єдиного податку такий суб'єкт може здійснити доплату до Пенсійного фонду до розміру мінімального страхового внеску. Нині він становить 32 % мінімальної заробітної плати (205 грн), що дорівнює 65,60 грн.

Необхідну суму доплати визначають, виходячи із ставки єдиного податку та його частки (42 %), яку перераховує Держказначейство до Пенсійного фонду.

**Приклад.** Платником єдиного податку — фізичною особою, сплачується податок за ставкою 100 грн. Частина, що перераховується Держказначейством до Пенсійного фонду, становить 42 грн  $[(100 \text{ грн} \cdot 42) : 100]$ . Мінімальний страховий внесок — 65 грн 60 коп. Тоді розмір доплати становитиме 23,60 грн  $(65,60 \text{ грн} - 42,00 \text{ грн})$ .

Немає потреби здійснювати доплату тим платникам єдиного податку, ставка податку у яких перевищує 156 грн (у разі відсутності осіб, що перебувають з таким платником податку у трудових відносинах). Адже в разі перевищення цієї суми 42 %, які перераховує до Пенсійного фонду Держказначейство, становлять суму, більшу від мінімального страхового внеску.

### **10.1.8. Податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів**

Податок з власників наземних транспортних засобів та інших самохідних машин та механізмів встановлюється як джерело фінансування будівництва, реконструкції, ремонту та утримання

автомобільних шляхів загального користування та проведення природоохоронних заходів на водоймах. Цей податок сплачується за місцезнаходженням 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, які є юридичними особами, 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 є об'єктами оподаткування.

Об'єктом оподаткування є такі транспортні засоби: трактори (колісні), автомобілі, призначені для перевезення не менше ніж 10 осіб, включаючи водія, автомобілі легкові, вантажні, спеціального призначення, крім тих, що використовуються для перевезення пасажирів вантажів, мотоцикли (включаючи 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 см<sup>3</sup> об'єму циліндрів двигуна внутрішнього згорання, за 1 кВт потужності електродвигуна (для наземного транспорту) і за 1 см довжини (для водного транспорту). Наприклад, трактори колісні — 2,5 грн з 100 см<sup>3</sup>; автомобілі легкові з об'ємом циліндрів двигуна: до 1000 см<sup>3</sup> — 3 грн з 100 см<sup>3</sup>; від 1001 см<sup>3</sup> до 1500 см<sup>3</sup> — 4 грн з 100 см<sup>3</sup>; від 1501 см<sup>3</sup> до 1800 см<sup>3</sup> — 5 грн з 100 см<sup>3</sup>.

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 обчислюють, виходячи з об'єму циліндрів або потужності двигуна кожного виду і марки транспортних засобів, а податок з власників водних транспортних засобів — виходячи з 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 щороку або один раз за два роки, але не пізніше від першого півріччя року, в якому провадиться технічний огляд; якщо транспортні засоби придбано фізичними особами у другому півріччі, то податок сплачується в половинному розмірі встановленої суми;



♦ юридичними особами — щокварталу однаковими частинами до 15 числа місяця, що настає за звітним кварталом.

За придбані впродовж року юридичними особами транспортні засоби податок сплачується перед їх реєстрацією по термінах сплати (кварталах), які не настали, починаючи з кварталу, в якому проводиться реєстрація транспортного засобу. 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 повертають.

### **10.1.9. Податок з доходів фізичних осіб**

Одним з ефективних фіскальних важелів для різних податкових систем є оподаткування фізичних осіб. Основною метою введення податку з доходів фізичних осіб є забезпечення бюджетних надходжень та створення рівнонапруженого податкового тиску на основі прямого визначення доходів платника податків.

Законодавче регулювання оподаткування фізичних осіб в Україні протягом 90-х років ХХ ст. і дотепер було досить стабільним, якщо порівнювати його з іншими податками і зборами. 5 липня 1991 р. було прийнято Закон Української РСР «Про прибутковий податок з громадян Української РСР, іноземних громадян та осіб без громадянства» № 1306-ХІІ. Дію цього Закону було зупинено Декретом Кабінету Міністрів України «Про прибутковий податок з громадян» від 26.12.92 р. № 13-92.

На сучасному етапі розвитку податкової системи України виникла необхідність оптимізувати механізм оподаткування доходів фізичних осіб. З цією метою 22 травня 2003 р. Верховна Рада України прийняла Закон України «Про податок з доходів фізичних осіб» № 889-IV, що набув чинності з 1 січня 2004 р. Цим Законом в основу розмежування всієї сукупності платників цього податку покладено критерій резидентства. При цьому не має першочергового значення, чи є фізична особа громадянином України, громадянином іноземної держави чи особою без громадянства.

Законом «Про податок з доходів фізичних осіб» передбачено кілька підстав визначення резидентства платника податку:

♦ по-перше, фізичною особою — резидентом є фізична особа, яка має місце проживання в Україні;

♦ по-друге, у разі, якщо фізична особа має місце проживання також в іноземній державі, її вважають резидентом, якщо така особа має місце постійного проживання в Україні;

♦ по-третє, якщо особа має місце постійного проживання також в іноземній державі, її вважають резидентом за умови, що вона має більш тісні особисті чи економічні зв'язки (центр життєвих інтересів) в Україні;

♦ по-четверте, у разі, якщо державу, в якій фізична особа має центр життєвих інтересів, не можна визначити, або якщо фізична особа не має місця постійного проживання у жодній з держав, її вважають резидентом, якщо перебуває в Україні не менше від 183 днів (включаючи день приїзду та від'їзду) впродовж періоду або періодів податкового року;

♦ по-п'яте, якщо неможливо визначити резидентський статус фізичної особи за попередніми підставами, фізичну особу вважають резидентом, якщо вона є громадянином України.

Якщо всупереч закону фізична особа-громадянин України має також громадянство іншої країни, то з метою оподаткування цим податком таку особу вважають громадянином України, який не має права на залік податків, сплачених за кордоном, передбаченого Законом «Про податок з доходів фізичних осіб» або нормами міжнародних угод України.

Достатньою підставою для визначення особи резидентом є самостійне визначення нею основного місця проживання на території України у порядку, встановленому Законом «Про податок з доходів фізичних осіб», або реєстрація її як самозайнятої особи.

Відповідно до п. 2.1 ст. 2 Закону «Про податок з доходів фізичних осіб» платниками податку є: резиденти, які отримують як доходи з джерелом походження їх з території України, так і іноземні доходи та нерезиденти, які отримують доходи з джерелом походження їх з території України.

Винятком є нерезиденти, що отримують доходи з джерелом походження їх з території України і мають дипломатичні привілеї та імунітет, встановлені на умовах взаємності міжнародним договором, згоду на обов'язковість якого надано Верховною Радою України, щодо доходів, отримуваних ними безпосередньо від такої дипломатичної чи прирівняної до неї таким міжнародним договором іншої діяльності.

Закон «Про податок з доходів фізичних осіб» передбачає розмежування об'єктів оподаткування залежно від резидентського статусу платника податку.

Об'єктом оподаткування резидента є:

- ♦ загальний місячний оподатковуваний дохід;
- ♦ чистий річний оподатковуваний дохід, який визначають зменшенням загального річного оподаткованого доходу на суму податкового кредиту такого звітного року;
- ♦ доходи з джерелом походження їх з України, які підлягають кінцевому оподаткуванню під час виплати їх;
- ♦ іноземні доходи.

Об'єктом оподаткування нерезидента є:

- ♦ загальний місячний оподатковуваний дохід з джерелом походження його з України;
- ♦ загальний річний оподатковуваний дохід з джерелом походження його з України;





♦ доходи з джерелом походження їх з України, які підлягають кінцевому оподаткуванню під час виплати їх.

Загальний річний оподатковуваний дохід складається з суми загальних місячних оподатковуваних доходів звітного року, а також іноземних доходів, отриманих упродовж такого звітного року.

Перелік окремих видів доходів, які включають та не включають до складу загального місячного доходу, встановлені відповідно п. 4.2 та 4.3 ст. 4 Закону «Про податок з доходів фізичних осіб».

Новацією Закону «Про податок з доходів фізичних осіб» щодо визначення об'єкта оподаткування резидентів є поняття податкового кредиту. Відповідно до п. 1.16 ст. 1 Закону «Про податок з доходів фізичних осіб» податковим кредитом є сума (вартість) витрат, понесених платником податку — резидентом у зв'язку з придбанням товарів (робіт, послуг) у резидентів — фізичних або юридичних осіб упродовж звітного року (крім витрат на сплату податку на додану вартість та акцизного збору), на суму яких дозволяється зменшення суми його загального річного оподаткованого доходу, отриманого за результатами такого звітного року, у випадках, визначених цим Законом. Отже, право на податковий кредит має винятково платник податку — резидент, що має індивідуальний ідентифікаційний номер.

Порядок застосування платником податку податкового кредиту за результатами звітного податкового року визначено у ст. 5 Закону.

Підстави для нарахування податкового кредиту із зазначенням конкретних сум відображаються платником податку в річній податковій декларації. До складу податкового кредиту включають фактично понесені витрати, підтверджені платником податку документально, а саме: фіскальним або товарним чеком, касовим ордером, товарною накладною, іншими розрахунковими документами або договором, які ідентифікують продавця товарів (робіт, послуг) та визначають суму таких витрат. Вказані документи не надсилають податковому органу, проте підлягають зберіганню платником податку впродовж року, достатнього для проведення податковим органом податкової перевірки щодо нарахування такого податкового кредиту.

Перелік витрат, дозволених до включення до складу податкового кредиту, визначено у п. 5.3 ст. 5 Закону «Про податок з доходів фізичних осіб».

Загальна сума нарахованого податкового кредиту не може перевищувати суми загального оподаткованого доходу платника податку, отриманого впродовж звітного року як заробітна плата.

Право на застосування податкового кредиту має обмеження. Якщо платник податку не скористався правом на нарахування податкового кредиту за результатами звітного податкового року, то таке право на наступні податкові роки не переноситься.

Особливості нарахування та сплати окремих видів доходів передбачені відповідними пунктами статті 9 Закону «Про податок з доходів фізичних осіб», зокрема: п. 9.1 — оподаткування доходу від надання нерухомості в оренду (суборенду), житловий найм (піднайм); п. 9.2 — оподаткування відсотків; п. 9.3 — оподаткування дивідендів; п. 9.4 — оподаткування роялті; п. 9.5 — оподаткування виграшів та призів; п. 9.6 — оподаткування інвестиційного прибутку; п. 9.7 — оподаткування благодійної допомоги; п. 9.8 — оподаткування доходів, отриманих за договорами довготермінового страхування життя та недержавного пенсійного страхування; п. 9.9 — оподаткування іноземних доходів; п. 9.10 — оподаткування сум надміру витрачених коштів, отриманих платником податку на відрядження або під звіт та не повернутих у встановлений термін; п. 9.11 — оподаткування доходів, отриманих нерезидентами; п. 9.12 — оподаткування доходів, отриманих фізичною особою — суб'єктом підприємницької діяльності або фізичною особою, яка сплачує ринковий збір.

Закон «Про податок з доходів фізичних осіб» визначає особливості оподаткування окремих видів операцій або доходу, зокрема: ст. 10 — операцій, пов'язаних з іпотечним житловим кредитуванням; ст. 11 — операцій з продажу об'єктів нерухомого майна; ст. 12 — операцій з продажу або обміну об'єкта рухомого майна; ст. 13 — доходу, отриманого платником податку внаслідок прийняття ним у спадщину коштів, майна, майнових чи немайнових прав; ст. 14 — доходу, отриманого платником податку як подарунок (або внаслідок укладення договору дарування); ст. 15 — операцій із заміщення втраченої власності.

Закон «Про податок з доходів фізичних осіб» не передбачає встановлення єдиної ставки податку, а тому залежно від особливостей об'єкта оподаткування застосовується одна з таких ставок.

Фактично базовою є ставка, встановлена п. 7.1 ст. 7 Закону «Про податок з доходів фізичних осіб». Така ставка податку становить 15 % об'єкта оподаткування, проте у період з 1 січня 2004 р. до 31 грудня 2006 р. таку базову ставку встановлювали на рівні 13 % об'єкта оподаткування.

Ставка податку становить 5 % об'єкта оподаткування, нарахованого податковим агентом у разі, якщо таким об'єктом є:

- ♦ відсоток на депозит (вклад) у банк чи небанківську фінансову установу відповідно до закону (крім страховиків);
- ♦ відсотковий або дисконтний дохід за ощадним (депозитним) сертифікатом;
- ♦ в інших випадках, прямо визначених відповідними нормами Закону «Про податок з доходів фізичних осіб».

Ставка податку становить подвійний розмір ставки, визначеної п. 7.1 ст. 7 цього Закону, від об'єкта оподаткування, нарахованого як виграш чи приз (крім у державну лотерею у грошовому вира-

женні), або будь-яких інших доходів, нарахованих на користь нерезидентів — фізичних осіб, за винятком доходів, визначених у підпункті 9.11.3 п. 9.11 ст. 9 Закону «Про податок з доходів фізичних осіб».

Ставка податку може становити інший розмір, визначений відповідними нормами Закону «Про податок з доходів фізичних осіб».

Одним із нововведень Закону «Про податок з доходів фізичних осіб» порівняно з Декретом Кабінету Міністрів України «Про прибутковий податок з громадян» є впровадження податкових соціальних пільг.

Відповідно до п. 6.1 ст. 6 Закону «Про податок з доходів фізичних осіб» платник податку має право на зменшення суми загального місячного оподаткованого доходу, отриманого з джерел на території України від одного роботодавця у вигляді заробітної плати, на суму податкової соціальної пільги у розмірі, що дорівнює одній мінімальній заробітній платі (у розрахунку на місяць), встановленої законом на 1 січня звітного податкового року, для будь-якого платника податку. Залежно від особливостей окремих категорій платників, розмір суми податкової соціальної пільги може дорівнювати 150 та 200 % розміру мінімальної заробітної плати.

Податкова соціальна пільга застосовується до нарахованого місячного доходу платника податку у вигляді заробітної плати винятково за одним місцем його нараховування (виплати).

Податкову соціальну пільгу починають застосовувати до нарахованих доходів у вигляді заробітної плати з дня отримання працедавцем заяви платника податку про застосування пільги.

У разі, якщо платник податку має право на застосування податкової соціальної пільги з двох і більше підстав, податкова соціальна пільга застосовується один раз з підстави, що передбачає її найбільший розмір. При цьому платник податку зазначає про таке право у заяві про застосування пільги та додає відповідні підтверджуючі документи за формою, визначеною центральним податковим органом.

Податкова соціальна пільга застосовується до доходу, отриманого платником податку як заробітна плата впродовж звітного податкового місяця, якщо його розмір не перевищує суми місячного прожиткового мінімуму для працездатної особи, встановленого на 1 січня звітного податкового року, помноженої на 1,4 та округленої до найближчих 10 гривень.

Закон «Про податок з доходів фізичних осіб» передбачає, що нараховування та сплата податку здійснюється двома типами суб'єктів: самостійно платником податку або податковим агентом.

Податковим агентом є юридична особа (її філія, відділення, відокремлений підрозділ) або фізична особа чи нерезидент, або його представництво, які незалежно від їх організаційно-правового

статусу та способу оподаткування іншими податками зобов'язані нараховувати, утримувати та сплачувати цей податок до бюджету від імені та за рахунок платника податку, вести податковий облік та подавати податкову звітність податковим органам відповідно до закону, а також нести відповідальність за порушення норм Закону «Про податок з доходів фізичних осіб».

Щодо оподаткування окремих видів доходів платника податку законодавець визначає суб'єкта, який виступає податковим агентом і нараховує, утримує та сплачує відповідну суму податку до бюджету. Податковий агент, який нараховує (виплачує) оподатковуваний дохід на користь платника податку, утримує податок від суми такого доходу за його рахунок, використовуючи відповідну ставку податку.

Податок підлягає сплаті (перерахуванню) до бюджету під час виплати оподаткованого доходу єдиним платіжним документом. Банки не мають права приймати платіжні документи на виплату доходу, які не передбачають сплати (перерахування) цього податку до бюджету. Якщо оподатковуваний дохід нараховується, але не виплачується платнику податку особою, що його нараховує, то податок, який підлягає утриманню з такого нарахованого доходу, підлягає сплаті (нарахуванню) до бюджету в терміни, встановлені законом для місячного податкового періоду.

Якщо окремі види оподатковуваних доходів (прибутків) не підлягають оподаткуванню при їх нарахуванні чи виплаті, то платник податку зобов'язаний самостійно включити суму таких доходів до складу загального річного оподаткованого доходу та подати річну декларацію з цього податку.

Платник податку, що отримує доходи, нараховані особою, яка не є податковим агентом, зобов'язаний включити суму таких доходів до складу річного оподаткованого доходу та подати річну декларацію з цього податку. Особою, яка не є податковим агентом, вважають нерезидента або фізичну особу, яка не має статусу суб'єкта підприємницької діяльності.

Порядок сплати (перерахування) податку до бюджету передбачений ст. 16 Закону «Про податок з доходів фізичних осіб».

Податок, утриманий з доходів резидентів, підлягає зарахуванню до бюджету згідно з нормами Бюджетного кодексу України, а податок, утриманий з доходів нерезидентів, — до бюджету територіальної громади за місцем утримання такого податку.

Сума податку за звітний місяць, що підлягає перерахуванню до місцевого бюджету за місцезнаходженням відокремлених підрозділів юридичної особи, які розташовані на території іншої територіальної громади, ніж така юридична особа, визначається юридичною особою або уповноваженим підрозділом самостійно, виходячи із загальної кількості громадян, які працюють у цих підрозділах, та суми виплаченого (нарахованого) оподаткованого доходу.

Юридична особа за своїм місцезнаходженням та місцезнаходженням своїх підрозділів, а уповноважений підрозділ за своїм місцезнаходженням, одночасно з поданням документів на отримання коштів для виплати належних платникам податку доходів, сплачує (перераховує) суми утриманого додатку на відповідні розподільні рахунки, відкриті в територіальних управліннях Державного казначейства України. Територіальні управління Державного казначейства України в установленому Бюджетним кодексом порядку здійснюють розподіл зазначених коштів згідно з нормативами, встановленими ст. 65 Бюджетного кодексу України, та спрямовують такі розподілені суми до відповідних місцевих бюджетів.

Фізична особа, відповідальна згідно з вимогами Закону «Про податок з доходів фізичних осіб» за нарахування та утримання податку, сплачує (перераховує) його до відповідного бюджету:

- ♦ у випадку, коли така фізична особа є податковим агентом, — за місцем реєстрації у податкових органах;
- ♦ в інших випадках — за її податковою адресою.

Особою, відповідальною за нарахування, утримання та сплату (перерахування) до бюджету податку з доходів у вигляді заробітної плати, є роботодавець (самозайнята особа), який виплачує такі доходи на користь платника податку (самозайнятої особи).

Особою, відповідальною за нарахування, утримання та сплату (перерахування) до бюджету податку з інших доходів, є для:

- ♦ оподатковуваних доходів з джерелом їх походження з України — податковий агент;
- ♦ іноземних доходів та тих, чие джерело виплати знаходиться в осіб, вивільнених від обов'язків нарахування, утримання та сплати (перерахування) податку до бюджету, — платник податку, отримувач таких доходів;
- ♦ доходів, що виплачуються на користь платника додатку фізичними особами, — такий платник податку.

### **10.1.10. Фіксований сільськогосподарський податок**

Фіксований сільськогосподарський податок запроваджено Законом України «Про фіксований сільськогосподарський податок» від 17.12.98 р. № 320-XIV. Цей податок справляється з одиниці земельної площі і не змінюватиметься до 31 грудня 2009 р. Він є прямим податком, різновидом майнового податку. Фіксований сільськогосподарський податку включає такі податки і збори: податок на прибуток підприємств, земельний податок, податок з власників транспортних засобів, комунальний податок, збір за геологорозвідувальні роботи, виконані за рахунок бюджету, плату за придбання торгового патенту торгівельної діяльності, збір за спеціальне водокористування.

Інші податкові платежі сплачують 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, отримана від реалізації сільськогосподарської продукції власного виробництва та продуктів її переробки за попередній звітний (податковий) рік перевищує 75 % загальної суми валового доходу підприємства.

Об'єктом оподаткування є площа сільськогосподарських угідь, переданих сільськогосподарському товаровиробнику у власність або наданих йому в користування, в тому числі на умовах оренди, а також земель водного фонду, які використовуються рибницькими, рибальськими та риболовецькими господарствами для розведення, вирощування та вилову риби у внутрішніх водоймах (озерах, ставках та водосховищах).

Ставки фіксованого сільськогосподарського податку встановлені з розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь у відсотках до їх грошової оцінки: для ріллі, сіножатей та пасовищ — 0,15 %, для багаторічних насаджень — 0,09 %, для земель водного фонду, які використовуються рибницькими, рибальськими та риболовецькими господарствами для розведення, вирощування та вилову риби у внутрішніх водоймах, — 0,45 % грошової оцінки одиниці площі ріллі по областях та Автономній Республіці Крим.

Платники податку, що здійснюють свою господарську діяльність у гірських зонах та поліських територіях, сплачують ФСП за такими ставками: для ріллі, сіножатей та пасовищ — 0,09 %, для багаторічних насаджень — 0,03 %.

Платники фіксованого сільськогосподарського податку сплачують податок лише в грошовій формі впродовж податкового періоду.

Належну до сплати суму фіксованого сільськогосподарського податку платником податку визначає, виходячи із ставок податку, площі сільськогосподарських угідь та їх грошової оцінки.

Платники фіксованого сільськогосподарського податку належний до сплати податок розраховують за такою формулою:

$$\begin{aligned} \text{ФСР} = & P_p \Gamma_p X_p / 100 + P_c \Gamma_c X_c / 100 + \\ & + P_{\Pi} \Gamma_{\Pi} X_{\Pi} / 100 + P_{\text{б.н}} \Gamma_{\text{б.н}} X_{\text{б.н}} / 100 + \\ & + P_{\text{в.ф}} \Gamma_{\text{в.ф}} X_{\text{в.ф}} / 100, \end{aligned} \quad (10.4)$$

де  $P_p, P_c, P_{\Pi}, P_{\text{б.н}}, P_{\text{в.ф}}$  — площа ріллі, сіножатей, пасовищ, багаторічних насаджень та водного фонду;  $\Gamma_p, \Gamma_c, \Gamma_{\Pi}, \Gamma_{\text{б.н}}, \Gamma_{\text{в.ф}}$  — грошова оцінка ріллі, сіножатей, пасовищ, багаторічних насаджень та вод-

ного фонду;  $X_p$ ,  $X_c$ ,  $X_{п}$ ,  $X_{б.н}$ ,  $X_{в.ф}$  — ставка податку для ріллі, сіножа-тей, пасовищ, багаторічних насаджень та водного фонду.

Сплата податку проводиться помісячно впродовж 30 календарних днів, що настають за останнім календарним днем базового звітного (податкового) 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 квартал — 10, III квартал — 50 і IV квартал — 30 %.

Платники податку перераховують у визначений термін загальну суму коштів на відповідний рахунок місцевого бюджету за місцем розташування земельної ділянки.

### 10.1.11. Збір до Пенсійного фонду України

Платники збору до Пенсійного фонду (на обов'язкове державне пенсійне страхування), об'єкти та ставки збору визначаються Законом України «Про обов'язкове державне пенсійне страхування» (табл. 10.3).

Таблиця 10.3. Розміри збору до Пенсійного фонду України

Платник	Об'єкт оподаткування	Ставка, %
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 їх філії, відділення та інші відокремлені підрозділи, що не мають статусу юридичної особи, розташовані на території іншої, ніж платник збору, територіальної громади	Фактичні витрати на оплату праці, що включають витрати на виплату основної й додаткової заробітної плати та інших заохочувальних і компенсаційних виплат, у тому числі в натуральній формі	32,3
Суб'єкти підприємницької діяльності — фізичні особи, що не використовують працю найманих працівників, а також адвокати, їхні помічники, приватні нотаріуси, інші особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності і займаються діяльністю, пов'язаною з отриманням доходу	Сума оподаткованого доходу (прибутку)	32,3
Фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які використовують працю найманих працівників	Сума оподаткованого доходу (прибутку)	32
Підприємства, установи та організації, де працюють інваліди	Фактичні витрати на оплату праці інвалідів	4
	Фактичні витрати на оплату праці інших працівників	32,3

Платник	Об'єкт оподаткування	Ставка, %
<p>Підприємства всеукраїнських громадських організацій інвалідів, де кількість інвалідів становить не менше ніж 50 % загальної кількості працюючих</p> <p>Юридичні та фізичні особи, що здійснюють операції з купівлі-продажу валют (крім готівкової валюти)</p> <p>Фізичні особи, що працюють на умовах трудового договору (контракту), і фізичні особи, що виконують роботи (послуги) відповідно до цивільно-правових договорів, у тому числі члени творчих спілок, творчі працівники, що не є членами творчих спілок тощо</p> <p>Суб'єкти підприємницької діяльності, що здійснюють торгівлю ювелірними виробами із золота (крім обручок), платини і коштовного каміння</p> <p>Юридичні й фізичні особи у разі відчуження легкових автомобілів, крім легкових автомобілів, якими забезпечуються інваліди, і тих автомобілів, що переходять у власність спадкоємцям за законом</p> <p>Юридичні й фізичні особи, що набувають нерухоме майно, за винятком державних підприємств, організацій, установ, що набувають нерухоме майно за рахунок бюджетних коштів, а також фізичних осіб, що набувають житло вперше</p> <p>Юридичні й фізичні особи, що користуються послугами мобільного зв'язку</p>	<p>Фактичні витрати на оплату праці всіх працівників цих підприємств</p> <p>Сума операції з купівлі-продажу валюти</p> <p>Сукупний оподатковуваний дохід за місяць, але не більше ніж 4100 грн</p> <p>Вартість реалізованих ювелірних виробів із золота (крім обручок), платини і коштовного каміння</p> <p>Вартість легкового автомобіля</p> <p>Вартість нерухомого майна, зазначена в договорі купівлі-продажу такого майна</p> <p>Вартість будь-яких послуг мобільного зв'язку, сплачена споживачами цих послуг оператору, що їх надає</p>	<p>4</p> <p>1</p> <p>1 (якщо сукупний оподатковуваний дохід платника не перевищує 150 грн) 2 (якщо сукупний оподатковуваний дохід платника перевищує 150 грн)</p> <p>5</p> <p>3</p> <p>1</p> <p>7,5</p>

Для осіб, що мають статус державних службовців чи обіймають посади, робота на яких зараховується до виробничого стажу і надає право на отримання пенсії відповідно до Законів України «Про державну службу», «Про прокуратуру», «Про наукову і нау-



ково-технічну діяльність», «Про статус народного депутата України», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про Національний банк України», «Про службу в органах місцевого самоврядування», Митного кодексу України, Положення про помічника-консультанта народного депутата України, існує інший порядок, за яким можна розрахувати суму збору до Пенсійного фонду України, утримувану із сукупного оподаткованого доходу таких платників (табл. 10.4).

**Таблиця 10.4. Розмір збору до Пенсійного фонду України, що утримується з доходу державних службовців**

Сукупний оподатковуваний дохід платника, грн	Розмір збору
До 150	1 % суми доходу
Від 150 до 250	1,50 грн. + 2 % суми, що перевищує 150 грн
Від 251 до 350	3,50 грн + 3 % суми, що перевищує 250 грн
Від 351 до 500	6,50 грн + 4 % суми, що перевищує 350 грн
Понад 501	12,50 грн + 5 % суми, що перевищує 500 грн

Гранична сума заробітної плати (доходу) працівника, з якої нараховують збори до Пенсійного фонду, Фонду загальнообов'язкового страхування на випадок безробіття, Фонду соціального страхування від тимчасової втрати працездатності, становить 4100 грн на місяць (відповідно до Закону України «Про державний бюджет України на 2005 рік»).

Збір на обов'язкове державне пенсійне страхування сплачується одночасно з отриманням коштів в установах банків на оплату праці.

У разі недостатності у платника збору коштів на оплату праці і сплату збору в повному обсязі видача коштів на оплату праці й сплата збору здійснюються в пропорційних розмірах.

Збір з фізичних осіб — суб'єктів підприємницької діяльності обчислюють й сплачують щокварталу з сум фактично отриманого доходу за звітний період (квартал) упродовж 10 календарних днів, що настають за останнім днем граничного терміну подання звіту.

Якщо прибутковий податок від заняття підприємницькою діяльністю сплачується у фіксованому розмірі (за патентом), тобто зазначена діяльність здійснюється після придбання патенту, то збір до Пенсійного фонду нараховується і сплачується авансом з тієї суми доходу, за якою встановлений розмір прибуткового податку, тобто як плата за патент.

Платники — суб'єкти підприємницької діяльності особисто реєструють патенти в органах Пенсійного фонду в 3-денний термін після придбання їх й одночасно сплачують страхові внески з розрахункового доходу.

Якщо громадянин отримав дохід (прибуток) більший чи менший, ніж передбачений у розрахунку плати за патент, то здійснюється перерахунок суми збору.

Пенсійний фонд України не включається до Державного бюджету України. Забороняється використання коштів Пенсійного фонду України не за цільовим призначенням. Фінансування витрат на утримання органів Пенсійного фонду України та його апарату здійснюється у межах кошторису, затвердженого Кабінетом Міністрів України.

Контроль за правильним нарахуванням, своєчасним і повним перерахуванням та надходженням збору, інших платежів здійснюється органами Пенсійного фонду.

Контроль на підприємствах передбачає перевірку бухгалтерських документів з нарахованого заробітку та інших виплат, нарахування збору, платіжних доручень у перерахуванні сум збору на рахунок Пенсійного фонду; інших розрахункових документів.

#### **10.1.12. Збір до Фонду соціального страхування на випадок тимчасової втрати працездатності**

Розміри збору до Фонду страхування на випадок тимчасової втрати працездатності для різних платників такі, зокрема, для:

- ♦ роботодавців, власників підприємства, установи чи організації, уповноваженого ними органу і фізичних осіб, що використовують найману працю, або власника розташованого в Україні іноземного підприємства, установи, організації чи філії представництва, що використовує працю найманих працівників, — 2,9 % бази оподаткування;

- ♦ роботодавців — на підприємствах та в організаціях громадських організацій інвалідів, де кількість інвалідів становить не менше ніж 50 % загальної чисельності працюючих, і за умови, що фонд оплати праці таких інвалідів становить не менше ніж 25 % суми витрат на оплату праці, — окремо 0,7 % суми фактичних витрат на оплату праці найманих працівників-інвалідів та 2,9 % суми фактичних витрат на оплату праці інших працівників;

- ♦ роботодавців — на підприємствах та в організаціях товариств УТОГ і УТОС — 0,5 % суми фактичних витрат на оплату праці найманих працівників;

- ♦ найманих працівників-інвалідів, які працюють на підприємствах і в організаціях УТОС і УТОГ, — 0,25 % бази оподаткування;

- ♦ найманих працівників, заробітна плата яких нижча від прожиткового мінімуму, встановленого для працездатної особи, — 0,5 % бази оподаткування;

- ♦ найманих працівників, заробітна плата яких вища від прожиткового мінімуму, встановленого для працездатної особи, — 1 % бази нарахування збору.



Базою нарахування збору для кожної категорії платників є для:

♦ роботодавців — суми фактичних витрат на оплату праці найманих працівників, що включають витрати на виплату основної і додаткової заробітної плати, інші заохочувальні і компенсаційні виплати, у тому числі в натуральній формі, які визначаються згідно з нормативно-правовими актами, прийнятими відповідно до Закону України «Про оплату праці» та підлягають обкладанню податком з доходів фізичних осіб;

♦ найманих працівників — суми оплати праці, що включають основну та додаткову заробітну плату, у тому числі в натуральній формі, які підлягають обкладанню податком з доходів фізичних осіб.

На підприємствах та в організаціях товариств УТОГ і УТОС роботодавці сплачують внески за ставкою 0,5 % суми фактичних витрат на оплату праці найманих працівників.

Страховальники-роботодавці сплачують до Фонду різницю між нарахованими для роботодавців і найманих працівників страховими внесками й витратами, пов'язаними з наданням матеріального забезпечення і соціальних послуг застрахованим суб'єктам.

Перерахування коштів на рахунки Фонду страховальниками-роботодавцями здійснюється одночасно з отриманням коштів на оплату праці в установах банків.

У разі виплати заробітної плати за першу половину або іншу частину місяця нараховані страхові внески мають бути перераховані до Фонду не пізніше від дня, встановленого для виплати заробітної плати за другу половину місяця.

У разі нестачі коштів на рахунку платника на виплату заробітної плати і сплату страхових внесків у повному обсязі видача коштів на оплату праці й перерахування страхових внесків до Фонду здійснюється в пропорційних сумах.

Особами, застрахованими на добровільних засадах, перерахування страхових внесків здійснюється щомісяця не пізніше від 5 числа місяця, що настає за місяцем, в якому було отримано дохід.

Кошти повертають застрахованим особам виплатою таких видів матеріального забезпечення й наданням соціальних послуг:

- 1) допомога по тимчасовій непрацездатності;
- 2) допомога по вагітності та пологах;
- 3) допомога при народженні дитини;
- 4) допомога з догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку (надається безпосередньо підприємствами з 1 січня 2002 р.);

- 5) допомога на поховання;
- 6) оплати путівок на санаторно-курортне лікування застрахованим суб'єктам і членам їхніх родин, у дитячі оздоровчі установи, утримання санаторіїв-профілакторіїв, надання соціальних послуг у позашкільній роботі з дітьми.

Оплата днів тимчасової непрацездатності застрахованій особі здійснюється за основним місцем роботи у формі матеріального забезпечення, що повністю чи частково компенсує втрату заробітної плати за робочі дні (години) відповідно до графіка роботи, що припадає на дні тимчасової непрацездатності.

Допомога виплачується в таких розмірах:

1) 100 % середньої заробітної плати (доходу) за попередні шість місяців:

- ♦ застрахованим суб'єктам, що мають страховий стаж понад 8 років;

- ♦ застрахованим суб'єктам, віднесеним до I – IV категорій осіб, що постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи;

- ♦ ветеранам війни;

- ♦ одному з батьків чи особі, що їх заміняє, які доглядають за хворою дитиною віком до 14 років, що постраждала від Чорнобильської катастрофи;

- ♦ по вагітності й пологах;

2) 80 % середньої заробітної плати (доходу):

- ♦ застрахованим суб'єктам, що мають страховий стаж від 5 до 8 років;

3) 60 % середньої заробітної плати (доходу):

- ♦ застрахованим суб'єктам, що мають страховий стаж до 5 років.

Страховий стаж — це період (сума періодів), упродовж якого суб'єкт підлягає страхуванню у зв'язку з тимчасовою непрацездатністю і сплачує (чи за нього сплачують) страхові внески до Фонду.

До страхового стажу, крім зазначених вище періодів, зараховують час:

- ♦ хвороби;

- ♦ перебування у відпустці в зв'язку з вагітністю й пологами;

- ♦ перебування застрахованої особи у відпустці з догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку;

- ♦ отримання виплат за окремими видами соціального страхування, крім пенсій усіх видів.

Роботодавці щокварталу складають у двох примірниках нарастаючим підсумком з початку року звіт за формою № 4-ФСС ТВП із зазначенням у ньому сум, нарахованих і сплачених страхових внесків та інших надходжень, а також сум, витрачених на виплату допомоги та здійснення інших заходів, фінансування яких здійснюється за рахунок коштів Фонду.

Звіт подається за підписами керівника та головного бухгалтера і завіряється печаткою страхувальника, а добровільно застрахованої особи — за її особистим підписом.

Один примірник звіту за формою № 4-ФСС ТВП не пізніше від 12 числа (річного — до 15 числа), наступного за звітним періодом місяця, подається до органу реєстрації, другий — залишається в бухгалтерії страхувальника.



### 10.1.13. Збір до Фонду страхування від нещасного випадку на виробництві

Відповідно до Закону України «Про страхові тарифи на загальнообов'язкове державне соціальне страхування від нещасного випадку на виробництві і професійного захворювання, що призвели до втрати працездатності» від 22.02.2001 р. роботодавці сплачують збір до Фонду страхування від нещасного випадку на виробництві. Розміри страхових тарифів диференційовано за галузями, а нарахування здійснюється на фонд оплати праці підприємства (табл. 10.5).

Таблиця 10.5. Розміри збору до Фонду страхування від нещасного випадку на виробництві

Платник	Об'єкт оподаткування	Страховий внесок
Роботодавці: власник підприємства, установи чи організації, уповноважений ним орган і фізичні особи, що використовують найману працю; власник розташованого в Україні іноземного підприємства, установи, організації чи філії представництва, що використовує працю найманих працівників	Фактичні витрати на оплату праці найманих працівників, що включають витрати на виплату основної і додаткової заробітної плати та інших заохочувальних і компенсаційних виплат, у тому числі в натуральній формі, що підлягають обкладанню прибутковим податком	Встановлюють залежно від класу професійного ризику виробництва, до якого віднесені підприємство, з урахуванням знижки чи надбавки до нього
Бюджетні установи та об'єднання громадян		0,2 %
Підприємства всеукраїнських громадських організацій інвалідів, де кількість інвалідів становить не менше ніж 50 % загальної чисельності працюючих, а частка створюваного інвалідами фонду оплати праці перевищує 25 %	Фактичні витрати на оплату праці всіх працівників цих підприємств	50 % страхових тарифів, установлених для юридичних осіб
Фізичні особи, що використовують найману працю інвалідів, фонд оплати праці яких перевищує 25 %	Фактичні витрати на оплату праці всіх працівників	50 % страхових тарифів, установлених для юридичних осіб
Особи, застраховані на добровільних засадах: фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності; особи, що забезпечують себе роботою самостійно (члени творчих спілок, творчі працівники, що не є членами творчих спілок тощо); священнослужителі, церковнослужителі й особи, що працюють у релігійних організаціях на виборних посадах	Мінімальна заробітна плата	1 мінімальна заробітна плата, установлена на день сплати страхового внеску (для інваліда — 0,5 % мінімальної заробітної плати)

Страхові внески нараховують у межах граничної суми заробітної плати (доходу), що є розрахунковою величиною під час обчислення страхових виплат і становить 4100 грн.

Якщо страхувальник здійснює свою діяльність за кількома галузями економіки чи видами робіт, він підлягає віднесенню до тієї/того з них, обсяг робіт (послуг) за вказаними галузями економіки перевищує 50 % загальних обсягів їх робіт (послуг) (табл. 10.6).

**Таблиця 10.6. Класифікація галузей економіки та видів робіт за професійним ризиком виробництва (витяг)**

Галузь економіки і вид робіт	Страховий тариф, % до фактичних витрат на оплату праці найманих робітників
1 клас Освіта. Культура і мистецтво. Фінанси, кредит, страхування пенсійне забезпечення	0,84
4 клас Охорона здоров'я, фізична культура і соціальне забезпечення	0,2
Лісохімічна промисловість	0,89
6 клас Наука і наукове обслуговування. Житлово-комунальне господарство. Рибне господарство	1,0
13 клас Хімічна промисловість, залізничний транспорт. Виробуток радіоактивних і берилієвих руд, виробництво і переробка радіоактивних матеріалів, виробництво атомної техніки. Деревообробна промисловість	2,03
15 клас Кольорова металургія. Машинобудування і металообробка. Текстильна промисловість	2,55
19 клас Будівництво шахт. Підземний видобуток руд чорних металів	4,5
20 клас Видобуток вугілля підземним способом	13,8

Знижки чи надбавки до страхового внеску застосовуються Фондом з урахуванням результатів роботи підприємства за минулий календарний рік. З цією метою обчислюють такі показники:

1) частку витрат Фонду на відшкодування збитку потерпілим на підприємстві в минулому календарному році ( $P_{\text{пр}}$ ), як відношення суми витрат Фонду на відшкодування збитку потерпілим у минулому календарному році на підприємстві ( $B_{\text{пр}}$ ) до суми страхових внесків підприємства ( $C_{\text{в.пр}}$ );

2) частку витрат Фонду на відшкодування збитку потерпілим на виробництві в минулому календарному році на підприємствах

**Таблиця 10.7. Розміри знижки (надбавки) страхового внеску**

Показник $P_{пр}$ нижче (вище) від показника $P_{кл}$ , %	Знижка (надбавка) страхового внеску, %
20 – 39,9	10
40 – 59,9	20
60 – 79,9	30
80 і більше	40
Не допущено жодного нещасного випадку і професійного захворювання	50

відповідного класу професійного ризику виробництва ( $P_{кл}$ ), як відношення суми витрат Фонду на відшкодування збитку потерпілим у минулому календарному році на цих підприємствах ( $B_{кл}$ ) до суми страхових внесків цих підприємств ( $C_{в,кл}$ ).

Знижка (надбавка) страхового внеску передбачена в розмірах, поданих у табл. 10.7.

Страховальники-роботодавці сплачують до Фонду різницю між нарахованою сумою страхового внеску і витратами, пов'язаними з виплатою допомоги в зв'язку з тимчасовою непрацездатністю застрахованим суб'єктам (крім перших п'яти календарних днів непрацездатності).

Страхові внески сплачуються:

- ♦ юридичними особами — щомісяця, у день отримання коштів на оплату праці в установах банків, а в разі оплати праці за рахунок виручки у готівковій формі чи натуроплатою платники зобов'язані не пізніше від наступного дня після здійснення витрат подати в установу банку платіжне доручення на перерахування страхових внесків до Фонду;

- ♦ фізичними особами — суб'єктами підприємницької діяльності, що використовують роботу найманих працівників, — щомісяця не пізніше від 10 числа місяця, наступного за місяцем, за який виплачено заробітну плату;

- ♦ добровільно застрахованими особами — у терміни, передбачені для сплати цими особами податків.

У разі нестачі коштів на рахунку платника на виплату заробітної плати і сплату страхових внесків у повному обсязі видача коштів на оплату праці й перерахування страхових внесків до Фонду здійснюються у пропорційних сумах.

Юридичні особи — платники страхових внесків щокварталу у двох примірниках складають розрахункову відомість про нарахування і перерахування страхових внесків та витрачання коштів Фонду, один примірник якої подається до робочого органу виконавчої дирекції Фонду за місцем реєстрації страховальника в такі терміни: до 20 квітня, до 20 липня, до 20 жовтня поточного року, до 25 січня року, наступного за звітним.

Юридичні особи — платники страхових внесків, що мають підсобно-допоміжні виробництва (підрозділи), які займаються незалежно від спеціалізації підприємства іншими видами виробничої діяльності та перебувають на самостійному балансі, щокварталу

подають до робочого органу виконавчої дирекції Фонду розрахункову відомість окремо по кожному підсобно-допоміжному виробництву.

Усі примірники розрахункової відомості підписуються керівником і головним бухгалтером підприємства, виконавцем та завіряються печаткою. Другий примірник звіту залишається в бухгалтерії платника.

Фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, фізичні особи, які використовують працю найманих працівників, розрахункову відомість подають до робочих органів виконавчої дирекції Фонду за місцем реєстрації щокварталу до 20 квітня, до 20 липня, до 20 жовтня поточного року, до 25 січня року, наступного за звітним.

Робочі органи виконавчої дирекції Фонду здійснюють контроль за правильністю нарахування, своєчасністю і повнотою перерахування та надходження страхових внесків, інших платежів до Фонду, а також за цільовою й правильною витратою його коштів. Планові перевірки проводять не частіше від одного разу на рік.

Позапланові перевірки проводять у разі реорганізації чи зміни місцезнаходження, ліквідації підприємства, установи, організації.

Контроль здійснюється перевіркою бухгалтерських документів з нарахованого заробітку та інших виплат, повноти нарахування страхових внесків, платіжних доручень про перерахування сум внесків та інших платежів за рахунок Фонду, розрахункових документів на проведення виплати, відповідності фінансових звітів по коштах Фонду за балансовим рахунком «Розрахунки з страхування».

Перевірці підлягають документи за поточний і минулий роки, а у разі виявлення порушень чи зловживань — за інші попередні періоди.

#### **10.1.14. Збір до Фонду соціального страхування на випадок безробіття**

На обов'язкове соціальне страхування на випадок безробіття встановлені ставки збору в таких розмірах для:

- ♦ роботодавців — 1,6 % об'єкта оподаткування;
- ♦ найманих працівників — 0,5 % об'єкта оподаткування;
- ♦ осіб, які беруть участь у загальнообов'язковому соціальному страхуванні на добровільних засадах — 2,1 %.

Для підприємств, установ і організацій, де працюють інваліди та їх кількість становить не менше ніж 50 % загальної чисельності працюючих і за умови, що фонд оплати праці таких інвалідів становить не менше ніж 25 % сум витрат на оплату праці, роботодавці вивільняються від сплати внесків у частині витрат на оплату праці найманих працівників інвалідів. Від сплати внесків вивіль-





няються також роботодавці підприємств та організацій товариств УТОГ та УТОС.

Об'єктом оподаткування є для:

1) 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, що підлягають обкладанню податком на доходи фізичних осіб (прибутковим податком з громадян);

2) фізичних осіб, які працюють на умовах трудового договору (контракту) платників збору, — сукупний оподатковуваний дохід.

## 10.2. Способи залучення фінансових ресурсів

### 10.2.1. 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 дивіденду або відсотків.

В Україні найбільше випускають і перебувають в обігу такі види цінних паперів, як акції, облігації внутрішніх державних і місцевих позик, облігації підприємств і векселі.

**Акція** — це цінний папір без установленого терміну обігу, що засвідчує часткову участь у статутному фонді акціонерного товариства, підтверджує членство в акціонерному товаристві та право участі в управлінні ним, дає право його власникові на отримання частини прибутку у вигляді дивіденду, а також на участь у розподіленні майна в разі ліквідації акціонерного товариства.

Акції поділяють на іменні та на пред'явника, привілейовані та прості.

Обіг *іменної акції* фіксують у книзі реєстрації акцій, що ведеться товариством. До неї вносять відомості про кожну іменну акцію, включаючи відомості про власника, час придбання акції, а також кількість таких акцій у кожного акціонера.

Щодо *акції на пред'явника*, то у книзі реєструють лише їх загальну кількість.

*Привілейовані акції* дають власникові переважне право на отримання дивідендів, а також на першочергову участь у розподіленні майна акціонерного товариства у разі його ліквідації. За звичай, власники таких акцій не мають права брати участь в управлінні акціонерним товариством.

Привілейовані акції можуть випускатися із фіксованим у відсотках до їх номінальної вартості щороку виплачуваним дивідендом. Виплата дивідендів здійснюється у розмірі, зазначеному в акції, незалежно від розмірів отриманого товариством прибутку у відповідному році. У разі, коли прибуток є недостатнім, виплата дивідендів за привілейованими акціями здійснюється за рахунок резервного фонду. Привілейовані акції не можуть бути випущені на суму, що перевищує 10 % статутного фонду акціонерному товариству.

До акції може додаватися купонний листок на виплату дивідендів, що містить такі основні дані: порядковий номер купона на виплату дивідендів, порядковий номер акції, за якою виплачують дивіденди, найменування акціонерного товариства і рік виплати дивідендів.

Випуск акцій акціонерного товариства здійснюється 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 поділяють на такі види: внутрішніх державних і місцевих позик; підприємств усіх форм власності.

Облігації можуть випускатися іменними і на пред'явника, відсотковими і безвідсотковими або цільовими, що перебувають у вільному обігу або з обмеженим колом обігу.

Облігації внутрішніх республіканських і місцевих позик випускають на пред'явника.

Облігації, запропоновані для відкритого продажу з подальшим вільним обігом, крім безвідсоткових, мають і купонний листок. Купонний листок на виплату відсотків з облігації містить такі дані: порядковий номер купона на виплату відсотків, номер облігації, за якою виплачують відсотки, найменування емітента і рік виплати відсотків.

По облігаціях підприємств доходи виплачують 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, а кошти від реалізації облігацій підприємств — на цілі, визначені під час випуску їх.

**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.



Порядок проведення заліку взаємної заборгованості з використанням векселів передбачає чотири етапи: оформлення та облік платіжних документів; проведення заліку взаємної заборгованості; вексельне оформлення прострочених заборгованостей; подальші операції з вексями.

За своєю суттю вексель є абстрактним борговим зобов'язанням. Його абстрактність полягає в 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 застосовують у господарському обороті 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 видають за реальної товарної угоди, то фінансовий в основному використовують для мобілізації грошових ресурсів.

*Товарний (комерційний) вексель* використовують для кредитування торговельних операцій. Він визначає умови погашення векселедавцем-боржником своїх зобов'язань перед постачальником-кредитором за поставлену продукцію, надані послуги, виконані роботи.

За суб'єктами, що здійснюють оплату, розрізняють векселі прості й переказні.

*Простий (соло-вексель)* виписується і підписується боржником (векселедавцем) і є його борговим зобов'язанням сплатити кредиту вказану суму в установлений час. Тобто, оформлюючи 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 перерахування вказаної у векселі суми у встановлений термін з рахунку векселедавця на рахунок власника векселя.

За наявності застави векселі поділяють на забезпечені і незабезпечені. *Забезпечений* — це вексель, гарантований заставою, яка надається кредиторіві, банку або продавцеві доти, доки борг не буде сплачено. Заставою можуть бути дебіторська заборгованість, товарні запаси, цінні папери, основні виробничі засоби, обладнання. *Незабезпечений* вексель немає застави.

За порядком платежу векселі класифікують на пред'явника і термінові.

*Вексель на пред'явника* — це такий вексель, що оплачується негайно після прийняття його дебітором. *Вексель, що оплачується в термін*, указаний у документі, називають терміновим.

За можливістю передавання іншій особі розрізняють вексель, що індосується, і такий, що не індосується, тобто має передатний надпис.

Векселі можуть виписувати як платники, так і постачальники. Якщо вексель виписує постачальник, то платник має обов'язково акцептувати такий вексель, і тільки після цього він став виконавчим платіжним документом. Для гарантії оплати векселя в зазначений у ньому термін за проханням постачальника або платника за встановлену плату банк може акцептувати його.

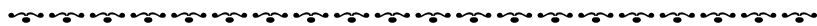
З настанням терміну платежу за векселем він оплачується за рахунок коштів платника з його поточного рахунку. Якщо на цьому рахунку кошти відсутні або їх недостатньо, то акцептований вексель може оплачуватися за рахунок кредиту, який може надаватися постачальнику банком під вексель.

Застосування векселів сприяє розвитку комерційного кредиту, дотриманню платіжної дисципліни, спрощенню безготівкових розрахунків і скороченню потреби в банківських кредитних ресурсах.

### 10.2.2. Лізингове кредитування

З переходом до ринкової економіки виникає об'єктивна потреба у 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 за збереження права власності на них за лізингодавцем на весь термін договору. Лізинг можна розглядати як специфічну форму фінансування вкладень в основні фонди за посередництва спеціалізованої лізингової компанії, котра здійснює придбання майна для третьої особи і віддає йому в оренду на довготерміновий період. У такому разі лізингова компанія фактично кредитує лізингоодержувача. Тому лізинг розглядають як кредит, який на-



дається у товарній формі лізингодавцем лізингоодержувачу. Суб'єктами кредитних відносин тут виступають: у ролі кредитора — лізингодавець, позичальника — 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.

*Лізингодавець* — це суб'єкт підприємницької діяльності, який передає об'єкт лізингу згідно з договором.

Лізингодавцями можуть бути лізингові компанії; комерційні банки; виробники машин, обладнання; державні і місцеві органи влади.

*Лізингоодержувач* — це суб'єкт підприємницької діяльності, який отримує об'єкт лізингу за договором.

Лізингоодержувачами можуть бути юридичні і фізичні особи.

*Постачальник лізингового майна* — це суб'єкт підприємницької діяльності, який виготовляє машини і обладнання та передає власне майно, яке є об'єктом лізингу.

До категорії продавців майна належать: виробники машин та обладнання; оптово-збутові організації; торгові фірми; власники майна та інші учасники лізингової угоди.

Розрізняють два види лізингу: оперативний і фінансовий.

**Оперативний лізинг** — це лізингова угода, за якої витрати лізингодавця, пов'язані з придбанням та утриманням об'єктів, що здають у 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 та прибуток лізингодавця.

Лізингові відносини ґрунтуються на лізинговій угоді. Механізм укладання та реалізації лізингової угоди такий. Агропромислове підприємство з метою отримання необхідних машин чи обладнання в лізинговій компанії або банку подає останнім заявку на лізинг, де вказує найменування обладнання, постачальника (підприємства-виробника), тип, марку, ціну, термін користування обладнанням або іншим майном, в якому орендар має потребу. В заявці також мають бути дані, що характеризують виробничу і фінансову діяльність лізингоодержувача. До них належать: загальні відомості про підприємство (найменування, адреса, обсяг основних і оборотних коштів тощо); характер основної діяльності (вид продукції, що виробляють, дані про експортну діяльність); наявність використовуваного на підприємстві обладнання, у тому

числі власного та орендованого; призначення обладнання, в якому лізингоодержувач має потребу.

До заяви додають: бізнес-план (економічне обґрунтування), нотаріально засвідчений; копії установчих документів; бухгалтерський баланс; звіт про використання прибутку; інші документи на вимогу лізингодавця.

Лізингодавець має оцінити платоспроможність агропромислового підприємства. Після позитивного висновку лізингодавець доводить до відома лізингоодержувача загальні умови лізингового контракту, а постачальника обладнання інформують про намір лізингоодержувача придбати обладнання. Далі лізингоодержувач узгоджує ціну з постачальником обладнання, а в разі потреби перевіряє надійність та ефективність об'єкта угоди. Лізингоодержувач, ознайомившись із загальними умовами лізингової угоди, надсилає листа лізингодавцю з підтвердженням — зобов'язанням з підписаним примірником загальних умов контракту, додавши до нього бланк замовлення на обладнання. Цей документ заповнює фірма-постачальник і візує лізингоодержувач.

Після отримання перелічених документів лізингоодержувач підписує замовлення і надсилає його постачальнику обладнання.

Замість бланка замовлення можна використовувати договір купівлі-продажу обладнання, який укладається постачальником і лізинговою фірмою, або наряд на постачання, де вказують загальні умови поставки. Постачальник обладнання відвантажує його лізингоодержувачу, який приймає на себе обов'язки з приймання обладнання. Постачальник зазвичай здійснює монтаж і введення в експлуатацію об'єкта угоди. Після закінчення роботи складають протокол приймання, який засвідчує фактичну поставку обладнання, його монтаж і введення в дію без претензій до постачальника. Протокол приймання підписують усі учасники лізингової операції, і лізингодавець сплачує вартість об'єкта угоди постачальнику.

Отже, для оформлення лізингової угоди використовують такі документами:

- ♦ акт приймання-передавання об'єкта лізингу в експлуатацію;
- ♦ лізинговий договір між лізингодавцем і лізингоодержувачем;
- ♦ договір купівлі-продажу або наряд на постачання об'єкта угоди;
- ♦ договір на технічне обслуговування майна, якщо воно здійснюється лізингодавцем.

Важливою позицією лізингової угоди є лізингова плата, яка є ціною користування об'єктом лізингу. До лізингової плати включають: амортизаційні відрахування; суму відсотків; винагороду лізингодавця; страхові платежі та інші витрати лізингодавця, передбачені договором лізингу.



Останнім часом лізингові відносини набувають подальшого розвитку. Створено державний лізинговий фонд, кошти якого спрямовують 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 значна частина підприємств має потребу у залученні машин, обладнання та іншої техніки на умовах лізингу. Це особливо важливо для сільськогосподарських підприємств, котрі 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 їх невеликими розмірами та обмеженими фінансовими можливостями.

## 10.3. Отримання і погашення кредитів

### 10.3.1. 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 іншої.

Об'єктивна необхідність кредиту в умовах ринкової економіки зумовлена закономірностями обороту основного й оборотного капіталу у 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, міжнародний (зовнішньоекономічний).

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 у період переходу до ринкової економіки.

За призначенням і характером використання серед банківських кредитів виділяють: позики торгово-промисловим підприємствам; позики під нерухомість; сільськогосподарські позики; конкурентний кредит; кредит під цінні папери; кредит під вексельні зобов'язання; міжбанківський кредит; позики органам.

**Комерційний кредит** надається споживачу постачальником продукції у вигляді грошей або товарів з відстроченням платежу. В останньому випадку оформляють вексель як заставне зобов'язання покупця, де вказують суму позичених коштів, плату за кредит, терміни платежу та інші умови, погоджені сторонами.

**Іпотечний кредит** — це особливий вид економічних відносин з приводу надання кредитів під заставу нерухомого майна. Кредиторами з іпотеки можуть бути іпотечні банки або спеціальні іпотечні компанії, а також комерційні банки, позичальниками — юридичні та фізичні особи, які мають у власності об'єкти іпотеки або поручителів, що надають під заставу об'єкти іпотеки на користь позичальника. Як іпотеки під час надання 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** надається фінансовим органам на основі кредитної угоди, укладеної підприємством з податковою адміністрацією, за місцем реєстрації підприємства для сплати податків на дохід (прибуток).

**Споживчий кредит** надається населенню у вигляді відстрочення платежу за товари довготермінового користування, на купівлю 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, облігації, позики та грошово-речові лотереї. Через ці форми держава мобілізує грошові кошти юридичних і фізичних осіб на умовах повернення і платності та використовує їх на покриття державних витрат.

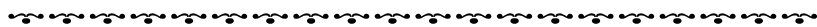
**Міжнародний (зовнішньоекономічний) кредит** — це позики, що отримують держава, банки, підприємці тощо від іноземних кредиторів або надають іноземним позичальникам.

Серед названих вище видів кредиту розрізняють кредити на окремі види залежно від їхнього характеру, цільового спрямування, об'єкта кредитування та інших ознак і критеріїв.

### 10.3.2. 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 й економічну відповідальність за дотримання принципів кредитування двох сторін: підприємства та обслуговуючого його банку. Термін дії кредитного договору зумовлюється особливостями обороту оборотних коштів агропромислових підприємств. Він може укладатися на рік чи на більш короткий період.





У кредитному договорі вказують мету кредитування, умови, порядок надання й погашення позики, спосіб забезпечення кредиту, відсоткові ставки за кредит, права і відповідальність сторін та інші умови. Кредитний договір зазвичай 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.

1. *Загальні положення* включають: 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.

### 2. *Права та обов'язки позичальника.*

2.1. Права підприємства-позичальника: 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.

2.2. Обов'язки підприємства-позичальника: використовувати отриманий кредит на цілі, обумовлені договором; повернути наданий кредит в обумовлені терміни; 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 форм підприємства; інше (згідно з договором).

### 3. *Права та обов'язки банку.*

3.1. Права банку: проводити перевірку забезпеченості наданого кредиту і його цільового використання; припиняти видачу нових позик і пред'являти претензії щодо раніше наданих у разі порушення підприємством умов кредитного договору, а також виявлення недостовірної звітності, недоліків у веденні бухгалтерського обліку, затримання 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).

3.2. Обов'язки банку: надавати підприємству кредит в обсягах і у терміни, обумовлені договором; інформувати підприємство про факти і причини дострокового стягнення банком кредиту; інфор-

мувати підприємство про зміни у нормативних актах з питань кредитування і розрахунків, унесених рішенням Національного банку.

4. *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 від двократного розміру офіційної облікової ставки НБУ.

Підприємство може вимагати від банку відшкодування збитків, що виникли внаслідок порушення зобов'язання надати кредит або надання його не в повному обсязі.

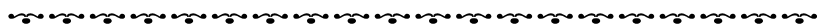
### 10.3.3. Умови отримання кредиту

Процедура отримання 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 на предмет можливого укладення кредитної угоди. За позитивних переговорів банк готовий прийняти 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 рахунку підприємства (позичальника), фінансова звітність: форма № 1 «Баланс підприємства»; форма № 2 «Звіт про фінансові результати та 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, 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 оцінює кредитоспроможність та фінансовий стан 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 ступінь ризику; визначає перспективи розвитку підприємства; перевіряє наявність джерел і гарантій погашення кредиту.

У разі прийняття позитивного рішення банк підписує кредитний договір з позичальником, надає кредит і здійснює контроль за виконанням ним умов кредитування.

### 10.3.4. 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 нараховують 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 за бажанням підприємства).

За характером погашення кредити поділяють на такі види:

- ♦ дисконтні;
- ♦ позики, які погашають поступово — щомісяця, щокварталу, раз на півроку, щороку;
- ♦ позики, які погашають 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 визначають 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 частка основної суми кредиту сплачується однаковими внесками впродовж 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 кожний 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 підприємством можуть бути: виручка від реалізації продукції, отримана підприємством у процесі реалізації проекту кредитування; виручка від реалізації продукції власного виробництва, не пов'язаного з проектом кредитування; інші кошти від господарської діяльності.

Умови погашення кредиту обумовлюються 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 нараховують щомісяця в розмірі, передбаченому кредитним договором. Сплата відсотків здійснюється 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 суттєво впливають на фінансовий стан суб'єктів господарювання.

### 10.3.5. Спотові, форвардні і ф'ючерсні контракти

Біржові угоди з реальним товаром (спот, форвард) укладають з метою фізичного переходу товару від продавця до покупця на умовах, передбачених угодою.

Угоди з коротким терміном поставки (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. За таких угод важливою є практика розподілення витрат на зберігання та страхування товару. Так, витрати на зберігання товару та вартість його страхування до моменту продажу відносять на рахунок продавця, а після укладання угоди, тобто після продажу — на рахунок покупця.

Механізм використання угод за умовами спот досить простий. Товар, який є на зберіганні (що підтверджено відповідними документами, наприклад, ф. ІЗ-ХПП), виставляють 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 угоду анулюють, а гарантійний внесок покупця (не менше ніж 0,5 % 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 оформляють як договори поставки. Продавець бере зобов'язання здійснити поставку закупленого товару у термін, обумовлений угодою, а покупець — прийняти товар та здійснити оплату за цінами контракту у разі, якщо відсутні повний розрахунок чи передоплата під час укладання угоди.

Особливість угоди за умовами форвард полягає в різниці у часі укладання угоди та поставкою товару покупцеві. Тривалість періоду між моментом укладання угоди та поставкою товару встановлює біржа залежно від його асортименту. Так, на аграрну продукцію — це 3, 6, 9 місяців.

Об'єктом торгівлі в разі форвардних угод зазвичай 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 у разі укладання 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. Укладання таких угод здійснюється не з метою купівлі-продажу реального товару, а для його страхування від можливих несприятливих змін ціни. Їх укладають 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 укладають 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 отриманні різниці між ціною контракту на момент його укладання та ціною на день закінчення контракту. Якщо за цей період ціна зросте, 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 купівлю 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 й отримує виграну різницю. В разі укладання 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 стосунки винятково 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 повинен становити 100 % вартості товару.

Щодня за всіма ф'ючерсними контрактами, які не були ліквідовані впродовж біржового дня, проводять розрахунки. У разі підвищення цін сторона, яка продала контракт (продавець), повинна до початку наступного біржового дня (сесії) сплатити брокеру, а той — Розрахунковій палаті різницю між ціною, зареєстрованою під час закриття попереднього біржового дня, та ціною, зареєстрованою під час закриття поточного біржового дня.



Розрахункова палата, у свою чергу, нараховує або сплачує брокеру-покупцю, а він — своєму клієнтові позитивну для нього різницю. Із зниженням ціни дія відбувається навпаки — покупець вносить різницю цін брокеру, а той — Розрахунковій палаті, яка передає їх продавцю.

### **Запитання і завдання для самоперевірки**



**1.** Що таке податки та як їх класифікують? **2.** Хто є платником податку на додану вартість? **3.** Які особи (юридичні чи фізичні) підлягають обов'язковій реєстрації платниками ПДВ? **4.** Які види пільг застосовують під час оподаткування ПДВ? **5.** Які операції вивільняють від оподаткування ПДВ? **6.** Дайте визначення та перелічіть об'єкти оподаткування акцизним збором. **7.** Який порядок обчислення акцизного збору? **8.** Схарактеризуйте класифікацію мита. **9.** У чому полягає сутність оподаткування прибутку підприємств, хто є його платниками та які ставки застосовують при цьому? **10.** Назвіть суб'єктів та об'єктів плати за землю. **11.** Які ставки єдиного податку для підприємств? **12.** З якою метою було запроваджено податок з власників транспортних засобів та що є об'єктом його оподаткування? **13.** Що таке податковий кредит і податкова соціальна пільга при оподаткуванні податком з доходів фізичних осіб? **14.** Які ставки податку на доходи фізичних осіб?



## Розділ 11

# ОБЛІК І ЗВІТНІСТЬ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

## 11.1. Організація бухгалтерського обліку і фінансової звітності

Ринкова економіка створює передумови для використання облікової інформації і підвищення її ролі в прийнятті управлінських рішень. Ефективне здійснення підприємницької діяльності можливе лише за добре організованого бухгалтерського обліку. Бухгалтер замість пасивного реєстратора подій і фактів стає активним учасником досягнення мети, яка поставлена перед підприємством. Це зумовлює потребу в новому підході до бухгалтерського обліку з урахуванням світового досвіду.

Організація бухгалтерського обліку на підприємстві регулюється ст. 8 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. № 996-XIV.

Згідно з цим Законом бухгалтерський облік на підприємстві ведеться безперервно з дня його реєстрації до ліквідації у встановленому порядку. Питання організації бухгалтерського обліку на підприємстві належить до компетенції його власника (власників) або уповноваженого органу (посадової особи) відповідно до законодавства та установчих документів.

Відповідальність за організацію бухгалтерського обліку та забезпечення фінансу-

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері



вання фактів здійснення всіх господарських операцій у первинних документах, збереження оброблених первинних документів, реєстрів і звітності впродовж установленого терміну, але не менше від трьох років, несе власник (власники) або уповноважений орган (посадова особа), який здійснює керівництво підприємством.

Підприємство самостійно вибирає форму ведення й організації бухгалтерського обліку, а саме:

1) введення до штату підприємства посади бухгалтера або створення бухгалтерської служби на чолі з головним бухгалтером;

2) користування послугами фахівця з бухгалтерського обліку, зареєстрованого як підприємця, 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:

а) визначає облікову політику підприємства;

б) вибирає форму бухгалтерського обліку як певну систему реєстрів обліку, порядку і способу реєстрації та узагальнення інформації в них з дотриманням єдиних засад, установлених законом, та з урахуванням особливостей своєї діяльності і технології оброблення облікових даних;

в) розробляє систему і форми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, звітності і контролю господарських операцій, визначає права працівників на підписання бухгалтерських документів;

г) затверджує правила документообороту і технологію оброблення облікової інформації, додаткову систему рахунків і реєстрів аналітичного обліку;

д) може виділяти на окремий баланс філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, які зобов'язані вести бухгалтерський облік з подальшим включенням їх 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 охоплює сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності.

У формуванні облікової політики потрібно дотримуватися таких принципів:

1. *Законність* — обрані методичні прийоми, способи та процедури ведення бухгалтерського обліку не повинні суперечити чинному законодавству та нормативним документам.

2. *Адекватність* — облікова політика підприємства має відповідати особливостям умов його діяльності.

3. *Єдність* — облікова політика має бути єдиною для господарюючого суб'єкта незалежно від кількості його підрозділів, філій або дочірніх підприємств.

Під час формування облікової політики потрібно враховувати такі чинники:

1. Стан економічного, податкового та бухгалтерського законодавства, рівень інфляції, інвестиційну діяльність.

2. Правовий статус підприємства — форму власності, організаційно-правову форму господарювання, галузь і вид діяльності, кількість структурних підрозділів та їх економічні взаємозв'язки.

3. Поточні та перспективні плани розвитку підприємства.

4. Кадрове та матеріально-технічне забезпечення бухгалтерської служби.

Облікову політику оформлюють у вигляді наказу по підприємству або положення. До наказу про облікову політику додають додатки: робочий план рахунків, графік документообороту, посадові інструкції, склад апарату бухгалтерії, склад апарату внутрішнього контролю, форми документів, не передбачені в установленому порядку тощо.

У Законі подано визначення бухгалтерського і внутрішньогосподарського (управлінського) обліку. *Бухгалтерський облік* — це процес виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передавання інформації про діяльність підприємства зовнішнім та внутрішнім користувачам для прийняття рішень. *Управлінський облік* — це система оброблення та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством. Офіційне визначення управлінського обліку в Україні наведено вперше.

Відповідно до потреб користувачів для підготовки інформації бухгалтерський облік поділяють на фінансовий та управлінський.

*Фінансовий облік* — це сукупність правил і процедур для відображення, оброблення і подання інформації відповідно до вимог законодавчих актів і стандартів. Поняття «фінансовий облік» у нормативних документах України не наведено.

Фінансовий бухгалтерський облік забезпечує облік активів і пасивів підприємства, оформлення, реєстрацію, безперервне і взаємопов'язане відображення господарських операцій на рахунках і облікових регістрах, складання фінансової звітності, збирання і систематизацію інформації для зовнішніх і внутрішніх користува-



чів. Ведення фінансового обліку передбачає суворе дотримання законів, нормативних актів, положень, стандартів, інструкцій і принципів.

Управлінський бухгалтерський облік забезпечує формування інформації для прийняття управлінських рішень внутрішніми користувачами. Він ведеться за рішенням підприємства, є його комерційною таємницею, не регулюється загальноприйнятими принципами та нормативними актами. За неведення управлінського обліку на підприємство не може бути накладено ніяких санкцій.

Основна мета управлінського обліку — оперативне складання і подання внутрішньої звітності, необхідної для прийняття управлінських рішень з метою контролю використання ресурсів, виконання договорів, руху коштів та інших чинників, які впливають на отримання прибутку і досягнення успіхів на ринку.

Законами України «Про податок на додану вартість» і «Про оподаткування прибутку підприємств», які прийняті 1997 р., введено поняття «податковий облік». *Податковий облік* — це облік валових доходів, валових витрат та їх коригування, а також облік балансової вартості активів, що підлягають амортизації з метою визначення об'єкта оподаткування. Він призначений для обліку операцій, пов'язаних з нарахуванням і сплатою податків. Ведуть його відповідно норм законів про оподаткування. Податковий облік передбачає ведення спеціальної податкової документації і складання податкової звітності.

Фінансовий, управлінський і податковий облік між собою тісно взаємопов'язані, доповнюють один одного, ґрунтуються на тих самих документах, спрямовані на визначення результатів діяльності підприємства, і в сукупності є єдиною уніфікованою системою бухгалтерського обліку.

*Отже, фінансовий, управлінський і податковий облік є підсистемами бухгалтерського обліку.*

Чітко визначено і принципи бухгалтерського обліку та фінансової звітності. Їх десять: обачність, повнота висвітлення, автономність, послідовність, безперервність, 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 питання 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, інші центральні органи виконавчої влади у межах своєї компетенції відповідно до галузевих особливостей роз-

робляють на основі національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку методичні рекомендації щодо їх застосування.

Міністерство фінансів України затвердило такі Положення (стандарты) 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».
26. «Виплати працівникам».
27. «Діяльність, що припиняється».
28. «Зменшення корисності активів».
29. «Фінансова звітність за сегментами».

Міністерство фінансів України наказом № 291 від 30.11.99 р. затвердило План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій підприємств і організацій та Інструкцію про його застосування, наказом № 186 від 19.04.2001 р.— спрощений План рахунків для суб'єктів малого підприємництва, а наказом № 356 від 29.12.2000 р. — Методичні рекомендації із застосування реєстрів бухгалтерського обліку, якими передбачено сім журналів-ордерів і відповідні відомості. Міністерство аграрної політики України наказом № 49 від 07.03.2001 р. затвердило Рекомендації з організації та ведення бухгалтерського обліку за журнально-ордерною формою і відповідні реєстри.

## 11.2. Фінансова звітність, її склад та вимоги до неї

Мета, склад і принципи підготовки фінансової звітності визначено П(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». Бухгалтерську звітність складають на підставі даних бухгалтерського обліку для задоволення потреб певних користувачів.

Фінансова звітність — бухгалтерська звітність, що містить інформацію про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства за звітний період.

Метою складання фінансової звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух коштів підприємства.

Фінансова звітність складається з: балансу, звіту про фінансові результати, звіту про рух грошових коштів, звіту про власний капітал і приміток до річної фінансової звітності.

Звітним періодом для подання фінансової звітності є календарний рік. У новоствореному підприємстві перший звітний період становить менше ніж 12 місяців, але не більш як 15 місяців.

**Приклад.** Підприємство зареєстроване 1 травня 2005 р. Річна фінансова звітність його становить 8 місяців (травень-грудень 2005 р.). Оскільки підприємство зареєстроване 1 листопада 2005 р., то показники за листопад, грудень 2005 р. будуть включені у звіт станом на 31 грудня 2006 р., який охоплюватиме діяльність за 14 місяців (листопад 2005 р. — грудень 2006 р.).

У підприємства, що ліквідується, звітним є період з початку року до дати прийняття рішення про його ліквідацію. Проміжну (місячну, квартальну) звітність, яка охоплює певний період, складають наростаючим підсумком з початку звітного року. Вона включає баланс і звіт про фінансові результати, складається станом на кінець останнього дня кварталу.

Інформація, яка надається у фінансових звітах, має бути дохідлива, розрахована на однозначне тлумачення її користувачами, містити лише достовірну доречну інформацію, яка впливає на прийняття рішень користувачами, дає змогу об'єктивно оцінити події.

Фінансова звітність повинна надавати можливість користувачам порівнювати:

- ♦ фінансові звіти підприємства за різні періоди;
- ♦ фінансові звіти різних підприємств.

П(С)БО 1 виділяє чотири якісні характеристики фінансової звітності:

- 1) дохідливість — однозначне тлумачення її користувачами;
- 2) достовірність — відсутність помилок, які можуть мати істотний вплив на рішення, що приймають на підставі звітності;
- 3) зіставність — можливість порівнювати фінансові звіти за різними періодами та різних підприємств;
- 4) доречність — забезпечення можливості своєчасно і правильно оцінити минулі, теперішні і майбутні події.

Для того щоб звітність відповідала чинним вимогам, її потрібно готувати відповідно до встановлених принципів, суть яких докладно викладено у восьмому розділі посібника.

Принципи бухгалтерського обліку — правила його ведення. Принципи обліку і звітності визначені Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» і П(С)БО 1.

Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» встановлено десять основних принципів бухгалтерського обліку.

**1. Обачність** — застосування в бухгалтерському обліку методів оцінки, які повинні запобігати заниженню оцінки зобов'язань та витрат і завищенню оцінки активів і доходів підприємства.

**2. Повне висвітлення** — фінансова звітність повинна містити всю інформацію про фактичні та потенційні результати господарських операцій та подій, здатних вплинути на рішення, що приймають на її основі.

**3. Автономність** — кожне підприємство розглядається як юридична особа, відокремлена від її власників, у зв'язку з чим особисте майно та зобов'язання власників не повинні відображатися у фінансовій звітності підприємства.

**4. Послідовність** — постійне (із року в рік) застосування підприємством вибраної облікової політики. Зміна облікової політики можлива лише у випадках, передбачених національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, і має бути обґрунтована та розкрита у фінансовій звітності.

**5. Безперервність** — оцінка активів та зобов'язань підприємства здійснюється виходячи з припущення, що його діяльність триватиме далі.

**6. Нарахування та відповідність доходів і витрат** — для визначення фінансового результату звітного періоду необхідно порівняти доходи звітного періоду з витратами, що були здійснені для отримання цих доходів. При цьому доходи і витрати відображують у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження або сплати грошових коштів.

**7. Превалювання змісту над формою** — операції обліковують відповідно до їх сутності, а не лише виходячи з юридичної форми.



**8. Історична (фактична) собівартість** — пріоритетною є оцінка активів підприємства, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання.

**9. Єдиний грошовий вимірник** — вимірювання та узагальнення всіх господарських операцій підприємства у його фінансовій звітності здійснюється в єдиній грошовій одиниці.

**10. Періодичність** — можливість розподілу діяльності підприємства на певні періоди часу з метою складання фінансової звітності.

Цей принцип передбачає, що фінансовий результат на підприємстві обчислюють за певні періоди часу (місяць, квартал, рік), а не з моменту його створення.

Підприємства, що мають дочірні підприємства, крім фінансових звітів про власні господарські операції, зобов'язані складати та подавати консолідовану фінансову звітність.

Податкова звітність подається податковим органам для розрахунку і контролю сплати податків. Окремо складають звітність про використання коштів на соціальні заходи. Платежі до соціальних фондів для підприємства подібні до податків, тому звітність до соціальних фондів часто ототожнюють із податковою звітністю.

Фінансова звітність подається органам, до сфери управління яких належать підприємства, трудовим колективам на їх вимогу, власникам (засновникам) відповідно до установчих документів, а також згідно із законодавством — іншим органам та користувачам, зокрема органам державної статистики, та щодо використання бюджетних асигнувань, отриманих з державного бюджету, — органам Державного казначейства, а щодо використання асигнувань, отриманих з місцевих бюджетів, — відповідно фінансовим відділам райдержадміністрації, міськвиконкомів та фінансовим управлінням обласних держадміністрацій.

Квартальну фінансову звітність підприємства подають не пізніше від 25 числа місяця, що настає за звітним кварталом, а річну — не пізніше від 20 лютого наступного за звітним року.

Податкову звітність (податкові декларації) подають за базовий податковий (звітний) період, що дорівнює:

а) календарному місяцю (у тому числі в разі сплати місячних авансових внесків) — упродовж 20 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) місяця;

б) календарному кварталу або календарному півріччю (у тому числі в разі сплати квартальних або піврічних авансових внесків) — упродовж 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) кварталу (півріччя);

в) календарному року — впродовж 60 календарних днів за останнім календарним днем звітного (податкового) року.

Форми фінансової звітності і порядок їх заповнення встановлюються для:

- ♦ підприємств (крім банків) — Міністерством фінансів України за погодження з Державним комітетом статистики України;
- ♦ банків — Національним банком України;
- ♦ бюджетних установ — Державним казначейством України.

Суб'єкти малого підприємництва фінансову звітність складають за скороченою формою.

Міністерства та інші центральні органи виконавчої влади подають зведену фінансову звітність про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів щодо всіх підприємств, які належать до сфери їх управління, Міністерству економіки і Міністерству фінансів України.

Перед складанням річної звітності проводять відповідну підготовчу роботу: завершують облікові записи за рік, уточнюють розподілення витрат і доходів між суміжними звітними періодами, визначають фактичну собівартість продукції і фінансовий результат, списують калькуляційні різниці, закривають рахунки тощо. Перед складанням річної фінансової звітності обов'язково проводять повну інвентаризацію активів та зобов'язань підприємства і її результати відображують в обліку.

Внесення змін до фінансової звітності називають реформацією.

Відповідно до Порядку подання фінансової звітності, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 419 від 28.02.2000 р., проведення інвентаризації є обов'язковим:

а) у разі передавання майна державного підприємства в оренду, приватизації майна державного підприємства, перетворення державного підприємства в акціонерне товариство, а також в інших випадках, передбачених законодавством;

б) перед складанням річної фінансової звітності, крім майна, цінностей, коштів і зобов'язань, інвентаризація яких проводиться не раніше від 1 жовтня звітного року. Інвентаризація будівель, споруд та інших нерухомих об'єктів основних засобів може проводитися один раз на три роки, а бібліотечних фондів — один раз на п'ять років;

в) у разі зміни матеріально відповідальних осіб (на день приймання-передавання справ);

г) у разі встановлення фактів розкрадання або зловживань, псування цінностей (на день встановлення таких фактів);

д) за приписом судово-слідчих органів;

е) у разі техногенних аварій, пожеж чи стихійного лиха (на день після закінчення явищ);

є) у разі передавання підприємств та їхніх структурних підрозділів (на дату передавання). Інвентаризація може не проводитися





у разі передавання підприємств та їхніх структурних підрозділів у межах одного органу, до сфери управління якого входять ці підприємства;

ж) у разі ліквідації підприємства;

з) за колективної (бригадної) матеріальної відповідності проведення інвентаризації обов'язкове у разі зміни керівника колективу (бригадира), вибуття з колективу (бригади) більше від половини його членів, а також за вимогою хоча б одного члена колективу (бригади).

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 підприємства».

Фінансовий звіт заповнюють 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.

Баланс відображує на певну дату активи, зобов'язання і власний капітал підприємства і складається із двох частин: актив і пасив. В активі показують ресурси, використання яких, як очікується, приведе до отримання економічних вигод у майбутньому — основні засоби, виробничі запаси, готова продукція, гроші, тощо. Тут необхідно дати 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 за активом і пасивом балансу підприємства завжди між собою рівні.

Залишки по бухгалтерських рахунках використовують для заповнення балансу: дебетові — записують в актив, а кредитові — в пасив.

Звіт про фінансові результати складається з 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, включаючи 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.

Додаток  
до Положення (стандарту)  
бухгалтерського обліку 25

## ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ суб'єкта малого підприємництва

	КОДИ		
	Дата (рік, місяць, число)		
	01	04	01
Підприємство кооператив «Зоря» ..... за ЄДРПОУ	1400032651		
Територія с. Келеберда, Канівський район ..... за КОАТУУ	80652		
Форма власності приватна ..... за КФВ	10		
Орган державного управління ..... за СПОДУ	08561		
Галузь сільське господарство ..... за ЗКГНГ	87210		
Вид економічної діяльності виробництво ..... за КВЕД	24160		
Середньо облікова чисельність ..... А ..... Контрольна сума			
Одиниця виміру: тис. грн.			
Адреса: с. Келеберда, Канівський район, Черкаська область			

**БАЛАНС**  
на 1 квітня 2006 р.

Форма № 1-м  
Код за ДКУД

1801006

АКТИВ	Код рядка	На поча- ток звіт- ного року	На кі- нець звітного року
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
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
Довгострокові фінансові інвестиції	040		
Інші необоротні активи	070		
<b>Усього за розділом I</b>	080	7,0	6,2
<b>II. Оборотні активи</b>			
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 їх еквіваленти:			
в національній валюті	230	1,0	3,2
в іноземній валюті	240		
Інші оборотні активи	250		
<b>Усього за розділом II</b>	260	4,8	4,4
<b>III. Витрати майбутніх періодів</b>	270		
<b>Баланс</b>	280	11,8	10,6

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері

ПАСИВ	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного року
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Статутний капітал	300	7,7	7,7
Додатковий капітал	320		
Резервний капітал	340		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	350		0,8
Неоплачений капітал	360		
<b>Усього за розділом I</b>	<b>380</b>	<b>7,7</b>	<b>8,5</b>
<b>II. Забезпечення наступних витрат і цільове фінансування</b>	<b>430</b>		
<b>III. Довгострокові зобов'язання</b>	<b>480</b>		
<b>IV. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	500		
Поточна заборгованість за довгостроковими 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		
<b>Усього за розділом IV</b>	<b>620</b>	<b>4,1</b>	<b>2,1</b>
<b>V. Доходи майбутніх періодів</b>	<b>630</b>		
<b>Баланс</b>	<b>640</b>	<b>11,8</b>	<b>10,6</b>

**ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**  
за I квартал 2006 р.

Форма № 2-м

Код за ДКУД

1801007

**I. Фінансові результати**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	6,0	7,2
Непрямі податки та інші нарахування з доходу	020		1,2
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) (010 – 020)	035	6,0	6,0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	040	5,2	5,1
Інші операційні доходи	060		

Інші операційні витрати	090		0,2
Інші звичайні доходи	130		
Інші звичайні витрати	160		
Надзвичайні: доходи	200		
витрати	205		
Податок на прибуток	210		
Чистий фінансовий результат (035–040+060–090+130–160+200–205–210): прибуток	220	0,8	0,7
збиток	225		

## II. Елементи операційних витрат

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	230	3,0	3,0
Витрати на оплату праці	240	1,0	1,1
Відрахування на соціальні заходи	250	0,4	0,4
Амортизація	260	0,8	0,8
Інші операційні витрати	270		
<b>Разом</b>	280	5,2	5,3

Керівник  
Головний бухгалтер

Дерева О.В.  
Омельченко О.М.

Чистий дохід (виручку) 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, фіксований податок.

Чистий фінансовий результат розраховують як різницю між доходами і витратами арифметичними діями за даними рядків, як показано в формі звіту.

У другому розділі Звіту про фінансові результати показують елементи операційних витрат, понесених у процесі діяльності впродовж звітного періоду.

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері

### 11.3. Форми бухгалтерського обліку, що застосовують суб'єкти малого бізнесу

Форма обліку визначається побудовою облікових регістрів, їхнім взаємозв'язком і послідовністю запису в 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 здобув метод обліку «витрати — випуск». Основою його є порівняння випуску продукції господарської одиниці з її витратами з постачання, виробництва і реалізації. 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 розраховують за формулою

$$P = D - B - A, \quad (11.1)$$

де  $P$  — результат періоду (прибуток, збиток);  $D$  — доходи;  $B$  — витрати;  $A$  — амортизаційні відрахування.

Доходи складаються з виручки від реалізації, сум безповоротної фінансової допомоги, штрафів, неустойки, пені тощо. Витрати включають платежі за придбані матеріальні цінності, надані послуги, оплату праці, внески на соціальні заходи тощо. Склад валових доходів і валових витрат визначено чинним законодавством про оподаткування.

Фермер або інший підприємець в основу обліку бере метод «витрати — випуск», що ліквідує потребу в окремому податковому обліку. Підприємець вибирає форму обліку залежно від обсягу і виду своєї діяльності.

Фізичні особи сплачують податок згідно із Законом України «Про податок з доходів фізичних осіб» від 22.05.2003 р. № 889-IV. Фізична особа — суб'єкт господарювання сплачує податок із оподаткованого доходу.

Загальним оподатковуваним доходом вважають сукупний чистий дохід, тобто різницю між валовим доходом (виручкою у грошовій та натуральній формі) і документально підтвердженими витратами, безпосередньо пов'язаними з отриманням доходу. Якщо ці витрати не можуть бути підтверджені документально, то вони

враховуються податковими органами під час проведення остаточних розрахунків за нормами у відсотках до валового доходу.

Громадяни, які отримують 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 (табл. 11.1).

Таблиця 11.1. Книга обліку доходів і витрат

Період обліку (день, тиждень, місяць, рік)	Кількість виготовленої продукції (наданих послуг)	Витрати на виробництво продукції (послуг)	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 книги наводять кількісні показники у натуральних одиницях вимірювання (штук, центнерів, кубічних метрів тощо). У графі 3 показують витрати в 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 потреби, з урахуванням специфіки окремих видів діяльності, до Книги обліку доходів і витрат, за погодженням з податковою інспекцією, можуть бути внесені зміни і доповнення. Книгу нумерують, прошивають, засвідчують підписом начальника або заступника начальника податкової інспекції та печаткою.

Фізичні особи, які здійснюють підприємницьку діяльність без створення юридичної особи, мають право перейти на фіксований податок придбанням патенту за умови, якщо:

- ♦ кількість осіб, які перебувають у трудових відносинах з такою особою — платником податку, включаючи членів його сім'ї, які беруть участь у підприємницькій діяльності, не перевищує п'яти;

- ♦ валовий дохід такої фізичної особи від самостійного здійснення підприємницької діяльності або з використанням наймані праці за останніх 12 календарних місяців, що передують місяцю придбання патенту, не перевищує семи тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

- ♦ фізична особа здійснює підприємницьку діяльність з продажу товарів і надання супутніх такому продажу послуг на ринках та є платником ринкового збору згідно з законодавством.

Розміри фіксованого податку встановлюються відповідною місцевою радою залежно від територіального розташування місця торгівлі і не можуть бути менше ніж 20 грн та більше ніж 100 грн

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері

за календарний місяць для фізичних осіб, які здійснюють підприємницьку діяльність самостійно.

Для отримання патенту на здійснення підприємницької діяльності на всій території України фіксований податок устанавлюють у розмірі 100 грн.

Для сплати авансових платежів податку встановлюють такі терміни впродовж року: до 15 березня, до 15 травня, до 15 серпня і до 15 листопада.

У разі сплати фіксованого податку платника такого податку звільняють від ведення обов'язкового обліку доходів і витрат.

Фізичні особи, які займаються підприємницькою діяльністю, надають податковому органу податкові декларації наростаючим підсумком з початку року (за квартал, півріччя, три квартали, рік) у терміни, визначені законом (упродовж 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) кварталу, тобто не пізніше від: 10 травня — за I квартал, 9 серпня — за перше півріччя, 9 листопада — за 9 місяців, 9 лютого наступного року — за звітний рік). У декларації зазначають загальні суми отриманого доходу, витрат і сплаченого податку за звітний податковий період, за який здійснюється оподаткування.

Нарахування авансових та остаточних сум податку провадиться податковими органами у 15-денний термін з дня отримання податкової декларації.

*Отже, фізичні особи-суб'єкти господарювання ведуть облік витрат і доходів за методом «витрати — випуск», не використовуючи бухгалтерських рахунків.*

**Облік у малих підприємствах.** Відповідно до ст. 63 глави 7 Господарського кодексу України малими (незалежно від форми власності) визнають підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної п'ятистам тисячам євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні.

Суб'єкти малого підприємництва — юридичні особи облік ведуть на бухгалтерських рахунках. Міністерство фінансів України наказом від № 186 19.04.2001 р. для них затвердило спрощений план рахунків (табл. 11.2).

Спрощений План рахунків можуть застосовувати суб'єкти підприємницької діяльності — юридичні особи, які відповідно до чинного законодавства визнані суб'єктами малого підприємництва, юридичні особи, що не займаються підприємницькою діяльністю (крім бюджетних установ), незалежно від форм власності, організаційно-правових форм і видів діяльності, а також представництва іноземних суб'єктів господарської діяльності (далі — підприємства). Суб'єкти підприємницької діяльності спрощений

План рахунків застосовують у разі складання ними фінансової звітності відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва», затвердженого наказом Міністерства фінансів України № 39 від 25.02.2000 р. і зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 15.03. 2000 р. за № 161/4382.

**Таблиця 11.2. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій суб'єктів малого підприємництва**

Синтетичний рахунок		Призначення
Код	Назва	
10	Основні засоби	Облік та узагальнення інформації про основні засоби, інші необоротні матеріальні активи, нематеріальні активи
13	Знос (амортизація) необоротних активів	Облік та узагальнення інформації про знос основних засобів, інших необоротних матеріальних активів і нематеріальних активів
14	Довгострокові фінансові інвестиції	Облік та узагальнення інформації про довгострокові фінансові інвестиції
15	Капітальні інвестиції	Облік та узагальнення інформації про капітальні інвестиції
18	Інші необоротні активи	Облік та узагальнення інформації про довгострокову дебіторську заборгованість, інші необоротні активи
20	Виробничі запаси	Облік та узагальнення інформації про сировину й матеріали, купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби, паливо, тару й тарні матеріали, будівельні матеріали та матеріали, передані в переробку, запасні частини, матеріали сільськогосподарського призначення, інші матеріали, тварини на вирощуванні і відгодівлі, малоцінні та швидкозношувані предмети і транспортно-заготівельні витрати
23	Виробництво	Облік та узагальнення інформації про витрати на основне і допоміжні виробництва, виробничий брак
26	Готова продукція	Облік та узагальнення інформації про готову продукцію, товари, транспортно-заготівельні витрати і торгіву націнку
30	Каса	Облік та узагальнення інформації про грошову готівку та грошові документи
31	Рахунки в банках	Облік та узагальнення інформації про грошові кошти на рахунках у банках, еквіваленти грошових коштів та грошові кошти в дорозі
35	Поточні фінансові інвестиції	Облік та узагальнення інформації про поточні фінансові інвестиції
37	Розрахунки з різними дебіторами	Облік та узагальнення інформації про розрахунки з покупцями та замовниками, з підзвітними особами, з іншими дебіторами, про короткострокові векселі одержані, про резерв сумнівних боргів
39	Витрати майбутніх періодів	Облік та узагальнення інформації про витрати майбутніх періодів

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері



Синтетичний рахунок		Призначення
Код	Назва	
40	Власний капітал	Облік та узагальнення інформації про статутний, пайовий, додатковий, резервний, неоплачений і вилучений капітали
44	Нерозподілені прибутки (непокрыті збитки)	Облік та узагальнення інформації про нерозподілені прибутки (непокрыті збитки), про використання прибутку
47	Забезпечення майбутніх витрат і платежів	Облік та узагальнення інформації про забезпечення майбутніх витрат і платежів, цільове фінансування і цільові надходження
55	Інші довгострокові зобов'язання	Облік та узагальнення інформації про довгострокові позики, довгострокові векселі видані, довгострокові зобов'язання за облігаціями, довгострокові зобов'язання з оренди та інші довгострокові зобов'язання
64	Розрахунки за податками й платежами	Облік та узагальнення інформації про розрахунки за податками, обов'язковими платежами, про податкові зобов'язання, податковий кредит, розрахунки за пенсійним забезпеченням, соціальним страхуванням, страхуванням на випадок безробіття, індивідуальним страхуванням та страхуванням майна
66	Розрахунки з оплати праці	Облік та узагальнення інформації про розрахунки з оплати праці
68	Розрахунки за іншими операціями	Облік та узагальнення інформації про розрахунки з постачальниками та підрядниками, з учасниками, про короткострокові позики, короткострокові векселі видані, поточну заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями і розрахунки за іншими операціями
69	Доходи майбутніх періодів	Облік та узагальнення інформації про доходи майбутніх періодів
70	Доходи	Облік та узагальнення інформації про доходи від реалізації, інші операційні, інші звичайні і надзвичайні доходи, вирахування з доходу
79	Фінансові результати	Облік та узагальнення інформації про фінансові результати
84	Витрати операційної діяльності	Облік та узагальнення інформації про елементи витрат операційної діяльності: матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизацію, інші операційні витрати
85	Інші витрати	Облік та узагальнення інформації про неопераційні витрати звичайної діяльності, податок на прибуток і надзвичайні витрати

Облік та узагальнення інформації про позабалансові активи і зобов'язання підприємства здійснюються з використанням позабалансових рахунків класу 0 Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженого наказом Міністерства фінансів України № 291 від 30.11.99 р. і зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 21.12.99 р. за № 892/4185.

Записи на рахунках бухгалтерського обліку спрощеного Плану рахунків і на позабалансових рахунках для узагальнення інформації про наявність і рух активів, капіталу, зобов'язань, про доходи і витрати, факти фінансово-господарської діяльності здійснюються відповідно до Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженої наказом Міністерства фінансів України № 291 від 30.11.99 р. і зареєстрованої в Міністерстві юстиції України 21.12.99 р. за № 893/4186.

З метою забезпечення необхідної деталізації та аналітичності обліково-економічної інформації підприємства вводять до спрощеного Плану рахунків субрахунки, виходячи з призначення рахунків, потреб управління підприємством.

Суб'єкти малого підприємництва на рахунку 10 «Основні засоби» обліковують основні засоби, інші необоротні матеріальні активи та нематеріальні активи. Всі виробничі запаси обліковують на одному рахунку 20 «Виробничі запаси». З метою деталізації облікової інформації до нього у разі потреби вводять відповідні субрахунки.

Витрати на основне і допоміжне виробництво обліковують за дебетом рахунку 23 «Виробництво», а за кредитом — відображують вихід продукції та списання витрат. Аналітичний облік ведуть по об'єктах з метою контролю і калькуляції собівартості продукції та отримання інформації для управління.

Облік та узагальнення інформації про елементи витрат операційної діяльності ведуть на рахунку 84 «Витрати операційної діяльності», через який транзитом пропускають матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизацію, інші операційні витрати. Якщо підприємство не використовуватиме рахунок 84, то витрати відноситимуть у дебет рахунку 23 з кредиту відповідних рахунків активів і зобов'язань (рахунки 13, 20, 26, 64, 66, 68). З цих самих рахунках братиметься інформація про розмір витрат за елементами для складання фінансового звіту за формою № 2-м.

Коротко кореспонденцію рахунків спрощеного плану з відображення господарських операцій без використання рахунку 84 «Витрати операційної діяльності» наведено у табл. 11.3.

**Таблиця 11.3. Облік господарських операцій за спрощеним Планом рахунків** (без використання рахунку 84)

Зміст операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
Надійшли матеріальні запаси від постачальників	20 «Виробничі запаси»	68 «Розрахунки за іншими операціями»	500
Надійшли від постачальників основні засоби	15 «Капітальні інвестиції»	68 «Розрахунки за іншими операціями»	1000

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері

Зміст операції	Кореспонденція рахунків		Су- ма, грн
Оприбутковано одержані об'єкти до складу основних засобів	10 «Основні засоби»	15 «Капітальні інвестиції»	1000
Нараховано амортизацію основних засобів	23 «Виробництво»	13 «Знос (амортизація) необоротних активів»	300
Списано на виробництво вартість матеріальних запасів	23 «Виробництво»	20 «Виробничі запаси»	500
Нараховано оплату праці	23 «Виробництво»	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	600
Нарахування на оплату праці	23 «Виробництво»	64 «Розрахунки за податками й платежами»	222
Утримано з оплати праці податок з доходів фізичних осіб та у фонди соціального забезпечення	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	64 «Розрахунки за податками й платежами»	150
Оприбутковано із виробництва готову продукцію	26 «Готова продукція»	23 «Виробництво»	1622
Списано собівартість реалізованої продукції	79 «Фінансові результати»	26 «Готова продукція»	1622
Нараховано виручку від реалізації продукції	37 «Розрахунки з різними дебіторами»	70 «Доходи від реалізації»	2000
Списано на фінансові результати виручку від реалізації продукції	70 «Доходи від реалізації»	79 «Фінансові результати»	2000
Відображено результат діяльності підприємства (прибуток)	79 «Фінансові результати»	44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)»	378
Надійшла на поточний рахунок виручка від реалізації продукції	31 «Рахунки в банках»	37 «Розрахунки з різними дебіторами»	2000
Сплачено з поточного рахунку борги постачальником	68 «Розрахунки за іншими операціями»	31 «Рахунки в банках»	1500
З поточного рахунку погашено борги перед бюджетом та фондами соціального забезпечення	64 «Розрахунки за податками й платежами»	31 «Рахунки в банках»	372
З поточного рахунку отримано гроші в касу для виплати заробітної плати	30 «Каса»	31 «Рахунки в банках»	450
Виплачено із каси заробітну плату	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	30 «Каса»	450

**Проста форма бухгалтерського обліку.** Міністерство фінансів України наказом № 422 від 25.04.2003 р. затвердило Методичні рекомендації щодо застосування реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами (далі — рекомендації). Рекомен-

даціями передбачено, що малі підприємства можуть використовувати просту і спрощену форми бухгалтерського обліку.

Просту форму застосовують малі підприємства з незначним документооборотом (кількістю господарських операцій), які здійснюють діяльність з виконання нематеріаломістких робіт і послуг. Ця форма передбачає використання одного реєстру — Журналу обліку господарських операцій (далі — журнал). Це комбінований реєстр, в якому поєднано хронологічний і систематичний запис.

У журналі реєструють операції (графи «Номер запису», «Дата і номер документа», «Зміст операції», «Сума») і записують за дебетом і кредитом кореспондуючих рахунків (систематичний запис). У формі журналу зафіксовані назви рахунків, які передбачені спрощеним Планом рахунків. Проте підприємство може самостійно записати у журнал основні рахунки із свого робочого плану рахунків, яким воно користується.

Записи у журналі здійснюють на підстав первинних документів, відомостей нарахування заробітної плати, амортизації тощо.

У графі «Зміст операції» записи роблять так, щоб можна було зрозуміти суть операції і підставу для проведення з посиланням на документ. У графі «Сума» зазначають загальну суму господарської операції, яку одночасно записують у дебет і кредит відповідних рахунків (метод подвійного запису).

Паралельно з журналом у разі потреби ведуть відомості для аналітичного обліку основних засобів, тварин та 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 в господарстві значний обсяг розрахункових операцій, то для її обліку доцільно використовувати окрему відомість.

Журнал заповнюють у міру надходження документів. Наприкінці місяця в ньому вираховують обороти і залишки по рахунках, які використовують для складання звітності.

Застосування журналу по суті є використанням форми обліку Журнал-головна. Відмінність тут лише в тому, що в журналі кожний документ записують окремим рядком, а в Журнал-головну запис роблять на підставі меморіальних ордерів (зведених документів). За значної кількості первинних документів їх доцільно попередньо згрупувати і записувати за зведеними даними, а не по кожному документу. Наприклад, якщо впродовж місяця кошти кілька разів перераховували підприємством «А» і «Б», то можна не записувати кожен окрему операцію у Журнал-головну, а згрупувати операції з перерахування коштів окремо по підприємству «А» і окремо по підприємству «Б», сплусувати суми по кожній групі і записати у Журнал-головну одним рядком загальну суму по під-

приємству «А» і одним рядком загальну суму по підприємству «Б». Це спрощує бухгалтерський облік.

**Спрощена форма бухгалтерського обліку** передбачає використання відомостей (табл. 11.4). Для кожного рахунку чи групи рахунків призначена конкретна відомість. На підставі первинних і зведених документів у ній роблять запис за дебетом і кредитом відповідних рахунків. Записи здійснюють у міру надходження документів.

Таблиця 11.4. Відомості для обліку в малих підприємствах

Назва відомості	Номер рахунків
<b>Відомість 1-м</b>	
Розділ I. Облік готівки і грошових документів	30
Розділ II. Облік грошових коштів та їх еквівалентів	31
<b>Відомість 2-м. Облік запасів</b>	20, 26
<b>Відомість 3-м</b>	
Розділ I. Облік розрахунків з дебіторами і кредиторами за податками й платежами, довгострокових зобов'язань і доходів майбутніх періодів	37, 55, 64, 68, 69
Розділ II. Облік розрахунків з оплати праці	66
<b>Відомість 4-м</b>	
Розділ I. Облік необоротних активів та амортизації (зносу)	10, 13
Розділ II. Облік капітальних і фінансових інвестицій та інших необоротних активів	14, 15, 18, 35
<b>Відомість 5-м</b>	
Розділ I. Облік витрат	84, 85
Розділ II. Облік витрат на виробництво	23
Розділ III. Облік доходів і фінансових результатів	44 70, 79
Розділ IV. Облік власного капіталу, витрат майбутніх періодів, забезпечень майбутніх витрат і платежів	39, 40, 47
<b>Оборотно-сальдова відомість</b>	Головна книга

У відомостях поєднано синтетичний і аналітичний облік, тому окремо аналітичний облік не ведеться. Наприкінці місяця за відомостями підраховують підсумки, які взаємно звіряють. Обороти з кредиту рахунків переносять до оборотно-сальдової відомості, яка є Головною книгою шахової форми.

Використання для обліку відомостей — це по суті застосування спрощеного варіанта журнально-ордерної форми бухгалтерського обліку, в якому об'єднані відомості (записи за дебетом рахунків) і журнали-ордери (записи за кредитом рахунків) в єдиний реєстр — відомість.

Готівкові операції відображують відповідно до чинного Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні, затвердженого постановою правління Національного

банку України № 637 15.12.2004 р. На підставі касових звітів роблять запис у відомість 1-м, розділ І. Кожний звіт тут записують окремим рядком. Наприкінці місяця підраховують підсумки записів для взаємного звіряння і перенесення до оборотно-сальдової відомості.

Операції за рахунком у банку відображують у відомості 1-м, розділ ІІ на підставі виписок банку.

Операції в іноземній валюті відображують в окремій відомості 1-м, яку ведуть для кожної окремої іноземної валюти. Тут показують залишки і обороти у відповідній валюті і одночасно в гривнях згідно з валютним курсом Національного банку України.

Облік наявності і руху сировини і матеріалів, купівельних напівфабрикатів, палива, тари і тарних матеріалів, матеріалів, переданих у переробку, будівельних матеріалів, запасних частин, матеріалів сільськогосподарського призначення, тварин на вирощуванні і відгодівлі, малоцінних та швидкозношуваних предметів, готової продукції і товарів ведуть у відомості 2-м.

Записи у відомість 2-м здійснюють на підставі первинних документів та/або накопичувальних відомостей, звітів, аркушів-розшифровок. При цьому потрібно пам'ятати, що в малих підприємствах не обов'язково складати первинні документи на витрачання матеріалів. Тут може бути прийнятий метод обліку, за якого всі покупки списують у витрати на підставі документів про придбання цінностей. Інвентаризацією встановлюють залишки цінностей і роблять відповідні коригувальні записи.

Облік розрахунків з дебіторами і кредиторами, за податками і платежами, довгострокових зобов'язань і доходів майбутніх періодів (рахунки 37, 55, 64, 68, 69) ведуть у відомості 3-м, розділ ІІ.

На початку місяця по кожному дебітору і кредитору переносять із відомості за минулий місяць залишок заборгованості. Його доцільно записувати не загальною сумою з відповідного боргу, а за кожним документом, що забезпечує контроль розрахунків і звіряння взаєморозрахунків.

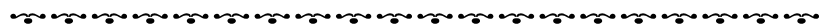
Після цього у відомості 3-м, розділ І роблять записи згідно з отриманими документами — кожний документ записують окремим рядком. На кінець місяця по кожному дебітору і кредитору (за кожним документом) визначають розгорнуте сальдо, яке переносять у відомість 3-м на наступний місяць.

Розрахунки з бюджетом ведуть окремо з кожного платежу, з соціальними фондами — з кожного фонду.

Наприкінці місяця підраховують підсумки за відомістю 3-м і обороти за кредитом рахунків 37, 55, 64, 68, 69 переносять у оборотно-сальдову відомість.

У розділі ІІ відомості 3-м обліковують розрахунки з оплати праці (рахунок 66). Тут по кожному працівнику відображують заборгованість на початок місяця, нарахування оплати праці, утри-

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері



мання з оплати праці, суми до видачі. Облік розрахунків з оплати праці можна вести у звичайній розрахунково-платіжній відомості. В такому разі розділ II відомості 3-м не використовують.

Облік наявності, руху та зношення основних засобів і нематеріальних активів (рахунки 10, 13) ведуть у відомості 4-м, розділ I. По основних засобах має бути забезпечено пооб'єктний облік. Тому у відомість 4-м потрібно кожний об'єкт записувати окремим рядком. Тут же відображують інформацію про нарахування амортизації.

Слід зазначити, що відомість 4-м є незручною для обліку основних засобів тому, що в ній щомісяця потрібно заново переписувати об'єкти основних засобів, незважаючи на те, що руху по них не було. Тому, на нашу думку, для обліку основних засобів доцільно завести окрему відомість, в яку переписати об'єкти основних засобів. А потім у цю саму відомість дописувати об'єкти, які надійшли. По тих об'єктах, що вибули, у відомості слід робити відповідні позначення (дату, назву і номер документа, причину вибуття).

Для нарахування амортизації краще використовувати окрему відомість.

У розділі II відомості 4-м обліковують капітальні і фінансові інвестиції та інші необоротні активи (рахунки 14, 15, 18, 35).

Аналітичний облік фінансових інвестицій ведуть у розрізі видів, термінів та об'єктів інвестування і виду витрат капітального характеру.

Відомість 5-м призначена для обліку доходів від реалізації, інших доходів, витрат, фінансових результатів, капіталу. Вона має п'ять розділів.

У розділі I ведуть облік на рахунках 84 «Витрати операційної діяльності» і 85 «Інші витрати». На підставі первинних документів, аркушів-розшифровок, відомостей з нарахування амортизації, заробітної плати роблять запис у дебет рахунку 84 з кредиту різних рахунків (рахунки 66, 64, 20, 13 та інші).

З кредиту рахунку 84 витрати списують у дебет рахунків:

- ♦ 23 «Виробництво» — у сумі витрат, що включають до виробничої собівартості продукції;
- ♦ 79 «Фінансові результати» — у сумі інших операційних витрат.

Витрати малого підприємства, яке здійснює торгівельну діяльність, з кредиту рахунку 84 списують у дебет рахунку 79.

Витрати неопераційної діяльності списують з кредиту рахунку 85 у дебет рахунку 79.

У розділі II відомості 5-м ведуть облік на рахунку 23 «Виробництво». За дебетом рахунку 23 відображують витрати, а за кредитом рахунку 23 — оприбуткування готової продукції в дебет рахунку 26 «Готова продукція», або списання собівартості виконаних робіт і послуг — у дебет рахунку 79.

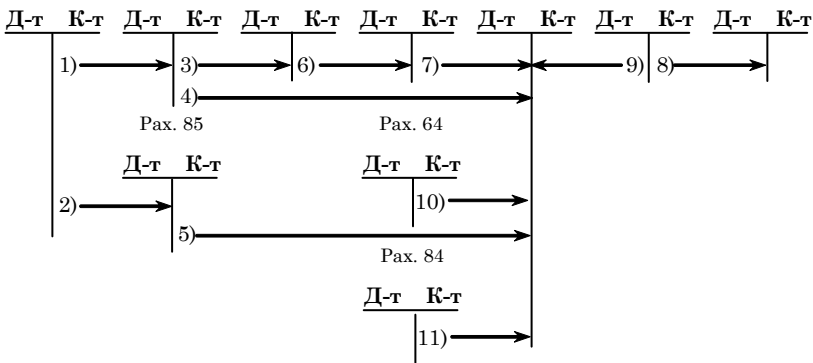
За результатами інвентаризації вартість виявлених у виробничих приміщеннях малих підприємств залишку сировини й матеріалів відображують за дебетом рахунку 20 «Виробничі запаси» і кредитом рахунку 79 «Фінансові результати». Одночасно на вартість залишку невикористаних сировини і матеріалів зменшують обороти червоним сторно за дебетом і кредитом рахунку 84 «Витрати операційної діяльності».

У розділі III відомості 5-м відображують нерозподілені прибутки, доходи, фінансові результати (рахунки 44 «Нерозподілені прибутки (непокріті збитки)», 70 «Доходи від реалізації», 79 «Фінансові результати»). Заповнюють цей розділ на підставі даних про рух грошових коштів (відомість 1-м), запасів (відомість 2-м), розрахунків (відомість 3-м).

У розділі IV відомості 5-м обліковують витрати майбутніх періодів, капітал, забезпечення майбутніх витрат і платежів (рахунки 39 «Витрати майбутніх періодів», 40 «Власний капітал», 47 «Забезпечення майбутніх витрат і платежів»).

Порядок відображення операцій на рахунках у малих підприємствах, які виробляють продукцію та займаються торгівельною діяльністю, показано на рис. 11.1 і 11.2.

Рах. 10, 13, 14,  
15, 18, 20, 23,  
26, 37, 64, 66, 68    Рах. 84    Рах. 23    Рах. 26    Рах. 79    Рах. 70    Рах. 30, 31, 37



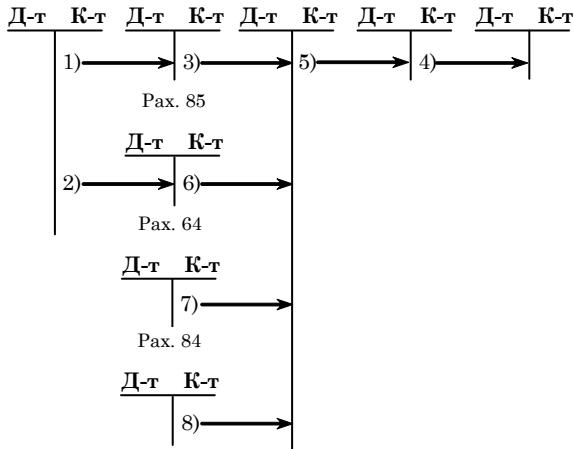
**Рис. 11.1. Відображення операцій на рахунках малих підприємств, які займаються виробництвом продукції:**

- 1) Відображено витрати операційної діяльності. 2) Відображено витрати неопераційної діяльності та надзвичайні витрати. 3) Списано витрати, які включають до виробничої собівартості продукції. 4) Списано витрати операційної діяльності, які не включають до виробничої собівартості продукції. 5) Списано інші витрати на фінансові результати. 6) Оприбутковано готову продукцію із виробництва. 7) Списано собівартість реалізованої продукції. 8) Відображено дохід (виручку) від реалізації продукції. 9) Списано на фінансові результати виручку від реалізації продукції. 10) Нараховано єдиний податок. 11) Відображено фінансові результати (прибуток)

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері



Рах. 10, 13, 14,  
15, 18, 20, 23,  
26, 37, 64, 66, 68 Рах. 84 Рах. 79 Рах. 70 Рах. 30, 31, 37



**Рис. 11.2. Відображення операцій на рахунках малих підприємств, які займаються торговельною діяльністю:**

- 1) Відображено витрати операційної діяльності.
- 2) Відображено витрати неопераційної діяльності та надзвичайні витрати.
- 3) Списано на фінансові результати операційні витрати.
- 4) Відображено дохід (виручку) від реалізації продукції.
- 5) Списано на фінансові результати виручку від реалізації товарів.
- 6) Списано на фінансові результати інші (неопераційні) витрати.
- 7) Нараховано єдиний податок.
- 8) Відображено фінансові результати (прибуток)

Використовуючи залишки на рахунках на початок місяця, обороти за дебетом і кредитом, обчислюють залишки по рахунках на кінець місяця. За залишками, як і за оборотами, також зберігається рівність: сума залишків за кредитом усіх рахунків дорівнює сумі залишків за дебетом усіх рахунків.

Підсумкові дані відомостей за оборотів за кредитом відповідного рахунку в кореспонденції з дебетом інших рахунків переносять до оборотно-сальдової відомості, яка є Головною книгою шахової форми. Після перенесення підсумків із відомостей 1-м — 5-м у Головній книзі підраховують обороти за дебетом рахунків. Сума оборотів за кредитом усіх рахунків дорівнює сумі оборотів за дебетом усіх рахунків. Так перевіряють правильність проведених записів.

## 11.4. Облік податків

У частині віднесення сплачених податків і зборів у бухгалтерському обліку за рахунок відповідних джерел можна виділити такі групи, зокрема, за рахунок:

- 1) прибутку — в дебет рахунку 98 «Податок на прибуток»;

2) покупців з включенням податків до ціни реалізації — в дебет рахунку 70 «Доходи від реалізації»;

3) виробництва — в дебет рахунків 23, 91;

4) фінансових результатів — в дебет рахунків 92, 93;

5) оплати праці — в дебет рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам».

Нарахування податків записують у кредит рахунку 64 «Розрахунки за податками й платежами». У разі сплати податків — дебет рахунку 64 і кредит рахунку 31 «Рахунки в банках».

Порядок нарахування і сплати кожного податку регулюється відповідним законом, норми якого враховують під час організації обліку.

Загальні вимоги щодо нарахування і сплати податків і зборів регулюються Законом України «Про порядок погашення зобов'язань платників податків перед бюджетами та державними цільовими фондами».

Платник податку зобов'язаний сплатити суму податкового зобов'язання, зазначену у поданій ним податковій декларації, впродовж 10 календарних днів, що настають за останнім днем відповідного граничного терміну, передбаченого для подання податкової декларації.

Податкові декларації подають до податкової інспекції за базовий податковий (звітний) період, який дорівнює:

а) календарному місяцю — впродовж 20 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) місяця;

б) календарному кварталу або календарному півріччю — впродовж 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) кварталу (півріччя);

в) календарному року — впродовж 60 календарних днів за останнім календарним днем звітного (податкового) року.

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 теж непрямий податок, який включається до ціни товару і оплачується покупцем продавцю, а останній — сплачує до бюджету.

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 оподатковують за ставкою 20 %.

Платник податку зобов'язаний надати покупцю податкову накладну. Її складають 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 включення до податкового кредиту витрат зі сплати податку на додану вартість.

Без отримання податкової накладної підставою для нарахування податкового кредиту в разі поставки товарів (послуг) за готівку чи з розрахунками картками платіжних систем, банківськими або персональними чеками у межах граничної суми (10 000 грн), встановленої Національним банком України для готівкових розрахунків, є належним чином оформлений товарний чек, інший платіжний чи розрахунковий документ, що підтверджує прийняття платежу постачальником від отримувача таких товарів (послуг), а також транспортний квиток, готельний рахунок або рахунок, який виставляють платнику податку за послуги зв'язку, інші послуги, вартість яких визначають за показниками приладів обліку, що містять загальну суму платежу, суму податку та податковий номер продавця.

У касових чеках, де зазначено суму поставлених товарів (послуг), загальну суму нарахованого податку (з визначенням фіскального номера, але без визначення податкового номера постачальника), загальна сума поставлених товарів (послуг) не може перевищувати 200 грн за день (без урахування податку на додану вартість).

Платники ПДВ повинні вести реєстр податкових накладних, порядок ведення якого затверджено наказом Державної податкової адміністрації України.

Податковий період з ПДВ може дорівнювати одному місяцю або кварталу 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, визначають як різницю 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, сплачують податок на прибуток. Оподатковуваний прибуток визначають

зменшенням валового доходу звітного періоду на суми валових витрат платника податку та амортизаційних відрахувань. Прибуток оподатковують за ставкою 25 % до об'єкта оподаткування.

Під час нарахування податку на прибуток дебетують рахунок 98 «Податок на прибуток» і кредитують рахунок 64 «Розрахунки за податками й платежами».

Упродовж звітного (податкового) кварталу платники податку, крім нерезидентів та виробників сільськогосподарської продукції, сплачують до бюджету за перший та другий місяці такого кварталу авансові внески з податку на прибуток за підсумками першого та другого місяців звітного (податкового) кварталу до 20 числа і третього місяців такого кварталу відповідно.

Акцизний збір — це непрямий податок, який включається до ціни товарів і сплачується покупцем продавцю, а останній сплачує ці суми до бюджету. Порядок і терміни сплати визначено Інструкцією.

Акцизний збір сплачують підприємства, які виробляють і продають підакцизні товари, перелік яких і ставки акцизного збору встановлюються законами та постановами уряду.

У разі ввезення 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 вважають момент оформлення вантажної митної декларації.

Суму акцизного збору, якщо ставка встановлена у відсотках до митної вартості, обчислюють за формулою

$$C_a = BA, \quad (11.2)$$

де  $B$  — митна вартість;  $A$  — ставка акцизного збору.

Суму акцизного збору, якщо ставка встановлена в грошовому еквіваленті до фізичної одиниці вимірювання товару, визначають за формулою

$$C_a = HA, \quad (11.3)$$

де  $H$  — кількість товару у фізичних одиницях вимірювання.

**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, щокварталу складають і подають до податкового органу Декларацію про валютні цінності, доходи або майно, що належать резиденту України і перебувають за її межами.

Декларація має п'ять розділів. У розділі I «Загальні відомості» подають повну назву резидента, його адресу, код, назви країн і адреси іноземних банків, де відкрито рахунки. У розділі II «Фінансові вкладення» розшифровують види фінансових вкладень та 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, отримані за межами України» призначений для відображення інформації про суми отриманих доходів в іноземній валюті за межами України. У розділі V «Інформаційні відомості» наводять 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 «Про внесення змін до деяких законів України щодо фінансування дорожнього господарства» від 16.07.99 р. № 986-XIV. Розмір податку залежить від об'єму циліндрів двигуна, потужності електродвигуна, довжини транспортного водного засобу.

Для визначення суми податку складають розрахунок за встановленою формою станом на 1 січня поточного року, який платник податку подає до податкових органів за місцезнаходженням та місцем постійного базування транспортних засобів не пізніше від 15 березня наступного за звітним року. За придбаними впродовж року транспортними засобами такий розрахунок подають у 10-денний термін після реєстрації у відповідних органах.

Перелік пільг та суму податку, не сплаченого через отримання пільг, подають у «Звіті про суми отриманих пільг з оподаткування в розрізі окремих видів податків і пільг з кожного виду податку».

Для сплати податків виписують платіжне доручення, яке подають до банку в установлені терміни.

Переплачені суми податків за заявою платника зараховують у рахунок наступних платежів або повертають йому на поточний рахунок.

У разі нарахування непрямих податків (ПДВ, акцизного збору та інших, передбачених законодавством) запис роблять за дебетом рахунку 70 і кредитом рахунку 64; а під час сплати — за дебетом рахунку 64 і кредитом рахунку 31.

Підприємства сплачують також різні місцеві податки і збори, які відносять у витрати. Під час нарахування податків, які не включають до виробничої собівартості продукції, дебетують рахунки 92 «Адміністративні витрати» або 93 «Витрати на збут» і кредитують рахунок 64 «Розрахунки за податками й платежами». Нарахування податків, які включають до виробничої собівартості продукції, здійснюють за дебетом рахунків 23 «Виробництво» і 91 «Загальновиробничі витрати» і кредитом рахунку 64.

Суб'єкти підприємницької діяльності мають утримувати із заробітної плати працівників податок з доходів фізичних осіб. При

цьому дебетують рахунок 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» і кредитують рахунок 64. Цей податок перераховують у разі отримання в банку грошей для виплати заробітної плати: дебет рахунку 64, кредит рахунку 31.

Згідно з чинним законодавством на заробітну плату здійснюють такі нарахування (у відсотках до заробітної плати) (табл. 11.5):

а) Пенсійний фонд України — 32,3 %;

б) Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності — 2,9 %;

в) Фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття — 1,6 %;

г) Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України — за встановленими тарифами, які диференційовані по групах галузей економіки (видах робіт) залежно від класу професійного ризику виробництва. Законом їх встановлено 20. Для сільського господарства діє страховий тариф 0,2 % до фактичних витрат на оплату праці найманих працівників. Галузі обслуговування сільського господарства, сільськогосподарське управління сільським господарством сплачують до фонду 0,5 % витрат на оплату праці.

Таблиця 11.5. Нарахування на оплату праці

Назва нарахування	Ставка нарахування
Внески до Пенсійного фонду України:	
а) роботодавці	32,3 %
б) роботодавці, у яких працюють інваліди	4 % — за інвалідів 32 % — за інших працівників
в) підприємства всеукраїнських громадських організацій, де кількість інвалідів становить не менше ніж 50 % загальної чисельності працюючих	4 %
г) фізичні особи-суб'єкти підприємницької діяльності	32 %
Внески до Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності	2,9 %
Внески до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття	1,6 % на заробіток інвалідів не нараховують
Внески до Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України	Від 0,2 до 13,8 % залежно від класу професійного ризику виробництва підприємства

Порядок нарахування, перерахування, обліку та використання коштів фондів соціального забезпечення викладено в інструкціях, затверджених відповідними фондами.

Із заробітної плати утримання такі (табл. 11.6):

1) податок з доходів фізичних осіб;

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері

Таблиця 11.6. Утримання із оплати праці

Назва утримання	Ставка утримання
Податок з доходів фізичних осіб	13 % від об'єкта оподаткування; з 1 січня 2007 р. ставка оподаткування 15 %
Внески до Пенсійного фонду України:	
а) наймані працівники, які працюють за трудовими та цивільно-правовими договорами	1 % — коли дохід до 150 грн включно; 2 % — коли дохід більше ніж 150 грн
б) фізичні особи, які працюють за трудовими договорами (контрактами) та мають статус державного службовця або працюють на посадах, роботу на яких зараховують до трудового стажу на отримання пенсії за спеціальними законами України	Від 1 до 5 % за шкалою залежно від розміру доходу
Внески до Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності	0,5 % — для працівників, заробітна плата яких нижча від прожиткового мінімуму; 1,0 % — для працівників, заробітна плата яких вища від прожиткового мінімуму
Внески до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття	0,5 % (інваліди і пенсіонери внески не сплачують)

2) до Пенсійного фонду України — 1 % із заробітної плати за зарплати до 150 грн і 2 % — за зарплати понад 150 грн.

Фізичні особи, які працюють за трудовими договорами (контрактами) і мають статус державного службовця або працюють на посадах, роботу на яких зараховують до трудового стажу, що дає право на отримання пенсії за спеціальними законами України, сплачують з доходу внески до Пенсійного фонду з частини доходу в розмірі:

- а) що не перевищує 150 грн, — 1 %;
- б) від 151 до 250 грн — 2 %;
- в) від 251 до 350 грн — 3 %;
- г) 351 до 500 грн — 4 %;
- д) понад 500 грн — 5 %;

3) до Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності:

♦ для найманих працівників — від суми оплати праці, що включає основну та додаткову заробітну плату, а також інші заохочувальні та компенсаційні виплати, у тому числі в натуральній формі, які підлягають обкладанню податком з доходів фізичних осіб:

♦ 0,25 % — для найманих працівників, які працюють на підприємствах і в організаціях УТОГ і УТОС;

♦ 0,5 % — для найманих працівників, заробітна плата яких нижча від прожиткового мінімуму, встановленого для працездатної особи;

♦ 1,0 % — для найманих працівників, заробітна плата яких вища від прожиткового мінімуму, встановленого для працездатної особи;

4) до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття — 0,5 % із заробітної плати.

Страхові внески до солідарної системи нараховують (і утримують) у межах максимальної величини, встановленої законом про розмір страхових внесків. Цю максимальну величину слід визначати щороку на рівні величини семи середніх заробітних плат, що склалася в попередньому календарному році, і вона не може бути меншою від діючої максимальної величини фактичних витрат на оплату праці найманих працівників, оподаткованого доходу (прибутку), сукупного оподаткованого доходу (граничної суми заробітної плати (прибутку), з яких стягуються страхові внески до соціальних фондів.

Максимальна величина фактичних витрат на оплату праці найманих працівників (а також сукупного оподаткованого доходу), на яку нараховують (утримують) страхові внески до соціальних фондів, у тому числі до Пенсійного фонду, на 2005 р. становить 4100 грн на місяць з розрахунку на кожен фізичну особу — платника страхових внесків. З цієї суми сплачується тільки податок з доходів фізичних осіб.

Щороку граничну суму заробітних плат було встановлено на рівні:

- з 1 липня 1998 р. по 28 лютого 2001 р. — 1000 грн;
- з 1 березня 2001 р. по 30 квітня 2002 р. — 1600 грн;
- з 1 травня 2002 р. по 31 травня 2003 р. — 2200 грн;
- з 1 червня 2003 р. по 31 грудня 2004 р. — 2660 грн;
- з 1 січня 2005 р. по нині — 4100 грн.

Платники фіксованого сільськогосподарського податку не сплачують нарахування на заробітну плату до фондів соціального страхування, крім внесків до Пенсійного фонду, до якого відрахування здійснюються за спеціальною ставкою, а саме: у 2005 – 2006 рр. — 6,4 % суми фактичних витрат на оплату праці; у 2007 р. — 12,8; у 2008 р. — 19,2; у 2009 р. — 25,6; з 2010 р. — 32 %, тобто так, як і інші платники.

Порядок утримання податку з доходів фізичних осіб регулює Закон України «Про податок з доходів фізичних осіб» від 22.05.2003 р. № 889-IV. Об'єктом оподаткування є загальний місячний оподатковуваний дохід, зменшений на суму збору до Пенсійного фонду України та внесків до фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування.



Загальний місячний оподатковуваний дохід зменшується на суму податкової соціальної пільги, що дорівнює одній мінімальній заробітній платі (у розрахунку на місяць), встановленій Законом на 1 січня звітного податкового року, для будь-якого платника податку.

У Законі наведено перелік платників податку, які мають право на отримання пільг у підвищених розмірах: 150 або 200 % суми пільг, а саме:

♦ у розмірі, що дорівнює 150 % суми пільги, — для платника податку, який:

а) є самотньою матір'ю або самотнім батьком (опікуном, піклувальником) — у розрахунку на кожную дитину віком до 18 років;

б) утримує дитину — інваліда I або II групи — у розрахунку на кожную дитину віком до 18 років;

в) має трьох чи більше дітей віком до 18 років — у розрахунку на кожную таку дитину;

г) є вдівцем або вдовою;

д) є особою, віднесеною Законом до 1 або 2 категорії осіб, що страждали внаслідок Чорнобильської катастрофи, включаючи осіб, нагороджених грамотами Президії Верховної Ради УРСР у зв'язку з їх участю в ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи;

е) є учнем, студентом, аспірантом, ординатором, ад'юнктом, військовослужбовцем строкової служби;

є) є інвалідом I або II групи, у тому числі з дитинства;

ж) є особою, якій присуджено довічну стипендію як громадянину, що зазнав переслідувань за правозахисну діяльність, включаючи журналістів;

♦ у розмірі, що дорівнює 200 % суми пільги, — для платника податку, який є:

а) особою, що є Героєм України, Героєм Радянського Союзу або повним кавалером ордена Слави чи Трудової Слави;

б) учасником бойових дій під час Другої світової війни або особою, яка на той час працювала в тилу і має відповідні державні відзнаки;

в) колишнім в'язнем концтаборів, гетто та інших місць примусового утримання під час Другої світової війни або особою, визнаною репресованою чи реабілітованою;

г) особою, яка була насильно вивезена з території колишнього СРСР під час Другої світової війни на територію держав, що перебували у стані війни з колишнім СРСР або були окуповані фашистською Німеччиною та її союзниками;

д) особою, яка перебувала на блокадній території колишнього Ленінграда (Санкт-Петербург, Російська Федерація) у період з 8 вересня 1941 р. по 27 січня 1944 р.

Закон передбачає (підпункт 6.5.1), що податкова соціальна пільга застосовується до доходу, отриманого платником податку

як заробітна плата впродовж звітнього податкового місяця, якщо його розмір не перевищує суми місячного прожиткового рівня для працездатної особи, встановленого на 1 січня звітнього податкового року, помноженої на 1,4 та округленої до найближчих 10 грн.

Із оподаткованого доходу податок утримує податковий агент — юридична особа (її філія, відділення, інший відокремлений підрозділ) або фізична особа чи нерезидент або його представництво, які незалежно від їх організаційно-правового статусу та способу оподаткування іншими податками зобов'язані нараховувати, утримувати та сплачувати цей податок до бюджету від імені та за рахунок платника податку, вести податковий облік та подавати податкову звітність податковим органам відповідно до Закону, а також нести відповідальність за порушення норм цього Закону.

Податковим агентом, зокрема, є фізична особа — суб'єкт підприємницької діяльності, яка використовує найману працю інших фізичних осіб, щодо виплати заробітної плати (інших виплат та винагород) таким іншим фізичним особам.

Податок підлягає сплаті (перерахуванню) до бюджету під час виплати оподаткованого доходу єдиним платіжним документом. Банки не мають права приймати платіжні документи на виплату доходу, які не передбачають сплати (перерахування) цього податку до бюджету. Якщо оподатковуваний дохід нараховано, але не виплачено платнику податку особою, що його нараховує, то податок, який підлягає утриманню з такого нарахованого доходу, підлягає сплаті (перерахуванню) до бюджету у терміни, встановлені Законом для місячного податкового періоду.

Якщо оподатковуваний дохід виплачується у негрошовій формі чи готівкою з каси резидента, то податок сплачується (перераховується) до бюджету впродовж банківського дня, що настає за днем такої виплати.

Платник податку, що отримує доходи, нараховані особою, яка не є податковим агентом, зобов'язаний включити суму таких доходів до складу загального річного оподаткованого доходу та подати річну декларацію з цього податку.

Особу, яка не є податковим агентом, вважають нерезидентом або фізичною особою, яка не має статусу суб'єкта підприємницької діяльності.

Постановою Кабінету Міністрів України «Про заходи щодо запровадження ідентифікаційних номерів фізичних осіб — платників податків та інших обов'язкових платежів» від 06.11.97 р. № 1232 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 починаючи з 1 січня 1998 р. ідентифікаційні номери Державного реєстру платників податків та інших обов'язкових платежів.



З метою обліку сум виплачених доходів і утриманих з них податків Державна податкова адміністрація України затвердила наказом № 451 від 29.09.2003 р. форму довідки № 1ДФ «Податковий розрахунок сум доходу, нарахованого (сплаченого) на користь платників податку, і сум утриманого з них податку».

До Пенсійного фонду України сплачують внески одночасно з виплатою заробітної плати, а в разі натуральної виплати — в останній робочий день базового звітного періоду, яким є календарний місяць. Якщо заробітну плату нараховано, але не виплачено, то пенсійні внески сплачують не пізніше ніж через 20 календарних днів із дня закінчення попереднього місяця.

Порядок нарахування (обчислення) та терміни сплати страхових внесків на загальнообов'язкове державне пенсійне страхування визначено Інструкцією, затвердженою постановою правління Пенсійного фонду України № 21-1 від 19.12.2003 р.

Терміни сплати внесків до інших соціальних фондів визначені відповідними інструкціями:

- ♦ Інструкцією про порядок обчислення і сплати внесків на загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття та обліку їх надходження до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття, затвердженою наказом Міністерства праці та соціальної політики України № 339 від 18.12.2000 р.;

- ♦ Інструкцією про порядок надходження, обліку та витрачання коштів Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, затвердженою постановою правління Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності № 16 від 26.06.2001 р.;

- ♦ Інструкцією про порядок перерахування, обліку та витрачання страхових коштів Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України, затвердженою постановою правління Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України № 12 від 20.04.2001 р.

Терміни сплати податків наведено в табл. 11.7.

Нараховану оплату праці в первинних документах у подальшому обліковому процесі накопичують у двох напрямках: 1) по кожному працівнику — для організації розрахунків з оплати праці; 2) за об'єктами обліку — для віднесення сум оплати праці по конкретних об'єктах (споживачах).

Для пришвидшення розрахунків з оплати праці та їх контролю працівникам бухгалтерії доцільно мати таблиці розмірів тарифних ставок і посадових окладів, таблиці для утримання податку, копії колективних договорів, положення про оплату праці, систематизовані збірники з трудового законодавства та інші нормативні документи, зразки підписів керівників господарських підрозді-

лів, обліковців та інших осіб, які підписують первинні документи для нарахування заробітної плати.

Таблиця 11.7. Терміни сплати податків

Порядок виплати заробітної плати	Термін сплати				
	Податок з доходів фізичних осіб	Внески до Пенсійного фонду України	Внески до Фонду соціального страхування на випадок безробіття	Внески до Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності	Внески до Фонду соціального страхування від нещасного випадку на виробництві
Готівкою, отриманою з банку	Під час виплати доходу єдиним платіжним документом	Одночасно з отриманням коштів на оплату праці	Одночасно з отриманням коштів на оплату праці	Одночасно з отриманням коштів на оплату праці	Одночасно з отриманням коштів на оплату праці
Готівкою з виручки	Упродовж банківського дня, що настає за днем виплати	Одночасно з виплатою	Не пізніше наступного дня після здійснення виплат	Не пізніше від наступного дня після здійснення виплат	Не пізніше від наступного дня після здійснення виплат
Безготівково	Під час виплати доходу	Одночасно з проплатою	У день перерахування коштів на особові рахунки	У день перерахування коштів на особові рахунки	У день перерахування коштів на особові рахунки
Натуральна оплата	Упродовж банківського дня, що настає за днем виплати	В останній робочий день місячного звітного періоду	Не пізніше від наступного дня після здійснення виплат	Не пізніше від наступного дня після здійснення виплат	Не пізніше від наступного дня після здійснення виплат
Нараховано, але не виплачено	Не пізніше від 30 числа наступного місяця	Не пізніше ніж через 20 календарних днів із дня закінчення попереднього місяця	Не сплачуються	Не сплачуються	Не сплачуються

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері

Первинні документи із заробітної плати в бухгалтерії перевіряють з формальної сторони, арифметично і по суті. Неправильно оформлені документи повертають назад у відповідні підрозділи підприємства.

Підрахунок даних про нараховану суму оплати праці по кожному працівнику здійснюють у розрахунково-платіжних відомостях (форма П-49), які складають по цехах, бригадах та інших структурних підрозділах підприємства.

Під час відкриття відомості в ній записують прізвище працівника, його табельний номер, професію або посаду, розряд (ставку) і сальдо по розрахунках на початок місяця за підприємством або за працівником. Для цього використовують дані розрахунково-платіжних та платіжних відомостей за минулий місяць.

У розділі «Нараховано» записують суми нарахованої оплати праці за її видами. Підставою для підрахунку і запису нарахованої оплати праці слугують первинні документи.

Дані про нараховані суми допомоги по тимчасовій непрацездатності, по вагітності і пологах, премії за рахунок спеціальних фондів, дивіденди та інші нараховання заносять до розрахунково-платіжної відомості із листків непрацездатності, спеціальних розрахунків тощо. Потім вираховують суму «Всього належить». Для цього до нарахованих сум за місяць додають (або віднімають) суму заборгованості на початок місяця.

У розділі «Утримано і виплачено» спочатку записують видану касою оплату праці за другу половину минулого місяця та аванс у рахунок заробітку поточного місяця. Підставою для таких записів є дані з обліку касових операцій. Після цього відображують суми утримань із оплати праці. Визначають суму, яка підлягає виплаті.

Із оплати праці утримують податок з доходів з фізичних осіб, збір на обов'язкове державне пенсійне страхування, за виконавчими листами, своєчасно не повернуті суми підзвітними особами та інші утримання, передбачені чинним законодавством. Аліменти утримують із суми заробітку (доходу), що належать особі, яка сплачує аліменти, після утримання із цього заробітку (доходу) податків. Водночас із оплати праці можуть бути проведені утримання за дорученням працівників — страхові внески, погашення позичок, профспілкові внески тощо. Це власне не утримання, а виконання доручення працівників, за здійснення яких бухгалтери можуть отримувати винагороду.

Розрахунково-платіжні відомості підписують керівник підприємства і головний бухгалтер, після чого касир має право видавати заробітну плату. За отримані суми грошей працівники підписуються у відомості.

Розрахунково-платіжні відомості заміняють особові рахунки з обліку розрахунків з працівниками з оплати праці. Замість розрахунково-платіжних відомостей на підприємстві можна використовувати Книгу обліку розрахунків з оплати праці, яка за будовою аналогічна відомості.

Особові рахунки з оплати праці можна вести на картках. На кожного працівника заводять окрему картку, де роблять записи

про нарахування і виплату заробітної плати та стан розрахунків з працівником, використовуючи розрахунково-платіжні відомості. Ведення карток дає змогу швидко отримувати інформацію по кожному працівнику. Проте застосування їх збільшує обсяг облікової роботи. Тому не завжди ефективно паралельно з розрахунково-платіжними відомостями вести ще й картки з оплати праці, тобто ті самі показники дублювати два рази. Особові рахунки з нарахування оплати праці (картки або відомості) зберігають на підприємстві постійно (50 років).

Розрахунково-платіжні відомості складають по структурних підрозділах. Дані відомостей по підприємству узагальнюють складанням Зведеної відомості № 10.2.3 с.-г. по розрахунках з робітниками та службовцями. Таке зведення з оплати праці дає можливість мати узагальнюючі дані загалом по підприємству про суми нарахованої оплати праці, утримань із неї та суми до виплати. Ці дані необхідні для контролю витрачання фонду оплати праці, визначення загальних сум для перерахування податків, отримання готівки в установі банку для видачі працівникам, складання звітності тощо.

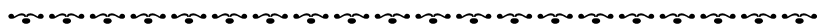
Нарахування на оплату праці здійснюють за Зведеною відомістю № 10.2.1 с.-г. нарахування та розподілу оплати праці та відрахувань від неї по об'єктах обліку, де розподіляють оплату праці і відрахування по об'єктах обліку.

Виплату із каси сум з оплати праці зазвичай здійснюють не за розрахунково-платіжними, а за платіжними відомостями. Для цього із розрахунково-платіжних відомостей записують у платіжні відомості прізвище, ім'я та по батькові працівника, його табельний номер і суму до отримання. Такий порядок установлюють для великих підприємств, де касир завантажений лише однією роботою — веденням касових операцій. На малих підприємствах функції касира може виконувати бухгалтер. У такому разі немає потреби складати окремо платіжну відомість. За таких умов заробітну плату краще видавати за розрахунково-платіжною відомістю.

Неотриману у визначений термін оплату праці відносять на рахунок розрахунків з депонентами, а в платіжній відомості проти прізвища особи, яка не отримала її, ставлять відмітку «Депоновано». Суми депонованої оплати праці заносять до Книги обліку розрахунків з депонентами форма № 10.2.2 с.-г. і видають потім за видатковими касовими ордерами. За умови перенесення неотриманих сум оплати праці до розрахунково-платіжної відомості на наступний місяць як сальдо потреба у веденні Книги обліку депонованої заробітної плати відпадає, що зменшує обсяг облікової роботи.

Суми депонентської заборгованості обліковують до їх погашення.

У розрахунково-платіжній відомості сальдо на початок місяця за підприємством буде зазвичай завжди, бо оплату праці в поточному місяці видають за минулий місяць. Наприклад, підприємство видає оплату праці третього числа кожного місяця. Отже, ска-



жімо, станом на 1 квітня у відомості буде показана сума оплати праці за березень, яка має виплачуватися 3 квітня. Тобто 3 квітня колишня заборгованість зникне, хоча на перше число квітня була відображена у відомості. Залишок по ній має відповідати синтетичному рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам».

На малих підприємствах можна організувати роботу так, щоб оплату праці нараховували і видавали в одному місяці. Наприклад, нараховували оплату праці за квітень і видали її в квітні. За таких умов залишків заборгованості на початок і кінець місяця може не бути, що значно спрощує порядок ведення розрахунково-платіжної відомості. В ній при цьому достатньо показувати нарахування оплати праці, утримання з неї і виплату.

Суми нарахованої оплати праці згідно з розрахунково-платіжними відомостями мають дорівнювати сумам, що відносять на об'єкти обліку.

Групування даних первинних документів у двох напрямках (по працівниках і за об'єктами обліку) досить трудомістка робота. Тому її виконують зазвичай за допомогою ЕОМ.

Аналітичний облік по рахунку 65 «Розрахунки за страхуванням» ведуть у Відомості аналітичного обліку № 10.2.4 с.-г. По кожному аналітичному рахунку в ній є окремий розділ. Нарахування з соціального страхування (кредит рахунку 65) показують згідно зі Зведеною відомістю № 10.2.1 с.-г. нарахування та розподілу оплати праці та відрахувань від неї по об'єктах обліку. Перерахування до соціальних фондів (дебет рахунку 65) відображують за виписками банку.

Облік розрахунків з оплати праці ведуть на рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам». До рахунку 66 відкривають два субрахунки: 661 «Розрахунки за заробітною платою»; 662 «Розрахунки з депонентами». На першому субрахунку обліковують суми нарахованої оплати праці, а на другому — невиплаченої (депонованої) оплати праці.

За дебетом субрахунку 661 обліковують усі види утримань із оплати праці, виплату оплати праці, депонування (перерахунок на субрахунок 662) оплати праці, за кредитом — відображують нарахування оплати праці і виплат, які не входять до складу фонду оплати праці.

На рахунку 66 може бути розгорнуте сальдо:

- ♦ кредитове — означає заборгованість підприємства з оплати праці працівникам;

- ♦ дебетове — означає заборгованість працівників підприємству з оплати праці. Дебетове сальдо може виникати лише в окремих випадках, наприклад, коли є переплати з оплати праці.

Під час нарахування оплати праці запис роблять за кредитом рахунку 66 і дебетом різних рахунків, на які відносять оплату праці (табл. 11.8). Заробітна плата завжди має бути віднесена на конкретний об'єкт обліку (структурний підрозділ, вид продукції, послуг тощо).

Таблиця 11.8. Кореспонденція рахунків з обліку оплати праці  
(без використання транзитного рахунку 81 «Витрати на оплату праці»)

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
	Дебет	Кредит
Нараховано оплату праці: за навантаження і доставку куплених матеріальних цінностей  за виробництво продукції  з будівництва, закладання і вирощування багаторічних насаджень, придбання основних засобів та інших видів капітальних інвестицій  з торговельної діяльності в торгових підприємствах	20 «Виробничі запаси», 28 «Товари» 23 «Виробництво»  15 «Капітальні інвестиції»  93 «Витрати на збут»	66 «Розрахунки за виплатами працівникам» 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» 66 «Розрахунки за виплатами працівникам»
Нараховано оплату праці персоналу адміністрації підприємства	92 «Адміністративні витрати»	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»
Нараховано допомогу за час тимчасової непрацездатності та інші виплати за рахунок фондів соціального страхування	65 «Розрахунки за страхуванням»	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»
Задепоновано несплачену заробітну плату	661 «Розрахунки за заробітною платою» 97 «Інші витрати»	662 «Розрахунки з депонентами» 66 «Розрахунки за виплатами працівникам»
Нараховано оплату праці за роботи з реалізації або ліквідації необоротних активів	47 «Забезпечення майбутніх витрат і платежів»	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»
Нараховано відпускні за рахунок раніше створеного резерву	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	64 «Розрахунки за податками й платежами»
Утримано із оплати праці податок з доходів фізичних осіб	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»
Утримано з оплати праці збір на обов'язкове державне пенсійне страхування, за соціальне страхування та страхування на випадок безробіття	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	372 «Розрахунки з підзвітними особами»
Утримано із оплати праці суми заборгованості за підзвітними особами	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	37 «Розрахунки з різними дебіторами»
Утримано з оплати праці за виконавчими листами та інші утримання	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	30 «Каса»
Виплачено з каси заробітну плату	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	31 «Рахунки в банках»
Перераховано з поточного рахунку підприємства гроші в банк на картковий рахунок працівника для виплати заробітної плати за платіжною картою	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері



Нараховані, але неотримані персоналом у встановлений термін суми з оплати праці депонують і відображують за дебетом субрахунку 661 «Розрахунки за заробітною платою» і кредитом субрахунку 662 «Розрахунки з депонентами». Внесення неотриманої заробітної плати в банк записують за дебетом рахунку 31 «Рахунки в банках» і кредитом рахунку 30 «Каса». Отримання в банку сум депонованої заробітної плати оформляють: дебет рахунку 30 і кредит рахунку 31. Виплату із каси заробітної плати депоненту відображують: дебет субрахунку 662 і кредит рахунку 30.

Депонент (від лат. *deponens (deponentis)* — той, що відкладає) — фізична або юридична особа, яка внесла цінності (грошові суми або цінні папери) в депозит (тобто до банків, інших установ) на зберігання. Депонентами є працівники підприємств, які з тієї чи іншої причини не отримали у визначений термін належну їм нараховану заробітну плату. Не отриману у визначений термін заробітну плату вважають депонованою.

Згідно з Планом рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій та Інструкцією з його застосування облік операцій з депонентами ведуть на субрахунку 662 «Розрахунки з депонентами» рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам».

Депоновані суми виплачують не за відомостями, а за видатковими касовими ордерами, які виписують окремо на кожну особу. Номер видаткового касового ордера і суму, виплачену за ним, записують у Книгу обліку розрахунків з депонентами напроти місяця, в якому здійснено виплату. Різниця між кредитом (віднесено на рахунок депонента) і дебетом (виплачено) Книги обліку розрахунків з депонентами буде величиною невикраченої заробітної плати по кожному працівнику.

Нарахування та оплата відпускних здійснюються зі створенням резерву.

Згідно з П(С)БО 11 «Зобов'язання» забезпечення — це зобов'язання з невизначеними сумою або часом погашення на дату балансу.

Відшкодування наступних (майбутніх) витрат на виплату відпусток працівникам здійснюють за допомогою забезпечення. Його створюють з виникненням унаслідок минулих подій зобов'язання, погашення якого ймовірно призведе до зменшення ресурсів, що втілюють у собі економічні вигоди, та його оцінка може бути визначена розрахунково. Суми створених забезпечень визнають витратами. Забезпечення використовують для відшкодування лише тих витрат, для покриття яких воно було створено.

Щомісячну суму резерву на відпустки визначають установленим планового відсотка до фактично нарахованої суми заробітної плати. Цього резерву має вистачати на виплату відпускних та нарахувань на них. Для підрахунку розміру резерву на відпустки можна скористатися такою формулою:

$$PB = 3П(ОВ : ФО)КН,$$

(11.4)

де *3П* — фактична заробітна плата за місяць; *ОВ* — річна планова сума оплати відпусток; *ФО* — річний плановий фонд оплати праці; *КН* — коефіцієнт нарахувань до соціальних фондів, який розраховують так:  $(100 + 32,3 + 2,9 + 1,6 + K) : 100$  (32,3 — ставка нарахувань у відсотках на заробітну плату збору до Пенсійного фонду; 2,9 — ставка нарахувань у відсотках на заробітну плату збору до Фонду соціального страхування на випадок тимчасової втрати працездатності; 1,6 — ставка нарахувань у відсотках на заробітну плату збору до Фонду соціального страхування на випадок безробіття; *K* — ставка нарахувань у відсотках на заробітну плату збору до Фонду соціального страхування від нещасного випадку та професійного захворювання, яка залежить від класу професійного ризику по галузі).

Рух коштів, які за рішенням підприємства резервують для забезпечення майбутніх витрат і платежів та включення їх до витрат поточного періоду, обліковують на рахунок 47 «Забезпечення майбутніх витрат і платежів». Це пасивний рахунок, за кредитом якого відображують нарахування забезпечень, за дебетом — використання їх.

Рахунок 47 «Забезпечення майбутніх витрат і платежів» має чотири субрахунки:

- ♦ 471 «Забезпечення виплат відпусток»;
- ♦ 472 «Додаткове пенсійне забезпечення»;
- ♦ 473 «Забезпечення гарантійних зобов'язань»;
- ♦ 474 «Забезпечення інших витрат і платежів».

На субрахунок 471 обліковують рух та залишки коштів на оплату чергових відпусток працівникам. Суму забезпечення визначають щомісяця як добуток фактично нарахованої заробітної плати працівникам і відсотка, обчисленого як відношення річної планової суми на оплату відпусток до загального планового фонду оплати праці.

Забезпечення для виплати відпусток доцільно створювати з метою рівномірного віднесення на витрати по звітних періодах сум, які належить виплачувати працівникам за дні відпусток. Для створення забезпечення виплат на відпустки роблять запис за дебетом тих рахунків, на які віднесено оплату праці (рахунки 23, 91, 92, 93, 94 та ін.), і за кредитом рахунку 47. Фактично нараховані працівникам відпускну суми списують на зменшення створеного забезпечення: дебет рахунку 47 і кредит рахунку 66 «Розрахунки за виплатами працівникам». Використання забезпечення в частині обов'язкових відрахувань відносять у кредит рахунку 65 «Розрахунки за страхуванням».

Кредитове сальдо по субрахунку 471 на кінець року показує розмір невикористаного забезпечення, що обґрунтовується мно-

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері



женням кількості днів невикористаної відпустки на середньоденну заробітну плату. Недостатню суму забезпечення донараховують, а надлишок нарахованої суми сторнують заключними бухгалтерськими записами за грудень: дебет рахунків з обліку витрат (рахунки 23, 79) і кредит субрахунку 471.

Відображення операцій на рахунках бухгалтерського обліку зі створення резерву на відпустки та нарахування відпускних показано в табл. 11.9.

*Таблиця 11.9. Облік створення резерву на оплату відпускних (без використання рахунків класу 8)*

Зміст операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
	Дебет	Кредит	
Нараховано заробітну плату за травень	23 «Виробництво», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати»	661 «Розрахунки за заробітною платою»	10 000
Створено резерв оплати відпусток	23 «Виробництво», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати»	471 «Забезпечення виплат відпусток»	500
Нарахування на заробітну плату:			
Пенсійний фонд (32,3 %)	23 «Виробництво», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати»	651 «За пенсійним забезпеченням»	3230
Фонд соціального страхування на випадок тимчасової втрати працездатності (2,9 %)	23 «Виробництво», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати»	652 «За соціальним страхуванням»	290
Фонд соціального страхування на випадок безробіття (1,6 %)	23 «Виробництво», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати»	653 «За страхуванням на випадок безробіття»	160
Фонд соціального страхування від нещасних випадків (0,2 % взято умовно по класу 9 «Сільське господарство»)	23 «Виробництво», 91 «Загальновиробничі витрати», 92 «Адміністративні витрати»	656 «За страхуванням від нещасних випадків»	20
Утримання із заробітної плати:			
податок із доходів фізичних осіб	661 «Розрахунки за заробітною платою»	641 «Розрахунки за податками»	1200
Пенсійний фонд (1 або 2 %)	661 «Розрахунки за заробітною платою»	651 «За пенсійним забезпеченням»	150
Фонд соціального страхування на випадок тимчасової втрати працездатності (0,5 або 1 %)	661 «Розрахунки за заробітною платою»	652 «За соціальним страхуванням»	50

Зміст операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
	Дебет	Кредит	
Фонд соціального страхування на випадок безробіття (0,5 %)	661 «Розрахунки за заробітною платою»	653 «За страхуванням на випадок безробіття»	50
Нараховано працівнику відпустки за рахунок створеного резерву	471 «Забезпечення виплат відпусток»	661 «Розрахунки за заробітною платою»	280
Нарахування на відпустки: Пенсійний фонд (32,3 %)	471 «Забезпечення виплат відпусток»	651 «За пенсійним забезпеченням»	90,44
Фонд соціального страхування на випадок тимчасової втрати працездатності (2,9 %)	471 «Забезпечення виплат відпусток»	652 «За соціальним страхуванням»	8,12
Фонд соціального страхування на випадок безробіття (1,6 %)	471 «Забезпечення виплат відпусток»	653 «За страхуванням на випадок безробіття»	4,48
Фонд соціального страхування від нещасних випадків (0,2 % взято умовно по класу 9 «Сільське господарство»)	471 «Забезпечення виплат відпусток»	656 «За страхуванням від нещасних випадків»	0,56
Утримання із відпускних: податок з доходів фізичних осіб	661 «Розрахунки за заробітною платою»	641 «Розрахунки за податками»	27,31
Пенсійний фонд (2 %)	661 «Розрахунки за заробітною платою»	651 «За пенсійним забезпеченням»	5,60
Фонд соціального страхування на випадок тимчасової втрати працездатності (0,5 або 1 %)	661 «Розрахунки за заробітною платою»	652 «За соціальним страхуванням»	1,40
Фонд соціального страхування на випадок безробіття (0,5 %)	661 «Розрахунки за заробітною платою»	653 «За страхуванням на випадок безробіття»	1,40
Під час отримання грошей з банку в касу перераховано: податок з доходів (1200,00 + 27,31 = 1227,31)	641 «Розрахунки за податками»	31 «Рахунки в банках»	1227,31
збір до Пенсійного фонду (3230 + 150 + 90,44 + 5,60 = 3476,04)	651 «За пенсійним забезпеченням»	31 «Рахунки в банках»	3445,20

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері

Зміст операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
	Дебет	Кредит	
внески до Фонду соціального страхування на випадок тимчасової втрати працездатності (290 + 50 + 8,12 + 1,40 = 349,52)	652 «За соціальним страхуванням»	31 «Рахунки в банках»	349,52
внески до Фонду соціального страхування на випадок безробіття (160 + 50 + 4,48 + 1,40 = 215,88)	653 «За страхуванням на випадок безробіття»	31 «Рахунки в банках»	246,72
внески до Фонду соціального страхування від нещасних випадків (20 + 0,56 = 20,56)	656 «За страхуванням від нещасних випадків»	31 «Рахунки в банках»	20,56
Отримано в касу з поточного рахунку для виплати заробітної плати і відпускних 10000 – 1200 – 150 – 50 – 50 = 8550 (заробітна плата); 280 – 27,31 – 5,60 – 1,40 – 1,40 = 244,29 (відпускні); (8550 + 244,29 = 8794,29)	30 «Каса»	31 «Рахунки в банках»	8794,29
Виплачено з каси заробітну плату і відпускні	661 «Розрахунки за заробітною платою»	30 «Каса»	8794,29

Розрахунки з Пенсійним фондом України, Фондом загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття, Фондом соціального страхування України з тимчасової втрати працездатності, Фондом соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України обліковують на рахунку 65 «Розрахунки за страхуванням». У разі нарахування на оплату праці внесків до цих фонди роблять запис: дебет рахунків, на які віднесено оплату праці, і кредит рахунку 65. Перерахування грошей до фондів соціального страхування: дебет рахунку 65 і кредит рахунку 31. Утримання із заробітної плати внесків за страхування: дебет рахунку 66 і кредит рахунку 65.

## 11.5. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності

19 вересня 1999 р. набув чинності Указ Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 28.06.99 р. № 746/99. Згідно із цим указом спрощена система оподаткування, обліку та звітності запроваджується для таких суб'єктів малого підприємництва:

1) фізичних осіб, у трудових відносинах з якими, включаючи членів їхніх 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 за рік 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 вибирати спосіб оподаткування доходів за єдиним податком отриманням свідоцтва про сплату єдиного податку. Ставка його встановлюється місцевими радами за місцем реєстрації залежно від виду діяльності і не може становити менше ніж 20 грн та більш як 200 грн на місяць.

Якщо платник єдиного податку здійснює підприємницьку діяльність з використанням найманої праці або за участю членів його сім'ї, 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 включають 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 провадить торговельну діяльність, на кожного найманого працівника, що займається реалізацією товарів, веде 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 вибирають одну з таких ставок єдиного податку:

1) 6 % суми виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) без урахування акцизного збору у разі сплати податку на додану вартість;

2) 10 % суми виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), за винятком акцизного збору, у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку.

Для переходу на спрощену систему оподаткування, обліку та звітності подається письмова заява до органу державної податкової служби 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 вибрала 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 доріг 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 гуртово-роздрібній торгівлі алкогольних напоїв та пива;

- ♦ податок з доходів 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 ті податки, що сплачує фізична особа (перелічені вище). Юридичні особи також сплачують з доходів працівників відрахування до Пенсійного фонду України та на соціальне страхування на випадок безробіття.

Юридичні особи, які перейшли на спрощену систему, 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, в разі обрання ними єдиного податку за ставкою 6 %, — розрахунок про сплату податку на додану вартість. Такі суб'єкти повинні 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 вибрали ставку єдиного податку в розмірі 10 % 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 мають право 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» в частині 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 та засновникам цих суб'єктів, які не є суб'єктами малого підприємництва, перевищують 25 %;

- ♦ фізичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності, які займаються підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи і здійснюють торгівлю лікєро-горілчаними та тютюновими виробами, пально-мастильними матеріалами;

- ♦ особи, які здійснюють спільну діяльність, визначену п. 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 формою), порядок ведення якої затверджено наказом Державної податкової адміністрації України № 554 від 12.10.99 р.

У Книзі у хронологічній послідовності на підставі первинних документів роблять записи про операції, що відбулися у звітному (податковому) періоді.



**КНИГА ОБЛІКУ**  
**доходів і витрат суб'єкта малого підприємства —**  
**юридичної особи, яка застосовує спрощену систему**  
**оподаткування, обліку та звітності**  
**на 2006 рік**

Державна податкова адміністрація  
 (інспекція) Канівського району Черкаської області

Кооператив «Зоря»

Суб'єкт малого підприємства —  
 юридична особа

Ідентифікаційний код за ЄДРПОУ

**1400032651**

Кооператив «Зоря»

(назва)

с. Келеберда, Канівський район,

Черкаська область

(адреса, телефон)

Номери розрахункових (поточних) та інших рахунків, відкритих в установах банків  
26006301000048

№ з/п	Дата та номер банківського або касового документа	Сума виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, 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	02.02	1500			1500	
3	28.02					1500
4	01.03	2000			2000	
5	31.03					2275
6	31.03	2500			2500	
<b>Разом за I квартал</b>		6000			6000	5175

У графі 6 «Загальна сума виручки та позареалізаційних доходів» відображують усі надходження, отримані на розрахунковий (поточний) рахунок та в касу суб'єктом малого підприємства від продажу продукції (товарів, робіт, послуг), майна, включаючи основні фонди, які належать суб'єкту малого підприємства й реалізовані у звітному (податковому) періоді, позареалізаційні доходи та виручку від іншої реалізації.

Розділ 11

У графі 3 «Сума виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)» відображують 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» відображують суми, фактично отримані суб'єктом підприємницької діяльності на розрахунковий (поточний) рахунок та в касу від інших операцій (фінансовий результат від продажу цінних паперів, малоцінних та швидкозношуваних предметів, матеріалів, палива, орендну плату, відсотки, грошові кошти, отримані у вигляді безповоротної фінансової допомоги, кредиторську заборгованість, щодо якої минув строк 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 включають до складу виручки (доходу) суми акцизного збору.

У графі 7 «Загальна сума витрат, здійснених у зв'язку з веденням поточної діяльності» відображують фактичну суму витрат, проведених з розрахункового (поточного) рахунку 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 наростаючим підсумком з початку року.

Книга обліку доходів і витрат повинна бути прошнурована та мати пронумеровані сторінки. На останній сторінці вказують кількість сторінок, що є в Книзі, запис про це засвідчується підписом керівника, печаткою суб'єкта малого підприємництва та печаткою органу державної податкової служби, де зареєстрований суб'єкт малого підприємництва.

Застосування описаної книги є достатнім для податкового обліку. Нею можна обмежитися у малих підприємствах. А в більших підприємствах потрібний докладний 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 № 196 від 30.09.98 р. 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 вибрали спосіб оподаткування доходів за єдиним податком, можуть застосовувати спрощену форму бухгалтерського обліку, порядок ведення якої встановлено Методичними рекомендаціями щодо застосування реєстрів бухгалтерського обліку малими підприємствами, затвердженими наказом Міністерства фінансів України № 432 від 25.06.2003 р. Суб'єкти малого бізнесу, незалежно від технології та наявності виробництва продукції (робіт, послуг), його матеріаломісткості та кількості здійснюваних за місяць господарських операцій (обсягу документообо-



роту), можуть вибрати один з таких варіантів ведення спрощеної форми бухгалтерського обліку:

- ♦ просту форму бухгалтерського обліку;
- ♦ форму бухгалтерського обліку з використанням (веденням) реєстрів обліку майна малого підприємства.

Дані бухгалтерського обліку і Книги обліку доходів і витрат не збігаються, бо в бухгалтерському обліку доходи і витрати показують згідно з чинним положеннями (стандартами), а в Книзі — лише рух грошових коштів. Якщо підприємство сплачує єдиний податок у розмірі 6 % виручки від реалізації, то відмінність від наведеного прикладу (табл. 11.10) буде щодо відображення податку на додану вартість та розміру єдиного податку.

**Таблиця 11.10. Відображення господарських операцій на підприємстві, яке сплачує єдиний податок у розмірі 10 % виручки від реалізації**

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн	Книга обліку доходів і витрат	
	Дебет	Кредит		граф	сума, грн
Отримано матеріали від постачальника	20 «Виробничі запаси»	63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками»	400		
Оплачено за раніше отримані матеріали	63 «Розрахунки з постачальниками та підрядниками»	31 «Рахунки в банках»	400	7	400
Нараховано оплату праці	23 «Виробництво»	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	1000		
Утримано із оплати праці:					
податок з доходів фізичних осіб	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	64 «Розрахунки за податками й платежами»	150		
до Пенсійного Фонду і Фонду зайнятості	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	65 «Розрахунки за страхуванням»	15		
Нараховано на оплату праці у фонди соціального страхування	23 «Виробництво»	65 «Розрахунки за страхуванням»	375		
Списано матеріали	23 «Виробництво»	20 «Виробничі запаси»	3000		
Нараховано амортизацію	23 «Виробництво»	13 «Знос (амортизація) необоротних активів»	800		

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн	Книга обліку доходів і витрат	
	Дебет	Кредит		граф	сума, грн
Оприбутковано продукцію з виробництва	26 «Готова продукція»	23 «Виробництво»	5175		
Списано собівартість реалізації	79 «Фінансові результати»	26 «Готова продукція»	5175		
Виручка від реалізації	31 «Рахунки в банках»	79 «Фінансові результати»	6000	3	6000
Сплачено податок із доходів фізичних осіб	64 «Розрахунки за податками й платежами»	31 «Рахунки в банках»	150	7	150
Нараховано єдиний податок	79 «Фінансові результати»	64 «Розрахунки за податками й платежами»	600		
Сплачено єдиний податок	64 «Розрахунки за податками й платежами»	31 «Рахунки в банках»	600	7	600
Сплачено внески за страхування	65 «Розрахунки за страхуванням»	31 «Рахунки в банках»	375	7	375
Отримано в касу з поточного рахунку	30 «Каса»	31 «Рахунки в банках»	835		
Виплачено з каси заробітну плату	66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	30 «Каса»	835	7	835
Відображено нерозподілений прибуток	79 «Фінансові результати»	44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)»	225		

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері

Юридичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності до 20 числа місяця, що настає за звітним (податковим) періодом, подають розрахунок сплати єдиного податку за наведеною формою. Він затверджений окремо: а) для платників, які сплачують єдиний податок у розмірі 6 %; б) для платників, які сплачують єдиний податок у розмірі 10 %. За формою ці розрахунки практично однакові. Одночасно платники, які вибрали ставку єдиного податку в розмірі 6 %, подають розрахунок про сплату податку на додану вартість (ПДВ), 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 I квартал 2006 р.**

Державна податкова адміністрація  
(інспекція) Канівського району Черкаської області

Кооператив «Зоря»

Назва суб'єкта малого підприємництва — Ідентифікаційний код за ЄДРПОУ  
юридичної особи 1400032651

Кооператив «Зоря»  
(назва)

с. Келеберда, Канівський район,  
Черкаська область

(адреса, телефон платника)

№ з/п	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, осіб	01	4	4	4	4
2	Виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) без ураховання акцизного збору*	02	6000	1500	2000	6000
3	Виручка від реалізації основних фондів**	03				
4	<b>Всього</b> 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 до сплати за ставкою 6 % (за даними платника) (рядок 05 – рядок 06)	07	150	—	—	150

\* Виручкою від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) вважають суму, фактично отриману 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 вважають різницю між сумою, отриманою від реалізації цих фондів, та їх залишковою вартістю на момент продажу.

Розділ 11

Дата подання розрахунку

6 квітня 2006 року

Керівник суб'єкта малого підприємництва Дерева О.В. Дерева О.В. М.П.  
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)

Головний бухгалтер Омельченко О.М. Омельченко О.М.  
(підпис) (прізвище, ім'я, по батькові)

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 менше ніж 20 грн та більше ніж 100 грн за календарний місяць для громадян, які здійснюють підприємницьку діяльність самостійно. Для отримання патенту на здійснення підприємницької діяльності на всій території України фіксований податок встановлено у розмірі 100 грн.

Якщо платник податку здійснює підприємницьку діяльність з використанням найманої праці або за участю у підприємницькій діяльності членів його сім'ї, розмір фіксованого податку збільшують на 50 % за кожну особу.

Платник фіксованого податку вивільняється від ведення обов'язкового обліку доходів і витрат. Він офіційно не вивільнений від сплати податку на додану вартість (ПДВ) та акцизного збору. Проте за відсутності документів та обліку визначати розмір зазначених 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, що беруть участь у підприємницькій діяльності, вивільняються від сплати нарахунків на фонд оплати праці та інших нарахунків і зборів. Збір до Пенсійного фонду перераховують місцеві ради в розмірі 10 % суми отриманого фіксованого податку.

*Єдиний податок* регулюється Указом Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 28.06.99 р. № 746/99.

Фізичні особи мають право вибирати спосіб оподаткування доходів за єдиним податком отриманням свідоцтва про сплату єдиного податку.

Порядок видачі Свідоцтва про право сплати єдиного податку суб'єктом малого підприємництва — юридичною особою затверджено наказом Державної податкової адміністрації України № 709/4002 від 18.10.99 р. 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 справляється з одиної земельної площі. Він визначений Законом України «Про фіксований сільськогосподарський податок» від 17.12.98 р. № 320, замінює 12 податків і зборів, перелічених у Законі.

Платниками фіксованого сільськогосподарського податку є сільськогосподарські підприємства різних організаційно-правових форм, передбачених законами України, селянські та інші господарства, які займаються виробництвом (вирощуванням), перероб-

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері



ленням та збутом сільськогосподарської продукції, в яких сума, отримана 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 у користування, в тому числі на умовах оренди.

Ставку фіксованого сільськогосподарського податку з одного гектара сільськогосподарських угідь встановлюють у відсотках до їх грошової оцінки, яка проводиться відповідно до методики, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України № 213 від 23.03.95 р. у таких розмірах для:

- ♦ ріллі, сіножатей та пасовищ — 0,5;
- ♦ багаторічних насаджень — 0,3.

Порівняння за різними параметрами фіксованого, єдиного і фіксованого сільськогосподарського податків наведено в табл. 11.11.

*Таблиця 11.11. Порівняння фіксованого, єдиного та фіксованого сільськогосподарського податків*

Параметр порівняння	Фіксований податок	Єдиний податок	Фіксований сільськогосподарський податок
Підстава для застосування	Закон України «Про внесення змін до Декрету Кабінету Міністрів України «Про прибутковий податок з громадян» від 13.02.98 р. № 129/98	Указ Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 28.06.99 р. № 746/99	Закон України «Про фіксований сільськогосподарський податок» від 17.12.98 р. № 320
Платник податку	Фізична особа	Фізична та юридична особи	Юридична та фізична особи, які виробляють товарну сільськогосподарську продукцію
Умови застосування: а) обсяг виручки за попередні 12 місяців	Не більше ніж 7000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (119 000 грн.)	Не більше від: 500 000 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
б) кількість працюючих	Не більше ніж 5 осіб	Не більше від: 10 осіб для фізичних осіб; 50 осіб для юридичних осіб	Не існує

Параметр порівняння	Фіксований податок	Єдиний податок	Фіксований сільськогосподарський податок
База 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
Ведення обліку	Вивільнений від ведення обов'язкового обліку доходів і витрат	Один з таких варіантів спрощеної форми бухгалтерського обліку: а) проста; б) з використанням (веденням) реєстрів обліку майна малого підприємства. Облік здійснюється у Книзі обліку доходів і витрат, затвердженій державною податковою інспекцією	Спрощена форма бухгалтерського обліку для суб'єктів малого підприємництва, великі підприємства облік ведуть за чинними формами

## 11.6. Послуги аудиторських фірм, їх сутність і значення

Завдання аудиторської перевірки стану обліку і достовірності звітності полягає у підвищенні контролю діяльності підприємства. Метою аудиту фінансової звітності є складання 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. У проведенні аудиту аудитор керується законами України, Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, Національними нормативами аудиту та іншими нормативно-правовими актами.

Вимоги, які регулюють аудиторську діяльність, поділяють на дві групи: етичні та методологічні. Етичні вимоги такі: незалежність, 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 оформлюють 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, 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 звірення фактичної наявності з даними бухгалтерського обліку.

Проведення інвентаризації регулюють такі нормативні акти:

1) Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.99 р. № 996-XIV;

2) Інструкція з інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів і документів, розрахунків;

3) Порядок визначення розміру збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей (затв. постановою Кабінету Міністрів України № 116 від 22.01.996 р.);

4) Положення про інвентаризацію майна державних підприємств, що приватизуються, а також майна державних підприємств та організацій, яке передається в оренду (затв. постановою Кабінету Міністрів України № 158 від 02.03.93 р.).

Для сільського господарства листом Міністерства аграрної політики України № 37-27-12/14023 від 04.12.2003 р. рекомендовані Методичні рекомендації з інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів, розрахунків та незавершеного виробництва сільськогосподарських підприємств.

Основними завданнями інвентаризації є:

- ♦ виявлення фактичної наявності матеріальних запасів, нематеріальних активів, коштів, цінних паперів та інших грошових документів, обсягів незавершеного виробництва у 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 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 поділяють на повні і часткові. Інвентаризацію, що охоплює всі засоби, кошти і розрахунки підприємства, називають *повною*. *Часткова* інвентаризація охоплює один вид засобів або проводиться в окремій відповідальній особі.

Відповідає за проведення інвентаризації керівник підприємства. Кількість інвентаризацій, дати їх проведення, перелік майна і зобов'язань, що підлягають інвентаризації, підприємство визначає 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 позабалансових рахунках.

Якщо постачальник відмовився задовольнити претензію щодо недовантаження товарів або у разі отримання від покупця претензій щодо недовантаження товарів, вдаються до вибіркової інвентаризації тих товарів, на які заявлено такі претензії.

На деяких підприємствах інвентаризації проводяться не як разові заходи, а постійно.

У разі проведення раптових інвентаризацій усі матеріальні цінності готують до інвентаризації у присутності інвентаризаційної комісії, в інших випадках — заздалегідь. Вони мають бути згруповані, розсортовані й розкладені за назвами, сортами, розмірами у зручному для підрахунку порядку.

Для проведення інвентаризаційної роботи на підприємствах розпорядчим документом їх керівника створюють 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 тих самих матеріально відповідальних осіб, того самого 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, де зазначають, що всі прибуткові й видаткові документи здано до бухгалтерії і всі

матеріальні цінності, довірені їхньому зберіганню, знаходяться у приміщенні складу або в інших місцях.

Наявність цінностей під час інвентаризації встановлюють обов'язковим підрахунком, зважуванням, обміром у порядку їх розміщення у певному приміщенні. Інвентаризація має проводитися у присутності матеріально відповідальних осіб, її результати заносять до інвентаризаційних описів.

Якщо інвентаризаційна комісія залишає об'єкт інвентаризації, матеріально відповідальна особа в присутності комісії зачинає і відчинає приміщення, де проводять інвентаризацію, а голова комісії опечатує його контрольним пломбінатором, який видають йому перед початком проведення інвентаризації.

Для оформлення результатів інвентаризації застосовують 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 таких фактів та їх підтвердження виправляє помилки.

Результати інвентаризації з пропозиціями про врегулювання інвентаризаційних різниць відображують у протоколі комісії та акті.

Під час інвентаризацій приймання і видавання матеріальних цінностей обмежують. На прибуткових документах, які надійшли під час інвентаризації, матеріально відповідальна особа у присутності членів інвентаризаційної комісії за підписом її голови робить позначку «Після інвентаризації». Позначку роблять в аналогічному порядку також на видаткових документах. Цінності, що надійшли під час інвентаризації, заносять до окремого опису.

Якщо інвентаризацію проводять для приватизації, то матеріали інвентаризації (описи, акти, звіряльні відомості, протоколи) складають не менш як у двох примірниках, один з яких передають державному органу приватизації або орендодавцю, а другий залишається на підприємстві або в організації і є підставою для відображення результатів інвентаризації в бухгалтерському обліку.

Для визначення результатів інвентаризації бухгалтерія підприємства складає звіряльні відомості щодо цінностей, з яких встановлено відхилення від даних обліку.

Щодо надлишків, нестач і псування цінностей інвентаризаційна комісія повинна мати письмові пояснення відповідних працівників.

Під час регулювання 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 той самий період, який перевіряють, та тієї самої особи, яку перевіряють.

Інвентаризаційні різниці регулюють у такому порядку:

- 1) складають звіряльні відомості;
- 2) встановлюють причини відхилень фактичної наявності майна від даних обліку;
- 3) регулюють різниці можливого пересортування;
- 4) розраховують розмір природних втрат;
- 5) оприбутковують виявлені надлишки: дебет рахунків 10, 20, 21, 22, 26, 27, 28 (рахунки для обліку матеріальних цінностей), кредит субрахунку 719 «Інші доходи від операційної діяльності»;
- 6) списують нестачі: дебет субрахунку 947 «Нестачі і втрати від псування цінностей», кредит рахунків 10, 20, 21, 22, 26, 27, 28.

Кореспонденцію рахунків з відображення результатів інвентаризації подано в таблиці 11.12.

**Таблиця 11.12. Відображення на рахунках результатів інвентаризації**

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
	Дебет	Кредит	
Оприбутковано виявлені лишки запасів	20 «Виробничі запаси», 21 «Тварини на вирощуванні та відгодівлі», 22 «Малоцінні та швидкозношувані предмети», 26 «Готова продукція», 27 «Продукція сільськогосподарського виробництва», 28 «Товари»	719 «Інші доходи від операційної діяльності»	1000
Списано суму уцінки запасів до чистої вартості їх реалізації	946 «Втрати від знецінення запасів»	20, 21, 22, 26, 27, 28	500
Списано запаси, втрачені внаслідок надзвичайних подій (стихійне лихо, крадіжки тощо)	99 «Надзвичайні витрати»	20, 21, 22, 26, 27, 28	800
Отримано відходи від списання запасів, знищених унаслідок надзвичайних подій	209 «Інші матеріали»	75 «Надзвичайні доходи»	200
Списано нестачу запасів (якщо винну особу не встановлено, то виявлену суму нестачі відносять також у дебет позабалансового субрахунку 072)	947 «Нестачі і втрати від псування цінностей»	20, 21, 22, 26, 27, 28	1500

Облік і звітність у підприємницькій діяльності та їх особливості в аграрній сфері

Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків		Сума, грн
	Дебет	Кредит	
Сума, що підлягає відшкодуванню винними особами	375 «Розрахунки за відшкодуванням завданих збитків»	746 «Інші доходи від звичайної діяльності»	2400
Відображено суму ПДВ	746 «Інші доходи від звичайної діяльності»	641 «Розрахунки за податками»	400
Отримано в рахунок відшкодування втрат	30 «Каса», 31 «Рахунки в банках»	375 «Розрахунки за відшкодуванням завданих збитків»	2400

Якщо встановлено, що нестачі та втрати виникли внаслідок зловживань, відповідні матеріали впродовж 5 днів після встановлення нестачі і втрат підлягають передаванню органам попереднього слідства, а на суму виявлених нестачі і втрат подають цивільний позов.

Нестачу матеріальних цінностей оцінюють згідно з Порядком визначення розміру збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України № 116 від 22.01.2006 р. Відповідно до зазначеного порядку розмір збитків від розкладання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей визначають за їх балансовою вартістю (з врахуванням амортизаційних відрахувань), але не нижче ніж 50 % балансової вартості на момент встановлення такого факту, з урахуванням індексів інфляції, відповідного розміру податку на додану вартість та розміру акцизного збору, за формулою

$$P_3 = [(B_B - A) I_{\text{інф}} + \text{ПДВ} + A_{3б}] 2, \quad (11.5)$$

де  $B_B$  — балансова вартість на момент встановлення факту розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей;  $A$  — амортизаційні відрахування;  $I_{\text{інф}}$  — загальний індекс інфляції; ПДВ — розмір податку на додану вартість;  $A_{3б}$  — розмір акцизного збору.

Вартість вузлів, деталей, напівфабрикатів та іншої продукції, що виготовляється підприємствами для внутрішньовиробничих потреб, а також вартість продукції, виробництво якої не закінчено, визначають, виходячи із собівартості її виробництва з нарахуванням середньої по підприємству норми прибутку на цю продукцію із застосуванням коефіцієнта 2.

Вартість спирту етилового питного, спирту етилового ректифікованого, спирту етилового сирцю, спирту, що використовують

для виготовлення вин, шампанського, коньяків оброблених, спирту коньячного, соків спиртових, зброджено-спиртових та спиртових настоїв, визначають, виходячи з оптової ціни підприємства — виробника з урахуванням акцизного збору та податку на додану вартість. До визначеної таким чином ціни застосовують коефіцієнт 3.

Вартість плодово-ягідних соків, консервованих з використанням сірчаного ангідриду або бензокислого натрію, визначають, виходячи з оптових цін підприємства — виробника і податку на додану вартість із застосуванням коефіцієнта 2.

У разі розкрадання чи загибелі тварин суму збитків визначають за закупівельними цінами, які склалися на момент відшкодування збитків, із застосуванням коефіцієнта 1,5.

Продовольчі товари, роздрібні ціни на які дотують, оцінюють з додаванням до роздрібних цін суми дотацій.

Розмір збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) бланків цінних паперів та документів суворого обліку обчислюють 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.

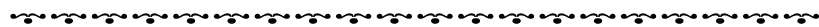
У разі розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей, що підлягають списанню на видатки у міру відпуску їх у виробництво або експлуатацію та обліковують лише у кількісному вираженні, розмір збитків визначають, виходячи з ринкових цін на аналогічні матеріальні цінності, зменшених пропорційно до фактичного зносу, але не нижче ніж на 50 % ринкових цін.

Із стягнених сум відшкодовують збитки, завдані підприємству, а залишок коштів перераховують до державного бюджету України.

Дані про діючі ціни і розрахунки розміру шкоди, що підлягає відшкодуванню, подають судово-слідчим органам підприємствами, установами, організаціями-позивачами.

Протокол інвентаризаційної комісії має бути у 5-денний термін розглянутий і затверджений керівником підприємства або органом, який призначив інвентаризацію.

Результати інвентаризації відображують у бухгалтерському обліку в тому місяці, в якому закінчена інвентаризація, але не пізніше від грудня звітного року. У пояснювальній записці до річного бухгалтерського звіту наводять відомості про результати проведених у звітному році інвентаризацій за встановленою формою.



## Запитання і завдання для самоперевірки



1. Як здійснюється організація бухгалтерського обліку на підприємстві?
2. Схарактеризуйте мету і завдання фінансового управлінського і податкового обліку.
3. Положення (стандарти) бухгалтерського обліку, їх значення і застосування.
4. У чому полягає сутність облікової політики підприємства і як її оформлюють?
5. Форми фінансової звітності, порядок їх заповнення і терміни подання.
6. Склад і порядок складання фінансової звітності для суб'єктів малого підприємництва.
7. Назвіть принципи бухгалтерського обліку і дайте їх характеристику.
8. Які форми бухгалтерського обліку застосовують суб'єкти малого бізнесу?
9. Назвіть особливості організації бухгалтерського обліку на малих підприємствах.
10. Які є податки і як їх відображують у бухгалтерському обліку?
11. Поясніть порядок справляння й обліку податку на додану вартість.
12. Розкрийте, як оподатковується заробітна плата і як відображують ці операції в бухгалтерському обліку.
13. Як здійснюються нарахування та облік відпускних?
14. Суть і застосування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності.
15. Запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для фізичних осіб — суб'єктів малого підприємництва.
16. Використання спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності юридичними особами — суб'єктами малого підприємництва.
17. Фіксований, єдиний і фіксований сільськогосподарський податки, випадки їх застосування і механізм справляння.
18. Сутність, завдання і значення аудиторської діяльності.
19. Інвентаризація як метод контролю підприємницької діяльності, завдання і порядок проведення її.
20. Як відображують у бухгалтерському обліку результати інвентаризації?



## Розділ 12

# РОЗВИТОК ВЗАЄМВІДНОСИН ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР АГРОБІЗНЕСУ

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 глибоке її перероблення, розширення асортименту продовольчих товарів.

Розвиток взаємовідносин підприємницьких структур агробізнесу





Потребують 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 розглядають як один з основних шляхів економічного зміцнення сільськогосподарських товаровиробників.

В умовах ринкової економіки оптова купівля-продаж сільськогосподарської продукції відбувається переважно в комерційних центрах, які називають 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.

## **12.1. Організація матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств**

### **12.1.1. 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.

Закон 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 підтримання платоспроможності підприємств агропромислового комплексу для досягнення розширеного відтворення основних засобів виробництва;

♦ забезпечення однакових економічних умов у взаємовідносинах споживачів матеріально-технічних ресурсів із структурами їх виробництва, 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;

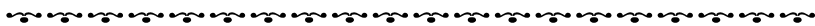
♦ забезпечення через амортизаційну політику своєчасного відтворення матеріально-технічних засобів.

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 покладені 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 розробок 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 до системи державних установ управління. Їхні функції і діяльність спрямовуються на підвищення ефективності розвитку підприємств, організацій та інших виробничих структур у системі матеріально-технічного забезпечення.

За сучасних умов ця система ґрунтується на створенні ринку матеріально-технічних засобів. Основними її складовими є реформовані концерни «Укragротехсервіс», «Укragрохім», «Укragропромбуд», «Укragроенергопостач», «Укрзоветпостач» та ін. У країні діє багато комерційних фірм оптової торгівлі технікою з пунктами прокату, комерційних магазинів, фірм з матеріально-технічного забезпечення. Значного 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 виробляють продукцію або надають 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 за сучасних умов 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 вільною купівлею-продажем засобів виробництва, а це створить необхідні умови для посилення комерційно-ділових зв'язків у процесі виробництва, обігу та споживання товарів виробничого призначення.

Діючи система матеріально-технічного забезпечення АПК може трансформуватися в ринкову інфраструктуру за дотримання 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 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. Значного 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.

За сучасних умов для оптової торгівлі значного 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, постачальницьких 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, установлення 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 загалом 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).

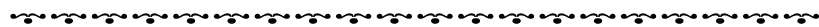
У зв'язку з дією нового механізму господарювання, багатокладністю економіки в АПК, розвитком селянських (фермерських) господарств, сільськогосподарських орендних колективів і кооперативів, а також з підвищенням вимог до сучасності, асортименту задоволення потреб у засобах виробництва особливого значення набувають питання розвитку та зміцнення виробничої інфраструктури ринку засобів виробництва.

Усі елементи цієї інфраструктури мають набути такого розвитку, який дасть змогу в перспективі механізувати й автоматизувати вантажно-розвантажувальні та транспортні роботи, повністю вивільнити 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.

### **12.1.2. 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 недовілками 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 останнім часом зменшилися більш як на 40 %.

Не враховуються сучасні вимоги матеріально-технічного забезпечення переробних підприємств, що зумовлює великі витрати сировини, стримує проведення глибокого її перероблення, 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 внаслідок індексації їх без додаткового введення нових потужностей. Більше від 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 простояють з технічних причин.

Рівень забезпеченості сільськогосподарських підприємств матеріально-технічними засобами здебільшого не перевищує 50 % 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), райагропостачальників 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, розташованих поблизу своїх споживачів, розвитку прямих зв'язків між виробниками та споживачами матеріальних і технічних засобів. Посередниками на селі мають стати створені на базі РТП, райагропостачальників 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 прибутки 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 зворотного лізингу продавець є одночасно і лізингоодержувачем. Лізингову



угоду оформлюють зазвичай 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 зазвичай 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 здебільшого 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.

Останнім часом списано сільськогосподарських машин майже вдвічі менше, ніж треба було списати за нормативними термінами експлуатації їх. 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 їхньої 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:

- ♦ кредитування 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 лізингові компанії здебільшого не вимагають 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 вивільняє від сплати податку на це майно;

- ♦ лізингові платежі зараховують на витрати виробництва (собівартість) лізингоодержувача, внаслідок чого 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 залучають 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 за відсутності достатніх коштів для її придбання, то вони можуть отримати техніку завдяки 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 воно 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 у разі укладання лізингового контракту. Лізингові платежі, що сплачуються лізингоодержувачем, зараховують на собівартість його продукції чи послуг, а після повної сплати лізингового майна підприємство зазвичай стає його власником. У цьому разі кошти, витрачені на лізингові платежі, формуються з прибутку підприємства до його оподаткування.

Лізинг вигідний також державі, оскільки заборгованість підприємств іноземним лізингодавцям не зараховують 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 підтриманні й розширенні лізингових операцій.

*Отже, лізинг можна розглядати як одну з найпривабливіших і найперспективніших форм інвестування, здатну значно поживити процес оновлення матеріально-технічної бази сільськогосподарських товаровиробників та входження економіки України до структури світового ринку.*

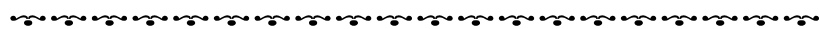
Новою формою вдосконалення матеріального та технічного забезпечення АПК є створення постійно діючих виставок-ярмарків. Основна мета їх діяльності — купівля-продаж матеріально-технічних засобів агропромислового комплексу, сільськогосподарської продукції і товарів її переробки. На них сільськогосподарський товаровиробник може не тільки реалізувати свою продукцію, а й укласти договори на придбання матеріальних і технічних за-

собів безпосередньо з їхніми 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.

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. Такого скорочення досягають, коли матеріально-технічні ресурси постачають за схемами: завод — товаровиробник; завод — дилер — товаровиробник; завод — агротехсервіс — товаровиробник; завод — 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.

Пришвиджується 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 у разі реформування 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 «Укragenroteхсервіс» можуть перетворюватися 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 досягнення науково-технічного прогресу.

Упорядковується закупівля технічних засобів за кордоном. Насамперед купують тільки ту техніку, аналоги якої не виробляють 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 сприятиме створенню конкурентного середовища на ринку техніки.

### **12.1.3. Організація виробничого обслуговування сільськогосподарських підприємств**

Аграрна політика держави за сучасних умов 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 машин і обладнання, що випускаються вітчизняними 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 гострими є питання виробничого обслуговування сільськогосподарських підприємств. Для їх вирішення в Україні

створено підприємства системи «Укragenротехсервіс», «Укragenрохім», «Укragenропромбуд», «Укragenроенергопостач», «Укragenзоветпостач» та ін. На них покладено завдання щодо максимального і своєчасного виробничого обслуговування сільськогосподарського виробництва.

Поряд з цими підприємствами в країні успішно працюють комерційні структури «Укragenробізнес», «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 надають переважно з використанням техніки та матеріальних засобів цих структур.

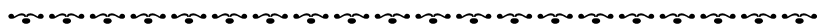
Економічні взаємовідносини між підприємницькими структурами з виробничого обслуговування та сільськогосподарськими підприємствами ґрунтуються на основі прямих договорів, у яких зазначають усі умови щодо виробничого обслуговування та розрахунки за надані послуги.

Економічні відносини з виробничого обслуговування сільського господарства мають ґрунтуватися 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 економне 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 важливим є 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 відмовляються від багатьох видів послуг і здійснюють їх власними силами. Попит визначають за видами послуг та групами споживачів. Потреби кожної групи визначають, виходячи з обсягів сільськогосподарського виробництва, забезпечення їх власними матеріально-технічними засобами та кваліфікованою робочою силою, віддаленості від обслуговуючого підприємства.

Для визначення попиту на кожний вид можливих послуг його погоджують зі 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 того, використовують і додаткові показники оцінювання ефективності, зокрема:

- ♦ економія витрат і матеріально-технічних ресурсів сільськогосподарських підприємств під час надання 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 розподілення не завжди забезпечують вимоги обох сторін. Інтеграція партнерів має відбуватись у напрямі створення агрохімічних підприємств

ринкового типу на основі приватизації, спрямованої на поєднання інтересів обслуговуючих підприємств і сільськогосподарських товаровиробників їх кооперуванням або передаванням контрольного пакета акцій агрохімічного підприємства сільськогосподарським товаровиробникам під час створення 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 виробляють 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 з комерційних відносин, 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, пропонування виробничих послуг фермерам, їх кредитування, надання їм технічної і наукової допомоги. З розширенням агрохімічного обслуговування слід урахувувати вітчизняний досвід вирощування сільськогосподарських культур, упроваджувати технології, що знижують потребу в мінеральних добривах і засобах захисту рослин з метою отримання екологічно чистої сільськогосподарської продукції.



## **12.2. Організація підсобних виробництв і промислів**

### **12.2.1. 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 за раціонального поєднання 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 загалом.

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 у сільському господарстві, нерівномірне розподілення 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, використовують дари лісів (плоди, ягоди, березовий сік,

лікарські рослини), поклади граніту, бутового каменю, черепахи-нику.

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 організовувати 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.

Потреба у переробленні цієї продукції спричинена також технологічним чинником — максимальним збереженням вихідних властивостей виробленої продукції, що досягається дотриманням оптимальних термінів її збирання, закладанням на зберігання або перероблення, тобто запобіганням якісним втратам. Наприклад, у разі перевезення помідорів 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 помідорів у вигляді соку забезпечує вдвічі більші грошові надходження порівняно з тими, які були б у разі продажу такої продукції у свіжому вигляді. Завдяки цьому 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 імпортованим товарам завдяки нижчим цінам.



Наявність плодоовочепереробних заводів (цехів) у сільськогосподарських підприємствах дає можливість раціонально використовувати надлишки овочів і плодів, вирощених на присадибних та садово-городніх ділянках, площі яких останнім часом збільшилися в десятки разів. Закуповуючи їх за договірними цінами, переробні виробництва створюють свої сировинні запаси і, що найважливіше, вивільняють 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 % загальної суми їх, 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 організують 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 загалом, пришвидшення соціального розвитку села. Кінцева мета їхньої діяльності, як і будь-якого іншого підприємництва в умовах ринку, — це отримання максимального прибутку. В разі потреби підсобні виробництва можна створювати на міжгосподарській основі як безпосередньо в одному з господарств-учасників, так і на самостійному балансі.

Організують і ліквідовують підсобні виробництва в колективних сільськогосподарських підприємствах за рішенням загальних зборів (зборів уповноважених), на міжгосподарських підприємствах (в організаціях) — за рішенням зборів уповноважених представників господарств-учасників. Зазвичай їх створюють на території господарств, в окремих випадках (заготівля деревини, видобуток нерудних матеріалів тощо) — за їхніми межами.

Засновники підсобних підприємств мають створювати всі необхідні умови для ефективної діяльності їх. 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 організацій окремих товарів ринкового фонду, що використовують як сировину та допоміжні матеріали для виробництва товарів народного споживання;
- ♦ закупівля в інших господарствах та населення залишків сільськогосподарської продукції, а також дикорослих плодів, ягід, грибів для перероблення їх;
- ♦ приймання від інших підприємств та організацій, а також від населення сільськогосподарської та іншої сировини для перероблення її на давальницьких умовах.

Продукцію підсобних підприємств реалізують 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 здебільшого є договірними з урахуванням вимог чинного законодавства. Підсобні підприємства забезпечуються трудовими ресурсами переважно завдяки працівникам господарств, де вони створені, особливо тим, які вивільняються із сільськогосподарського виробництва в міжсезонний період. Деяких фахівців, в основному технологів, можна залучати зі сторони. Широко використовують працю громадян, які постійно проживають на території господарства, враховуючи пенсіонерів, осіб з обмеженою працездатністю. Застосовують практику організації праці вдома, а також можливість працювати в підсобному господарстві неповний робочий день або тиждень. Працівникам, які виконують роботу вдома, видають сировину, матеріали, обладнання



згідно з договором, укладеним із засновником підсобного підприємства.

Загальні управлінські функції підсобних підприємств виконують керівники підприємств-засновників. Безпосередньо керують підсобним господарством начальники цехів, майстерень, дільниць тощо. Вони відповідають за раціональну організацію виробництва, ефективне використання фондів і матеріальних ресурсів, виконання завдань з виробництва і реалізації продукції, її якість, 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 розробляють 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.

Народногосподарське значення підсобних підприємств і промислів полягає в тому, що вони дають змогу ефективніше використовувати сільськогосподарську техніку завдяки організації ремонту на місцях, забезпечують будівництво на селі місцевими будівельними матеріалами, створюють вироби господарського і естетичного призначення (сувеніри, художні вироби, товари культуобу), збільшують грошові надходження.

### **12.2.2. 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. Усі види

підсобних підприємств і промислів класифікують за спеціалізацією, принципом організації діяльності, характером використання праці, розмірами тощо. Найістотношою є класифікація за спеціалізацією. Зокрема виділяють 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, комбікормові заводи тощо. Основна мета діяльності цих підприємств — забезпечення безперебійної роботи основного сільськогосподарського виробництва.

До підприємств *другої групи* належать млини, крупорушки, олійниці, консервні та плодовоочеві 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 здебільшого переробляють овочі і фрукти.

Підприємствами *третьої групи* є швейні, цегляні виробництва, з видобування та перероблення нерудних будівельних матеріалів, виробництва плівки, лісозаготівельні, лісопилні, столярні майстерні, художні промисли, з випуску металовиробів, товарів культпобуту, різних комплектуючих виробів і деталей для промислових підприємств. Підприємства цієї групи найпоширеніші в Західному регіоні України.

Функціонування підсобних підприємств і промислів останнім часом 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 функціонують ремонтна майстерня, цех для приготування кормосумішей і комбікорму, плодоконсервний завод потужністю 10 млн умовних банок, крупорушка, цех для калібрування насіння кукурудзи, фруктовосховище 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 створювати



нові підсобні підприємства 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 завдяки 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.

У період переходу підприємств до ринкової економіки основним 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. 12.1), філії промислових підприємств, кооперативи з надання населенню побутових та інших послуг. Такі кооперативи створюватимуться переважно на основі приватної власності.

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.

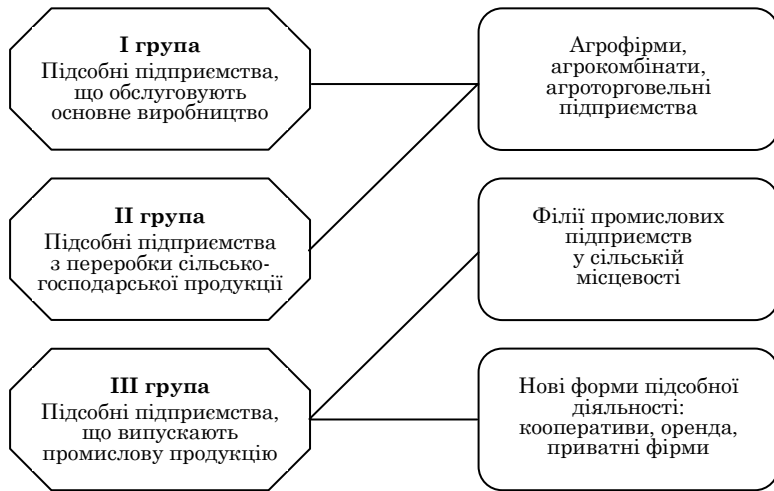


Рис. 12.1. Трансформація видів підсобної діяльності

У перспективі в сільській місцевості створюватимуться філії промислових підприємств, завдяки чому міста частково вивільнятимуться від міграції сільського населення.

З розвитком агрофірм і агрокомбінатів підсобні підприємства стануть невідомою частиною сільськогосподарського виробництва.

## 12.3. Організація зберігання, перероблення та реалізації продукції сільськогосподарських підприємств

### 12.3.1. Зберігання та перероблення сільськогосподарської продукції за сучасних умов

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 залежать раціональне використання продукції рослинництва і тваринництва, рівень забезпеченості потреб населення у продуктах харчування.

Вирішення продовольчої проблеми поряд з нарощуванням виробництва сільськогосподарської продукції залежить від збіль-



шення виходу кінцевої продукції завдяки впровадженню 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 зберігання її (елеватори, овочесховища, холодильні камери тощо). Такі пункти можуть бути державними, акціонерними, міжгосподарськими і приватними.

Основну кількість виробленої продукції з метою скорочення витрат зберігають безпосередньо на підприємствах, де вона вироблена. Так, зерно і зернову продукцію зберігають в основному в спеціальних обладнаних зерносховищах з урахуванням його цільового призначення — продовольче, фуражне, насіння. Найкраще зберігається 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. За сучасних умов особливого значення набуває потреба у збільшенні виробництва продуктів харчування завдяки повнішому використанню сільськогосподарської сировини, усуненню її втрат; забезпеченню населення відповідних регіонів продуктами переробки сільськогосподарської сировини, яку в них виробляють; досягненню соціально однакових умов щодо постачання сільського та міського населення продуктами переробки; зміцненню економічного стану господарств.

Принципи розміщення переробних підприємств, які в багатьох випадках враховували переваги концентрації виробництва, призвели до певної гігантomanії їх. Під час розміщення великих переробних підприємств не завжди враховували потенціал сировинної зони і потребу в реалізації продукції для реалізації у свіжому вигляді. Особливо це характерно для плодоовочеконсервного виробництва, концентрація якого в промислових центрах негативно позначилася не лише на діяльності переробних галузей, а й на забезпеченні населення свіжими овочами і плодами. Висока концентрація м'ясо-переробної галузі у містах призводить до негативних явищ. Унаслідок цього виробники несуть великі транспортні витрати і втрати живої маси тварин під час перевезення, в разі

перетримування 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.

За розміщення переробних підприємств у великих містах і промислових центрах не завжди враховують 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 виробляють сільськогосподарську продукцію, за економічно обґрунтованого розміщення їх покликаний певною мірою сприяти вирішенню продовольчого питання та досягненню соціальної рівності сільських і міських трудівників у забезпеченні їх продовольчими 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 у разі доставляння її переробним підприємствам на великі відстані, особливо продукції, що швидко псується. Крім того, чимало коштів витрачається на транспортування, тоді як реалізація всіх видів готової продукції забезпечує господарствам вищі прибутки порівняно з реалізацією самої сировини.

Виробництво сільськогосподарської сировини поєднується з її переробленням у різних формах. У господарствах України нині функціонують переробні виробництва, що виробляють продукцію харчової групи, які можна розподілити за шістьма класифікаційними ознаками:

1. За *характером сировини, що споживається*, виробництва поділяють 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 (продукти переробки 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 безпервної дії (олійне, хлібопекарне), решта — інші галузі, які не потребують безперервності технологічного процесу.

5. За *способом отримання 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).

6. За *рівнем механізації й 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 зумовляють 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.

З переходом 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 показує, що виробник матиме 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 реалізовувати 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 коопера-

тиви 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.

### **12.3.2. Ринок сільськогосподарської продукції та продуктів її перероблення**

Створення ринку сільськогосподарської продукції та продуктів її перероблення є важливою складовою аграрної політики в Україні на сучасному етапі.

Економічна сутність ринку виражається насамперед як категорія обміну, який організований за законами товарного виробництва й 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.

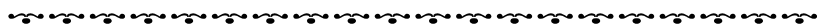
Ринкові відносини розвиваються на основі ринкового механізму, основними функціями якого є:

- ♦ 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 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 до більш складної системи товарообігу основних видів продукції.

Найважливішою особливістю формування ринкових відносин в аграрній сфері економіки є те, що сільське господарство більше, ніж будь-яка інша галузь, залежить від кон'юнктури ринку, а продовольчий ринок найуразливіший 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 здійснення 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;

- ♦ впровадження 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 скасовано 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, що 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.

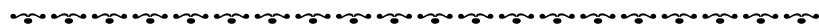
Товарна біржа функціонує на основі статуту, затвердженого її засновниками. У ньому зазначають: назву та місцезнаходження біржі; склад засновників; мету діяльності біржі та розміри фондів, що нею створюються; органи управління, порядок їх формування та компетенція; організаційну структуру біржі; права 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, біржу розглядають 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 товарну біржу визначають як форму організації ринку, що забезпечує вільну торгівлю товарами і взаємопов'язана з фондовою біржею, біржею праці тощо.



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.

*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* (*нааянними*), 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 1995 р. постанов Кабінету Міністрів України № 768 та № 916 щодо прискорення організації біржового сільськогосподарського ринку фактично створено біржовий ринок сільськогосподарської продукції. Останнім часом її частка в торговельному обігу бірж становить близько 50 %.

В Україні почали створювати інші елементи інфраструктури оптового ринку сільськогосподарської продукції, зокрема міжрегіональні та районні агроторговельні доми. 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 оптові ринки і ярмарки, виробник не розпоряджається своєю продукцією, заборонено торговельно-посередницьку діяльність і бракує великих торговельних фірм, які і є основними 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 розвиватися 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 основу спільних міжнародних підприємств покладено самостійну ініціативу, діяльність на власний ризик з виробництва продукції, надання послуг та торгівлі з метою отримання прибутку. Це довготермінова форма кооперації, яка об'єднує партнерів майном, управлінням, розподіленням 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 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 науково-технічно й екологічно прогресивних 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 пришвидшеному формуванню підприємницьких рис в українських керівників. Пряме перенесення іноземної підприємницької практики в нашу економіку неможливе і потрібний певний час для того, щоб якомога краще трансформувати її в наші умови. Проте освоєння загальноприйнятих підходів до підприємництва відбуватиметься швидше і ефективніше.

Через спільне підприємство 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 підприємство сприятиме підвищенню культури агропромислового виробництва.

Нині спільні підприємства за участю іноземних партнерів набули значного 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. Практично 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 завдано 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'єктивне оцінювання внесків у спільне підприємство довірливих сторін. Важливість цього принципу полягає в тому, що в майбутньому відповідно до частки внесків розподілятимуться отримані прибутки;

д) найповніше врахування соціально-психологічного чинника. Перехід унаслідок створення СП на нові техніко-технологічні та організаційні рішення у багатьох випадках зумовлює вивільнення робочої сили. Це може створити соціальне напруження в підприємстві, погіршити психологічну обстановку. Такі явища потрібно передбачати і заздалегідь 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, впровадженням відповідних технологій виробництва, захистом 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 під час 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 входження 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, зазвичай 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:

- ♦ найповніше 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, неконкурентоспроможних 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 суперечності в маркетинговій мотивації партнерів. Проте західні підприємці розраховують на конкурентоспроможність продукції СП і на світовому ринку, наприклад завдяки низькій 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 у низці напрямів технології та науки.

Поряд із загальною суперечністю у мотивації партнерів, що пов'язано з проблемою вибору ринків збуту та валютної окупності СП, існують також специфічні суперечності, 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, проте ще досить ефек-

тивні, на їхню думку, на «ринку продавця» в Україні та інших східноєвропейських країнах.

Загалом 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 пришвидшення виходу сільськогосподарської продукції України та продуктів її переробки на зарубіжний ринок.

Важливою складовою ринку АПК України залишається споживча кооперація, через яку здійснюється понад 60 % роздрібногo товарообігу на селі. Вона закупає в сільськогосподарських підприємств усіх форм власності та населення продукцію рослинництва і тваринництва.

За сучасних умов 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 зростають потоки сільськогосподарської продукції на колгоспні ринки.

Система кооперативних ринків значно знижує витрати обігових коштів на кожен гривню товарообігу, 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.

### **Запитання і завдання для самоперевірки**



**1.** Опишіть є систему матеріально-технічного забезпечення та її функціонування в Україні. **2.** Які принципи формування ринку засобів виробництва для сільського господарства? **3.** Які основні форми матеріально-технічного забезпечення АПК в ринкових умовах? **4.** Що таке лізинг? Його види та роль у технічному переоснащенні сільського господарства. **5.** Схарактеризуйте системи виробничого обслуговування сільськогосподарських підприємств. **6.** Які основні принципи функціонування системи виробничого обслуговування сільськогосподарських товаровиробників та його види? **7.** Назвіть основні шляхи удосконалення економічних взаємовідносин між обслуговуючими структурами та сільськогосподарськими товаровиробниками.

## Розділ 13

# РИЗИКИ ПІДПРИЄМЦЯ ТА СТРАХУВАННЯ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ



### 13.1. Поняття невизначеності і ризику

У практиці господарської діяльності майже щодня доводиться приймати різного роду рішення. Важливою умовою прийняття раціональних рішень є володіння якомога більш повною і точною інформацією про предмет рішення і його наслідки. Однак, як і всі інші ресурси, інформація зазвичай обмежена, тому більшість рішень приймають в умовах неповної поінформованості. Наслідком прийняття рішень за цих умов є невизначеність результатів, тобто ризик. Крім того, ризик зумовлений спонтанним і суперечливим характером процесів, що відбуваються у складних соціально-економічних системах, їх неможливо адекватно і вичерпно описати (аналог — принцип невизначеності у галузі природничих наук). Отже, ризик слід розглядати як наслідок прийняття рішень в умовах неповної, неточної і (або) суперечливої інформації, тобто в умовах невизначеності або неповної визначеності.

Під невизначеністю слід розуміти неможливість оцінювання майбутнього розвитку подій, як з погляду ймовірності їхньої реалізації, так і з погляду виду їхнього прояву. Відповідно до цього визначення, невизначеність — це те, що не підлягає оцінюванню, тому далі йтиметься про неповну визначеність (ризик). Неповну визначеність з певною вірогідністю можна

трактувати як розмитість або примарність майбутніх подій, що підлягають імовірнісному оцінюванню.

Ризик у загальному випадку слід розглядати як можливість або загрозу відхилення результатів конкретних рішень або дій від очікуваних.

Слід зазначити, що ці відхилення можуть бути пов'язані як із втратами, так і з додатковими придбаннями. Однак далі розглядатимемо загрози втрат підприємств, пов'язані з їхньою господарською діяльністю, що необхідно для розроблення адекватних заходів, спрямованих на зниження цих утрат. Цьому більшою мірою відповідає таке визначення ризику.

**Ризик** — це загроза втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоотримання доходів або появи додаткових витрат унаслідок здійснення конкретних видів діяльності.

Ризик виникає внаслідок специфіки й особливостей ринкових і регулюючих механізмів, у тому числі певної свободи дій суб'єктів ринку, впливу чинників навколишнього середовища (його економічної, політичної, правової, технологічної, соціальної, екологічної та інших складових), суб'єктивних особливостей осіб, що приймають рішення тощо.

Ризик має місце тільки там, де можуть бути як мінімум два сценарії розвитку подій, відповідно — два і більше можливих альтернативних результатів. За ситуації, коли можливий тільки один результат, незалежно від того, йдеться про втрати чи придбання, ризик відсутній (рис. 13.1), оскільки альтернатив немає.

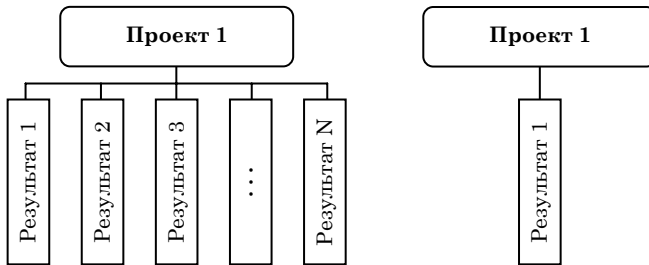


Рис. 13.1. Графічна інтерпретація проектів:

а — ризикованого; б — безризикового

Наприклад, якщо точно відомо, що з прийняттям певного єдиного можливого за конкретної ринкової ситуації рішення підприємство понесе збитки, то ризик у такому разі відсутній, оскільки прийятних альтернативних рішень просто немає.

Невизначеність і породжений нею ризик є невід'ємною частиною практично всіх прийнятих рішень в економіці та бізнесі. Вони існують об'єктивно, незалежно від того, враховують їх чи ігнору-

ють. І, як показує досвід, нині без урахування невизначеності та ризику вже не обійтися. Їхнє ігнорування може стати гальмом розвитку конкретних суб'єктів господарської діяльності і всієї національної економіки.

Наслідком ризику є те, що прийняті рішення часто виявляються помилковими, вигоди — скромнішими, а витрати — більшими, ніж очікували. За помилки доводиться платити. Доводиться платити і за те, щоб застрахувати себе від помилок. Це є справедливим для всіх суб'єктів господарської діяльності споживачів і виробників, покупців і продавців, і стає серйозним бар'єром на шляху до ефективного ринку, призводить до значних витрат сил, коштів, часу й енергії, неоптимального розподілення наявних ресурсів.

Більшість господарських (підприємницьких) рішень, наслідки яких виявляться в майбутньому, мають невизначений результат. Особливо значний ризик притаманний інноваційній діяльності. Наприклад, новий (модернізований) товар уже в процесі виробництва може виявитися непотрібним, тоді як на момент прийняття рішення про його розроблення і виробництво, що спиралося на результати аналізу кон'юнктури ринку, потреб і запитів споживачів, напрямів і темпів розвитку НТП тощо, передбачалося, що попит на нього буде стійким. Ризик може виявлятися й у тім, що на певному ринку або його ділянці новий товар може бути і не реалізований у тих обсягах, які були розраховані за результатами маркетингових досліджень. Приймаючи рішення про проведення великомасштабної рекламної кампанії нової продукції зазвичай не можна бути цілком упевненим у її ефективності. Так само, як і вибираючи варіанти цінової стратегії для проникнення на нові ринки, не можна з повною впевненістю стверджувати, що підприємство очікує успіх, оскільки конкуренти можуть відповісти адекватними діями. Як наслідок цих ситуацій — можливість понесення збитків або недоотримання доходу.

Однак ризик варто розглядати і як рушійну силу підприємництва, можливість досягнення успіху тими, хто здатний ризикнути. Як показує вітчизняний і зарубіжний досвід, більшість з успішно працюючих підприємств зобов'язані своїми успіхами розробленню і виведенню на ринок нових товарів, упровадженню нових методів виробництва і збуту, проникненню на нові ринки, хоча це і пов'язано з ризиком. Бездіяльність у сфері бізнесу пов'язана з ризиком невикористаних можливостей.

Найчастіше доводиться вибирати ступінь ризику. У які галузі доцільніше спрямовувати інвестиції? На які сегменти ринку слід насамперед орієнтуватися? Де краще працювати — на великому підприємстві, яке тривалий час працює на ринку, де забезпеченість роботою надійна, проте обмежені можливості просування по службі, чи на новому підприємстві, що дає меншу гарантію зайнятості, однак великі можливості для зростання? Щоб відповісти на

такі запитання, необхідно спочатку кількісно визначити ризик, щоб порівняти ступінь ризику альтернативних варіантів.

Проблема ризику посідає важливе місце в обґрунтуванні варіантів господарських рішень як пов'язаних з активною діяльністю, так і з пасивною поведінкою. Розумність поведінки під час прийняття тих чи інших господарських рішень полягає в тому, щоб не ігнорувати невизначеність і ризик, діючи за принципом фіктивного зниження невизначеності (чим більша невизначеність, тим більшою мірою формулюється однозначність висновку про наслідки рішення), а належним чином їх враховувати й обґрунтовано розробляти заходи, спрямовані на запобігання, зниження чи компенсацію їх. Тому виникає об'єктивна потреба у кількісному оцінюванні величини ризику і пов'язаних з ним втрат частки кожного з чинників ризику у загальній сумі втрат.

Виділяють такі групи причин виникнення невизначеності і спричиненого нею ризику:

- ♦ *індертермінованість багатьох процесів і явищ*, які впливають на економіку (НТП, стихійні лиха, поведінка конкурентів і споживачів);

- ♦ *неповнота, неточність і суперечливість інформації*, які зумовлені як технічними труднощами під час отримання й оброблення її, так і суто економічними причинами — занадто великими витратами на отримання інформації, що перевищують можливі вигоди від володіння нею;

- ♦ *неоднаковий ступінь поінформованості учасників ринкових угод*, наприклад, продавців і покупців, про предмет і умови угод (асиметрія інформації);

- ♦ *багатокритеріальність і конфліктність в оцінюванні рішень*, коли доводиться свідомо йти на компроміси, наприклад, під час формування системи товарообігу доводиться йти на компроміс між швидкістю оброблення замовлень і витратами на підтримання запасів готової продукції.

Усі чинники, що визначають ступінь ризику, поділяють на дві групи — об'єктивні, або зовнішні, і суб'єктивні, або внутрішні.

До **об'єктивних** належать чинники, які не залежать безпосередньо від конкретного підприємства. Конкретне підприємство має будувати свою діяльність таким чином, щоб згладжувати їхній деструктивний вплив і використовувати сприятливі можливості, що виникають при цьому.

У свою чергу, об'єктивні, або зовнішні, чинники ризику поділяють на безпосереднього й опосередкованого впливу.

До **чинників безпосереднього впливу** належать: законодавчі і нормативно-правові акти, які регулюють господарську і підприємницьку діяльність; бюджетна, фінансово-кредитна та податкова системи; дії органів влади; дії економічних контрагентів (поста-



чальників, споживачів, торговельних і збутових посередників тощо); конкуренція; дії криміналітету тощо.

До *чинників опосередкованого впливу* належать: політична, економічна, демографічна, соціальна, екологічна ситуації та їхні зміни; стихійні лиха; міжнародні економічні зв'язки та торгівля; НТП тощо.

До *суб'єктивних* належать чинники, які характеризують безпосередньо конкретне підприємство: стратегія розвитку; маркетинг; виробничі потужності; технології; кадри та мотивація їхньої діяльності; якість продукції; система управління; місце розташування тощо. Ці чинники ризику є керованими і їхню дію можна якщо не звести до нуля, то, принаймні, мінімізувати.

Виділені групи чинників ризику мають спільні елементи, що тісно взаємодіють один з одним, тому розглядати їх слід разом у їхньому логічному взаємозв'язку.

### **13.2. 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 притаманні 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 та 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 притаманні елементи невизначеності. Наприклад, не можна уникнути таких несприятливих для виробництва випадків, як

хвороба працівника, нещасні випадки, передчасні поломки засобів праці тощо.

Крім того, внутрішнє середовище не є самоізолюваним. Воно залежить від зовнішнього середовища, яке значною мірою схильне до змін.

За цих умов 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. 13.1, де наведено символи, які означають:  $S_1, \dots, S_m$  — можливі варіанти стану навколишнього середовища (дії конкурентів, споживачів, постачальників та ін.);  $P_1, \dots, P_m$  — ймовірності можливого конкретного стану навколишнього середовища;  $a_1, \dots, a_n$  — можливі дії на підприємстві;  $J_{11}, \dots, J_{nm}$  — можливі результати, отримані від дії  $a$  за стану навколишнього середовища  $S$ ).

Таблиця 13.1. Матриця рішень

Стан навколишнього середовища	$a$	$S_1$	$S_2$	...	$S_j$	...	$S_m$
Ймовірності конкретного стану навколишнього середовища. Можливі дії на підприємстві		$P_1$	$P_2$	...	$P_j$	...	$J_{jm}$
	$a_1$	$J_{11}$	$J_{12}$	...	$J_{1j}$	...	$J_{1m}$
	$a_2$	$J_{21}$	$J_{22}$	...	$J_{2j}$	...	$J_{2m}$
	$a_j$	$J_{j1}$	$J_{j2}$	...	$J_{jj}$	...	$J_{jm}$
	$a_n$	$J_{n1}$	$J_{n2}$	...	$J_{nj}$	...	$J_{nm}$

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 отримання надприбутків. Інакше кажучи, підприємства ризикують. Оскільки ризик притаманний підприємницькій діяльності, то його називають *підприємницьким*. В економічній літературі підприємницький ризик трактують по-різному. Так, Б. Райзберг під підприємницьким ризиком розуміє ризик, який виникає за будь-яких видів діяльності, пов'язаних з виробництвом продукції, товарів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими і фінансовими операціями, комерцією, здійсненням соціально-економічних і науково-технічних проєктів. 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 однобічним. 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 розглядають як категорію, 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, отримують 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 отримання 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 імовірнісна. Він або може бути, або ні. Ця характеристика підприємницького ризику є принциповою. Господарські ситуації, заздалегідь визначені й кількісно оцінені, не вважають на певний момент ризикованими. Інша річ, 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, притаманним ринковій економіці. Практично жоден підприємець, який хоче мати зиск, не може 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 отримання 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, піднесення 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 списували 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 через 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 дотацій 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 з року в рік недовиконувалися (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 використовувала терміни, які характеризують ризик. Він повністю належав до явищ капіталістичного господарства. До 1990 р. не було опубліковано жодної серйозної праці з питань оцінювання й 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 притаманний 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 використовують 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 неминучими, раціональними, необхідними і зараховуються до собівартості продукції. Вони можуть бути плановими і фактичними. Розмір планових витрат установлюють заздалегідь, 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 в основному 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 заздалегідь передбачити і віднести до витрат. Їх не слід вважати 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 визначають 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), чинного законодавства, курсів валют, акцій тощо;

♦ втрати від допущених поррахунків окремими посадовими 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 можна розраховувати як в абсолютному (різниця між фактичними і плановими показниками), так і у відносному вираженні (зіставлення абсолютного розміру втрат з відповідними плановими показниками).

### 13.3. Можливі збитки від ризиків

Можливість ризикувати зафіксована в Законі України «Про підприємництво», де зазначається, що підприємництво — це самостійна ініціатива, систематична, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг та заняття торгівлею з метою отримання 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 й отримувати 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, зазначене не заперечує того факту, що у разі здійснення невдалих ризикованих справ підприємство несе втрати, причому негативний вплив ризику на дохідність підприємств може бути значним.

Постає запитання, чому і коли зростання ризику приводить до збільшення доходів? Під час здійснення ризикованих операцій доходи можуть зростати, оскільки, ризикуючи, підприємець при цьому діє. У цьому разі результат таких дій може бути позитивним (фірма отримує прибутки) або негативним (фірма несе втрати). Не ризикувати — це означає не братися за справу. Результат неризиковування один — недоотримання прибутків.

Отже, що частіше підприємець ризикує, то вища ймовірність отримання вищих прибутків.

Проте, щоб ризик не призводив до негативних наслідків, підприємці мають налагодити ефективну систему управління ним, докладно аналізувати виробничо-господарські процеси, прораховувати варіанти виробничих ресурсів, здійснювати заходи щодо запобігання втратам тощо. У цьому разі ризик, на який іде фірма, є обґрунтованим і може забезпечити їй високий прибуток. Отже, між прибутком і ризиком можуть складатися різні співвідношення, варіанти яких наведено на рис. 13.2.

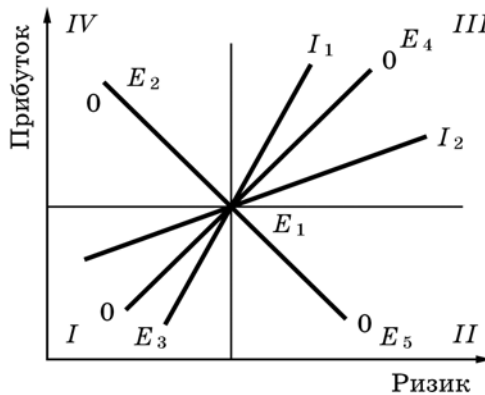


Рис. 13.2. Варіанти можливого співвідношення прибутку і ризику

Точка  $E_1$  показує розмір прибутку, який може бути, якщо ризик встановлено точно. Він є вихідним моментом під час розгляду можливих варіант залежно прибутку від розміру підприємницького ризику.

Зона IV характеризується невеликим ризиком і високим прибутком. При цьому ризик є наслідком здійснення фірмою заходів щодо запобігання йому. 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 характерними є високий ризик і низький прибуток. У цьому разі вкладені ресурси, що мають на меті запобігання ри-

зику та зменшенню втрат від нього, не дають бажаного результату. Тому і розмір прибутку  $E_5$  буде меншим від аналогічного вихідного показника:  $E \leq E_1$ .

У зоні  $I$  і прибуток  $E_3$ , і ризик малі. Для цього варіанта характерним є здійснення запобіжних 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 високі, 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  $I_1$  відображає 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 запобігання негативним впливам, які призводять до втрат.

### 13.4. 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 запобіжних заходів щодо зменшення їхнього 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 підлягають передбаченню. Якщо чинник, що призводить до втрат, заздалегідь відомий, систематичний, то його наслідки слід урахувувати в бізнес-планах і не вважати ризикованим. Такого самого підходу потребує і теорія ймовірності, положення якої використовують 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 за командно-планової економіки ґрунтувалося на передумові, що виробничо-господарські процеси відбувалися винятково в нормальних умовах. Тому різного роду порушення, які мали систематичний характер, у плані не враховували. 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 відбуватися без добре організованої системи планування ланок господарства. Це підтверджує досвід зарубіжних фірм. Проте вона має враховувати і дію негативних чинників, що систематично виникають і наслідки яких можна передбачити. Тому в бізнес-планах слід урахувувати негативні чинники, які завдають втрат і які можна безпосередньо визначити. Крім того, внесення до його складу такого розділу, як оцінювання ризику, дасть змогу зменшити вплив на результати діяльності випадкових чинників, які не є немінучими.

У системі ефективного управління ризиками важливе місце належить класифікації їх.

Автори, які вивчають проблеми ризику, мають різні позиції щодо побудови класифікації ризиків. Пропонуючи ту чи іншу класифікацію ризиків, вони часто не враховують її призначення і ролі у системі управління ризиком. Питання, пов'язані з визначенням розмірів ризику, розробленням заходів, спрямованих на запобігання йому, вони висвітлюють зазвичай без взаємозв'язку із запропонованими видами ризику. В окремих випадках передбачені класифікаціями різновиди ризику позбавлені логічної сутності. Важко, наприклад, погодитися з поглядами 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 наслідки зумовлені

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 підлягають 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 не можна виміряти, то при цьому втрачається 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;
- ♦ відображувати певну сторону сутнісної характеристики ризику. Залежно від конкретних ознак його можна розподілити на різні види. Класифікаційні ознаки та види ризиків, що їм відповідають, подано у табл. 13.2.

Таблиця 13.2. Види підприємницького ризику

Ознака класифікації ризику	Вид 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. Страховий
Розмір 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

Ризики підприємця та страхування у підприємстві

**Негативним ризиком** називають такий, який призводить до втрат виробничих ресурсів.

**Позитивний ризик** передбачає отримання фірмою додаткових доходів порівняно із заздалегідь визначеним розміром їх.

Наприклад, підприємство може внести вільні кошти на рахунок у банк або вкласти їх у підприємницький проект. У першому випадку воно отримає гарантований за наперед установленим 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.

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, притаманний 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, за 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; отримання кредитів від інших держав у іноземній валюті; відкриття дочірніх фірм за кордоном тощо.

Тому валютний ризик, у свою чергу, можна розподілити 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 можливі 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 у разі 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 вироботи тощо. Особливо відчутний цей вид валютного ризику в умовах посилення конкурентної боротьби між товаровиробниками.

Операційний, трансляційний та економічний ризики іноді можуть набувати прихованої форми і на перший погляд не є очевидними. Наприклад, певна фірма не здійснює експортно-імпортних операцій, 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 під час здійснення 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 розглядатимемо.

За видами підприємницької діяльності ризик класифікують для визначення розміру втрат, методика якого для виробничого, комерційного та фінансового ризиків різна. Крім того, класифікацію застосовують під час розроблення конкретних заходів щодо зменшення ризику та скорочення втрат від нього.

*Допустимим є 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 ризик**, за якого підприємець зважується на здійснення господарських операцій. Ними можуть бути допустимий, критичний і катастрофічний ризики, які не перевищують граничного рівня їх.

Для **надмірного ризику** характерні високі втрати виробничих ресурсів. Тому до підприємницьких справ, яким він притаманний, не слід вдаватися 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 проєктів.

**Перспективний ризик** може виникнути за межами поточного року. Такий ризик важче прогнозувати, є більш прихованим. Його передбачення та виявлення потребують значних зусиль.

**Поточний ризик** може бути в плановому році. Результати такого ризику безпосередньо впливають на річні техніко-економічні показники. Тому цей вид ризику потрібно найдокладніше 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) щодо поточного ризику. Заходи щодо зменшення втрат від нього мають бути терміновими і дієвими.

До ризиків, які можуть бути застраховані, належать такі, 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 запобігання їм 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 отримано від упровадження їх. У цьому разі фірма має корисний результат. Із рис. 13.2 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, за яких вартість запобіжних 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: по-перше, у недостатній увазі (наприклад, тимчасова відсутність працівника на об'єкті, який він охороняє); по-друге, у неправді (наприклад, інсценування крадіжки матеріальних цінностей). Для запобігання моральному ризику страхові компанії вживають запобіжних заходів (виконання клієнтами певних обов'язкових умов, залучення сторонніх фахівців 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. Перелік чинників і джерел комерційного ризику подано у табл. 13.3.

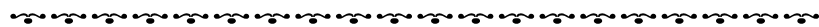
Таблиця 13.3. Чинники і джерела комерційного ризику

Основні чинники ризику	Джерела ризику
Ринкові	Посилення конкурентної боротьби, відсутність достатньої інформації про поведінку покупців на ринку, зростання інфляційних процесів, недоліки в організації рекламної діяльності та стимулювання збуту тощо
Товарообігу	Відсутність належної організації зберігання і транспортування товарів, яка призводить до їхніх втрат, зниження якості, споживчих 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 їх нестача
Суб'єктивні	Якість ухвалених управлінських рішень, порушення виконавчої дисципліни співробітниками фірми, хвороба працівника тощо

Як бачимо з табл. 13.3, 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 впливають із характеру та змісту виробничого і комерційного підприємства.

**Сутність підприємницького та фінансового ризиків.** Наслідки ризику — це безпосередній результат дії чинників ризику на рівень можливих втрат. Вони залежать конкретно від видів підприємницького ризику.

Ризики підприємства та страхування у підприємстві



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 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 нестачу товарів, зменшення розміру прибутку, втрату майна фірми, матеріальних цінностей.

Фінансовий і валютний ризику призводять до втрат певної суми грошей.

До окремої групи належать наслідки ризику, що виникли внаслідок 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 узагальнені наслідки (втрати) підприємницького ризику.

До прямих належать такі втрати:

- ♦ матеріальних ресурсів (сировини, основних та допоміжних матеріалів, палива, енергії, комплектуючих виробів, запасних частин);

- ♦ основних виробничих фондів від наслідків ризикованих дій, коли ці втрати не досягають розміру майнового стану фірми;

- ♦ зниження цін на продукцію в разі відхилення 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 узагальнених 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, що унеможливило подальше використання поточкових ліній, що залишилися неушкодженими. Втрати від їх простоїв будуть побічними. Якщо втрати основних виробничих фондів досягають розміру майнового стану, то побічні втрати не визначають.

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 їй дивіденди 12 %. Ця різниця у 4 % доходу і становить втрачену вигоду.

Узагальнені втрати є розрахунковими і складаються з прямих і побічних втрат та упущеної вигоди:

$$B_y = B_{\text{п}} + B_{\text{пб}} + B_{\text{в}}, \quad (13.1)$$

де  $B_{\text{п}}$  — прямі втрати;  $B_{\text{пб}}$  — побічні втрати;  $B_{\text{в}}$  — розмір упущеної вигоди.

До узагальнених втрат належать:

- ♦ сукупні втрати виробничих ресурсів, які виявляються у зростанні поточних витрат;
- ♦ обсяг недовиробленої (недореалізованої) продукції внаслідок 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 тощо;

- ♦ 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, має для неї завжди більше значення, 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 стійкості компанії у майбутньому;

- б) відсутністю впевненості в інвесторів щодо отримання дивідендів на придбані акції, оскільки умови купівлі їх не передбачають ніяких формальних щодо 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 й отримати 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 у проекти, що потребують для свого здійснення різних термінів. Для тривалішого періоду часу ризик більший. Тому кредитор має отримати додаткову винагороду порівняно з варіантом, коли кошти вкладають у короткотермінові проекти.

Отже, чинник ризику в разі інвестування в різночасові проекти зводиться до вибору таких двох альтернативних варіантів:

- ♦ інвестування короткотермінових проектів за гарантованих, але низьких доходів 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 розрізняють за рівнем ризику. Все це впливає на можливість своєчасного повернення інвестованих коштів, розмір відсотка, під який позичають гроші.

Підприємець ризикує, вкладаючи кошти саме в цей проект, а не в інший, або навпаки. Немає ніякої гарантії, що вибраний варіант буде найбільш вдалим. Цей різновид фінансового ризику називають *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 вважають дорожчими, ніж короткотермінові. Причиною цього є чинник часу. Що триваліший період, на який видаються позики, то більшою мірою позикодавці опиняються перед невизначеністю. Тому і ризик неплатоспроможності та вплив інфляції для довготермінових позик є значно більшими. Часткового його компенсування досягають подорожчанням цих позик. Такий ризик і вплив інфляції для короткотермінових позик є меншими, тому їх вважають дешевшими.

Крім того, 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.

У разі використання короткотермінових позик ліквідність фірми може бути забезпечена за вчасного повторного отримання нових позик.

Отже, використання довготермінових позик як джерела фінансування активів фірми має перевагу під кутом зору забезпечення її ліквідності, однак вони є дорожчими. Короткотермінові позики дешевші, проте існує непевність щодо вчасного повторного отримання їх. Тому фінансування активів фірми за рахунок довго- чи короткотермінових позик має певний ризик.

### **13.5. 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, проте їх можна звести до таких варіантів:

♦ одні автори пропонують оцінювати розмір ризику за показником частоти появи певного рівня втрат, який розраховують як частку 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 визначають 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 визначають 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, що більшою буде сума абсолютних втрат. Що саме цей показник характеризує і де конкретно в управлінні ризиком він може використовуватися? Припустити, що зазначений показник адекватний ймовірності 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.

Отже, 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.

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 антиризикових заходів, а також у разі здійснення ризикованих операцій тощо);

в) урахувати різні за змістом і формою показники ризику (абсолютні, відносні, порівнянності ризиків).

Система показників ризику охоплює: абсолютні; ймовірності виникнення втрат; порівнянності рівнів ризику.

*Абсолютні показники ризику* є величиною можливих втрат у вартісному вираженні від здійснення ризикованих господарських операцій. Їх використовують для:

- ♦ встановлення видів підприємницького ризику (допустимого, критичного, катастрофічного);

- ♦ визначення ймовірності втрат певного рівня. Знаючи їхній розмір, на основі кривої ризику встановлюють ймовірність втрат, які будуть у плановому періоді;

- ♦ розроблення конкретних заходів щодо зменшення негативно-го 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 порівнянності рівнів ризику* застосовують під час вибору варіантів здійснення господарських операцій, наприклад вкладення коштів у різні проекти.

Абсолютний розмір втрат — величина ймовірна. 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 застосовують під час проведення аналізу ризикованих ситуацій та з метою визначення різних параметрів розсіювання (стандартного відхилення, дисперсії тощо), які використовують у розрахунках показників порівнянності 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 розраховують так:

а) від можливого зниження обсягу виробництва і реалізації продукції:

$$B_p = \sum_{i=1}^n B\Pi_{\delta i} (\Pi_i - 33_i), \quad (13.2)$$

де  $B_p$  — втрати від ризику, спричиненого можливим зниженням обсягу виробництва і реалізації продукції;  $B\Pi_{\delta i}$  — ймовірне зменшення обсягу виробництва і реалізації  $i$ -го виду продукції у натуральному вираженні;  $\Pi_i$  — ціна за одиницю  $i$ -го виду продукції;  $33$  — розмір змінних витрат на одиницю  $i$ -го виду продукції;  $n$  — кількість  $i$ -х видів продукції.

б) від імовірного зниження цін:

$$B_{p.c} = \sum_{i=1}^n \Delta\Pi_i B\Pi_i, \quad (13.3)$$

де  $B_{p.c}$  — втрати від ризику, пов'язаного з можливим зниженням цін;  $\Delta\Pi_i$  — ймовірне зниження ціни одиниці  $i$ -го виду продукції;  $B\Pi_i$  — запланований обсяг випуску і реалізації  $i$ -го виду продукції.

в) від можливої перевитрати фонду споживання:

$$B_{p.c} = \Phi C_{\phi} - \Phi C_{\pi} = \Phi B_c \cdot \text{ЧП} + \Delta\text{ЧП} \cdot B_c, \quad (13.4)$$

де  $B_{p.c}$  — втрати від ризику, який може спричинити перевитрату фонду споживання;  $\Phi C_{\phi}$  — розмір фонду споживання з урахуванням імовірної дії негативних чинників;  $\Phi C_{\pi}$  — плановий розмір фонду споживання;  $\Delta B_c$  — ймовірне перевищення середніх виплат на одного працівника з фонду споживання порівняно із запланованим рівнем унаслідок проведення ризикованих операцій;  $\text{ЧП}$  — планова чисельність працівників;  $\Delta B_c$  — ймовірна перевитрата фонду споживання внаслідок перевищення середніх виплат на одного працівника;  $\Delta\text{ЧП}$  — ймовірне перевищення чисельності працівників порівняно з її плановою кількістю внаслідок проведення ризикованих операцій;  $B_c$  — середні очікувані виплати з фонду споживання на одного працівника;  $\Delta\text{ЧП} \cdot B_c$  — ймовірна перевитрата фонду споживання внаслідок перевищення чисельності працівників;

г) від імовірної перевитрати матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів:

$$B_{p.m} = M_{\phi} - M_{\pi} = \sum_{i=1}^k \Delta M_i \Pi_i + \sum_{i=1}^k M_i \Delta \Pi_i, \quad (13.5)$$

де  $B_{p.m}$  — втрати від ризику, який може призвести до перевитрати матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів;  $M_{\phi}$  — ймовірні очікувані витрати матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів на заданий обсяг виробництва продукції у вартісному вираженні;  $M_{\Pi}$  — планові витрати матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів на заданий обсяг виробництва продукції у вартісному вираженні;  $\Delta M_i$  — ймовірна перевитрата  $i$ -х видів матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів у натуральному вираженні на заданий обсяг виробництва продукції;  $\Pi_i$  — 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 вираженні;  $\Delta \Pi_i$  — ймовірне зростання ціни одиниці  $i$ -х видів ресурсів;  $k$  — кількість  $i$ -х видів матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів;  $\Sigma \Delta M_i \Pi_i$  — ймовірна перевитрата матеріально-сировинних і паливно-енергетичних ресурсів у вартісному вираженні внаслідок можливого зростання цін;

д) унаслідок можливої безгосподарності:

$$B_{p.r} = \sum_{i=1}^I B_i, \quad (13.6)$$

де  $B_{p.r}$  — витрати від ризику, спричиненого можливими наслідками безгосподарності;  $B_i$  — ймовірні втрати від  $i$ -го виду безгосподарності (псування товарно-матеріальних цінностей, їх нестача від природних втрат, сплата штрафів тощо);  $I$  — кількість різновидів безгосподарності;

е) від можливого стихійного лиха та екологічних катастроф:

$$B_{p.c.k} = \sum_{i=1}^s B_{Mi} \cdot K_{c.ki}, \quad (13.7)$$

де  $B_{p.c.k}$  — втрати від ризику, пов'язаного з можливим стихійним лихом та екологічними катастрофами;  $B_{Mi}$  — вартість  $i$ -х об'єктів чи майна підприємства;  $K_{c.ki}$  — частка (коефіцієнт) імовірних втрат  $i$ -х об'єктів чи майна підприємства, пов'язаних зі стихійним лихом та екологічними катастрофами;  $s$  — кількість різновидів об'єктів чи майна підприємства;

е) від крадіжок і рекету:

$$B_{p.k} = \sum_{i=1}^m K_i, \quad (13.8)$$

де  $B_{p.k}$  — втрати від ризику, що можуть бути наслідком крадіжок і рекету;  $K_i$  — ймовірні втрати від  $i$ -х видів крадіжок та рекету (під час транспортування матеріальних цінностей, у процесі виробни-

цтва, зі складських приміщень);  $m$  — кількість різновидів  $i$ -х крадіжок і рекету;

ж) від зміни політичних чинників:

$$B_{p.п} = \sum_{i=1}^o P_i, \quad (13.9)$$

де  $B_{p.п}$  — втрати від ризику, спричиненого можливими змінами політичних чинників;  $P_i$  — ймовірні 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 визначають так само, як і у виробничому підприємстві. Однак при цьому враховують особливості чинників ризику.

Порядок розрахунку найпоширеніших втрат такий:

а) від імовірного підвищення закупівельних цін:

$$B_{п.з} = \sum ЗЦ_i \cdot ОЗ_i \sum_{i=1}^n, \quad (13.10)$$

де  $B_{п.з}$  — 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 продають закуплений товар:

$$B_{з.п} = \sum_{i=1}^n ПЦ_i \cdot ОР_i, \quad (13.11)$$

де  $B_{з.п}$  — 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:

$$B_{п.т} = \sum_{i=1}^n \Delta ОР_i (ПЦ_i - ЗЦ_i), \quad (13.12)$$

де  $B_{п.т}$  — втрати від імовірного зменшення обсягу продажу товарів;  $\Delta ОР_i$  — обсяг можливого зменшення продажу  $i$ -х товарів;  $\Delta ПЦ_i$  — ціна продажу одиниці  $i$ -го товару;  $\Delta ЗЦ_i$  — закупівельна ціна одиниці  $i$ -го товару;

г) від можливої нестачі товарів (крадіжки, псування тощо):

$$B_{т} = \sum_{i=1}^n T_i \cdot ПЦ_i, \quad (13.13)$$

де  $B_T$  — 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 використовують 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.

Можна зробити висновок, що високий ризик означає високу ставку дисконту (капіталізації), а малий — низьку дисконтну ставку.

Отже, рівень ризику і розмір дисконтної ставки — поняття однозначні.

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) припустимо, що заздалегідь установлений розмір дисконтної ставки і дійсний її розмір збіглися. Підприємець заздалегідь розраховував теперішню вартість майбутніх доходів, яка має становити, наприклад 10 млн грн. Фактичний її розмір не відрізняється від розрахованого. Як у планових, так і у фактичних розрахунках використовувалася дисконтна ставка. А де ж тут ризик? Його немає. Інша річ, 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 використовують у розрахунках виробничих і комерційних ризиків. Інакше кажучи, вони будуть тоді, коли можуть з'явитися негатив-



ні чинники, не враховані в розрахунках очікуваних (планових) фінансових показників.

Втрати від ризику у фінансовому підприємстві визначають у розрізі чинників ризику.

Розмір можливих втрат вартості грошей, пов'язаних з чинником часу, розраховують так:

а) від вкладення грошей у купівлю облігацій:

$$\boxed{BG_0 = BG_{T,0} - BG'_{T,0}}, \quad (13.14)$$

де  $BG_{T,0}$  — розрахункова теперішня вартість грошей, вкладених у купівлю;  $BG'_{T,0}$  — ймовірна теперішня вартість грошей, вкладених у купівлю облігацій, зумовлена можливими діями негативних чинників.

При цьому:

$$\boxed{BG_{T,0} = I \cdot BЧА + F \cdot BЧВ}, \quad (13.15)$$

де  $I$  — відсотки за кожний період часу (рік, півріччя, квартал);  $BЧА$  — відсотковий чинник теперішньої вартості ануїтету;  $F$  — номінальна ціна облігацій;  $BЧВ$  — відсотковий чинник теперішньої вартості облігації.

*Ануїтет* — це послідовність платежів за певні регулярні проміжки часу. У цьому разі ануїтетом є періодично (раз на рік, що-півроку або щокварталу) 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 ануїтету визначають за формулою

$$\boxed{BЧА = \frac{1}{(1+R)} + \frac{1}{(1+R)^2} + \dots + \frac{1}{(1+R)^t}}, \quad (13.16)$$

де  $R$  — дисконтна ставка (коефіцієнт);  $t$  — кількість років.

Відсотковий чинник теперішньої вартості облігацій розраховують так:

$$\boxed{BЧВ = \frac{1}{(1+R)^t}}, \quad (13.17)$$

Ймовірну теперішню вартість грошей від купівлі облігацій у зв'язку з можливими діями негативних чинників визначають за формулою

$$\boxed{BG'_{T,0} = I \cdot BЧА' + F \cdot BЧВ'}, \quad (13.18)$$

де  $BЧА'$  — відсотковий чинник теперішньої вартості анuitету, визначений з урахуванням імовірної дії негативних чинників, які можуть привести до зростання розміру дисконтної ставки;  $BЧВ'$  — 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

$$BG_a = A_{т.в} - A'_{т.в}, \quad (13.19)$$

де  $BG_a$  — втрата вартості грошей, вкладених у купівлю акцій, пов'язана з можливою дією негативних чинників;  $A_{т.в}$  — теперішня вартість дивідендів і виручки від продажу акцій, розрахована за нормальних умов (без ризику);  $A'_{т.в}$  — ймовірна теперішня вартість дивідендів і виручки від продажу акцій, зумовлені можливими діями негативних чинників.

Теперішню вартість дивідендів і виручки від продажу акцій визначають так:

$$A_{т.в} = \sum_{i=1}^t D_i \cdot BЧА_i + A_{ц} \cdot BЧВ, \quad (13.20)$$

де  $A_{т.в}$  — теперішня вартість дивідендів і виручки від продажу акцій;  $D_i$  — розмір дивідендів за  $i$ -й період часу;  $BЧА_i$  — відсотковий чинник теперішньої вартості анuitету за  $i$ -й період часу;  $A_{ц}$  — 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 ( $A'_{т.в}$ ) розраховують так:

$$A'_{т.в} = \sum_{i=1}^t D'_i \cdot BЧА'_i + A'_{ц} \cdot BЧВ', \quad (13.21)$$

де  $D'_i$  — ймовірний розмір дивідендів за  $i$ -й період часу з урахуванням можливої дії негативних чинників;  $BЧА'_i$  — ймовірне значення відсоткового чинника теперішньої вартості анuitету за  $i$ -й період часу з урахуванням можливого зростання дисконтної ставки;  $A'_{ц}$  — ймовірна ціна акції в останньому році  $t$ -го періоду часу з урахуванням можливої дії негативних чинників;  $BЧВ'$  — ймовірний відсотковий чинник теперішньої вартості акції з урахуванням можливої дії негативних чинників.

При цьому порядок визначення ціни акцій залежить від їх виду. Для привілейованих акцій використовують формулу

$$A_{ц.п} = \frac{D}{R}, \quad (13.22)$$

де  $A_{ц.п}$  — ціна привілейованої акції;  $D$  — розмір постійного дивіденду.

Звичайні акції оцінюють так:

а) акції з постійним дивідендом:

$$A_{ц.п.д} = \frac{D}{R_s}, \quad (13.23)$$

де  $A_{ц.п.д}$  — ціна звичайної акції з постійним дивідендом;  $R_s$  — дисконтна ставка саме цих акцій;

б) акції з постійним приростом дивідендів:

$$A_{ц.д.п} = \frac{D_i}{R_s - q}, \quad (13.24)$$

де  $A_{ц.д.п}$  — ціна звичайної акції з постійним приростом дивідендів;  $D_i$  — сподівані дивіденди на акцію через рік (після останнього сплаченого дивіденду);  $q$  — темп приросту дивідендів;

в) акції з непостійним приростом дивідендів:

$$A_{ц.д.i} = \frac{D_{i+1}}{R_s - q}, \quad (13.25)$$

де  $A_{ц.д.i}$  — 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:

$$BG_{\pi i} = TB_{\Gamma, \pi i} - TB'_{\Gamma, \pi i}, \quad (13.26)$$

де  $BG_{\pi i}$  — ймовірні втрати від інвестицій в окремі проекти у зв'язку з імовірною зміною ставок дисконту та можливим зростанням інфляції;  $TB_{\Gamma, \pi i}$  — розрахункова теперішня вартість певних грошових потоків, визначена на основі передбачених величин ставки дисконту та рівня інфляції;  $TB'_{\Gamma, \pi i}$  — теперішня вартість тих самих грошових потоків з урахуванням імовірних змін ставок дисконту та можливого зростання інфляції.

Теперішню вартість грошового потоку визначають двома способами:

$$1) \quad TB_{\Gamma, \pi i} = \sum_{i=1}^n \Gamma \Pi_i \frac{1}{\left(1 + \frac{R - t_i}{100}\right)^{k_i}}, \quad (13.27)$$

де  $ГП_i$  — грошові потоки в  $i$ -му періоді часу;  $Ц$  — рівень інфляції, %;  $n$  — кількість часових періодів, роки;  $k_t$  —  $k$ -й часовий період інфляції;

$$2) \quad TB_{г.п.i} = \sum_{i=1}^n ГП_i \left(1 + \frac{t_i}{100}\right) ВЧВ. \quad (13.28)$$

**Методика оцінювання підприємницького ризику.** Оцінювання ризику на основі показників ймовірності виникнення втрат певного рівня використовують у відповідних розрахунках за минулий період, коли вже відома вся кількість втратних і виграшних випадків. Для планового періоду, в якому втратні випадки накопичуються поступово та 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 вирішують за допомогою попередньо побудованої на основі даних минулих років кривої розподілу ймовірностей виникнення певного рівня втрат прибутку (кривої ризику). Якщо під час визначення ймовірності втрат за минулі роки порівнювали 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 встановлюють рівень імовірності, який відповідає певному розміру втрат.

Отже, сутність проблеми зводиться до побудови кривої ризику. Послідовність цього процесу така. На першому етапі встановлюють зони ризику, в межах яких втрати не перевищують певного визначеного рівня.

Основні зони ризику показано на рис. 13.3. Як бачимо, залежно від розміру втрат можуть бути чотири зони ризику: безризикова; допустимого ризику; критичного ризику; катастрофічного ризику.

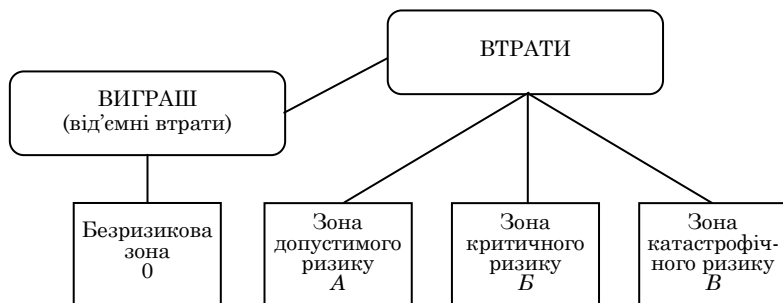


Рис. 13.3. Основні зони ризику:

$A$  — розмір втрат, що дорівнює сумі очікуваного прибутку;  $B$  — розмір втрат, що дорівнює розміру очікуваної виручки;  $B$  — розмір втрат, що дорівнює майновому стану підприємства

Ризики підприємства та страхування у підприємстві

*Безризиковою є зона, де немає будь-яких втрат під час здійснення 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 припадає на одну ризиковану ситуацію; велика ймовірність виникнення втрат певного рівня; втрати підлягають 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 отримати ніякого прибутку, а й втратити всі кошти, вкладені в господарську справу.

Характерними ознаками критичного ризику є:

- ♦ нечасті випадки настання ризику;
- ♦ середній рівень імовірності виникнення певного рівня втрат;
- ♦ порушення системи, що 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 неприпустимим. 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.

## 13.6. Оцінювання ризиків кількісними методами — квантифікація

*Статистичний метод.* Одним з найпоширеніших методів кількісного аналізу ризиків різних видів господарської діяльності є статистичний метод. Він ґрунтується на аналізі коливань оцінного

показника, який характеризує результативність дій підприємства за певний період часу. Як оцінний показник звичайно використовують величину втрат, що були допущені в минулих періодах господарської діяльності, наприклад, недоотримання доходу чи прибутку.

Залежно від результативності дій за аналізований період часу і рівня втрат, діяльність підприємства відносять до однієї з п'яти зон ризику (рис. 13.4): безризикова зона, зона мінімального ризику, зона підвищеного ризику, зона критичного ризику, зона неприпустимого ризику.

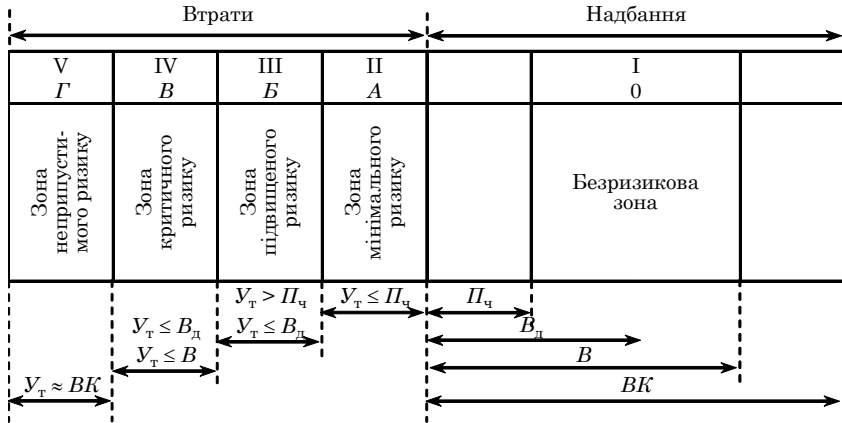


Рис. 13.4. Схема зон ризику

Умовні позначення:  $B$  — виторг;  $\Pi_{\text{ч}}$  — чистий прибуток;  
 $BK$  — власні кошти підприємства;  $B_d$  — валовий дохід;  $V_T$  — втрати

**Зоною ризику** називають деяку частину загальних втрат, у межах якої вони не перевищують встановленого граничного значення.

Результати діяльності підприємства відносять до певної зони ризику залежно від рівня втрат.

Рівень втрат визначають залежно від частки втрат у загальній величині власних коштів підприємства.

Для кількісного оцінювання рівня втрат уводять поняття *коефіцієнта ризику*  $K$ , який можна розраховувати як відношення:

- ♦ всього капіталу підприємства до суми його активів;
- ♦ розміру втрат до величини власних коштів підприємства (табл. 13.4);
- ♦ очікуваного значення втрат до очікуваного значення доходу або прибутку (табл. 13.5) тощо.

У розглянутому варіанті статистичного методу значення коефіцієнта ризику є скоріше нормованими, що характеризують певний рівень втрат, а не розрахованими відповідно до викладеного вище.

Таблиця 13.4. Рівні ризику залежно від співвідношення величини можливих утрат і величини власних коштів підприємства

$K = \frac{Y}{BK}$	Рівень ризику
$K \leq 0,25$	Прийнятний
$0,25 < K \leq 0,50$	Припустимий
$0,50 < K \leq 0,75$	Критичний
$K > 0,75$	Катастрофічний

Таблиця 13.5. Типи поведінки особи, що приймає рішення залежно від співвідношення очікуваних значень утрат  $E_{ут}$  і надбань  $E_{нд}$

$K = \frac{E_{ут}}{E_{нд}}$	Тип поведінки
$K \leq 0,2$	Песимістичний
$0,2 < K \leq 0,4$	Обережний
$0,4 < K \leq 0,6$	Середньоризикований
$0,6 < K \leq 0,8$	Ризикований
$0,8 < K \leq 1$	Високого ступеня ризику
$K > 1$	Азартний

Так, втратам у розмірі половини чистого прибутку відповідає коефіцієнт ризику 0,125, а втратам усього чистого прибутку — 0,25 (зона мінімального ризику). Відповідно, втратам у розмірі валового доходу відповідає коефіцієнт ризику 0,5, а в розмірі його половини — 0,375 (зона підвищеного ризику) та ін.

Частоту виникнення певного ( $i$ -го) рівня втрат визначають за формулою

$$f_i = \frac{n}{N}, \quad (13.29)$$

де  $n$  — кількість випадків настання конкретного рівня втрат;  $N$  — загальна кількість випадків у статистичній вибірці, що включає й успішно здійснені операції цього виду.

**Метод оцінки фінансової стійкості (аналізу доцільності витрат).** Метод орієнтований на оцінювання фінансової стійкості підприємства (проекту) й на ідентифікацію на цій основі потенційних зон ризику.

Виділяють два його різновиди: 1) фіксація фінансового стану підприємства (*оцінювання фінансової стійкості*); 2) зіставлення фінансової стійкості підприємства до і після впровадження аналізованого проекту (*оцінювання доцільності витрат*). Віднесення фактичного або прогнозованого (внаслідок упровадження проекту) стану підприємства до однієї із зон фінансової стійкості (нестійкості), і відповідно, зон ризику, здійснюється на основі аналізу достатності обігових коштів (власних або позичкових) для формування

запасів і покриття витрат, пов'язаних з виконанням розглянутих видів діяльності (проектів).

Для цього використовують такі показники:

♦  $\pm E_c$  надлишок (+) або нестача (-) власних обігових коштів, необхідних для функціонування підприємства або реалізації проекту;

♦  $\pm E_m$  надлишок (+) або нестача (-) власних, а також середньо- і довготермінових позичкових обігових коштів;

♦  $\pm E_n$  надлишок (+) або нестача (-) загальної величини обігових коштів (з урахуванням середньо- і довго-, а також короткотермінових кредитів і позик).

Ці показники відповідають показникам забезпеченості запасів і витрат джерелами їхнього формування.

Для визначення їх використовують балансову модель стійкості фінансового стану підприємства, що має такий вигляд:

$$O + Z + R_a = D_B + K_{c,d} + K_K + R_K, \quad (13.30)$$

де  $O$  — основні засоби і вкладення;  $Z$  — запаси і витрати;  $R_a$  — грошові кошти, короткотермінові фінансові вкладення, дебіторська заборгованість та інші активи;  $D_B$  — джерела власних коштів;  $K_{c,d}$  — середньо-, довготермінові кредити і позичкові кошти;  $K_K$  — короткотермінові кредити (до 1 року), позички, не погашені в термін;  $R_K$  — кредиторська заборгованість і позичкові кошти.

**Аналітичний метод** для оцінювання ризику передбачає використання традиційних показників, які застосовують під час оцінювання ефективності інвестиційних й інноваційних проектів, — період окупності, внутрішню норму прибутковості, індекс рентабельності, чистий зведений дохід. Порівнюючи значення перелічених показників альтернативних проектів, визначають їхній ступінь ризику.

**Метод аналізу чутливості (критичних значень).** Суть методу полягає у виявленні чутливості оцінних показників проекту зі зміною значень вхідних величин.

Використовуючи цей метод, шукають відповіді на такі запитання:

♦ Наскільки може відхилитися значення однієї або кількох вхідних величин від заданих значень (наприклад, наскільки можуть бути знижені ціни або обсяги збуту продукції) за умови, що оцінний показник не вийде за припустимі межі (наприклад, чистий зведений дохід буде не меншим від нуля)?

♦ Наскільки зміниться значення оцінного показника за заданого відхилення однієї або кількох вхідних величин від заздалегідь установлених їхніх значень?

**Нормативний метод** ґрунтується на використанні системи фінансових коефіцієнтів, таких як:





♦ *коефіцієнт ліквідності* — розраховують як відношення засобів високої і середньої ліквідності (грошових коштів і дебіторської заборгованості) до короткотермінової заборгованості. Нормативне значення — не менше ніж 0,5;

♦ *коефіцієнт заборгованості* — виражається співвідношенням суми позичкових коштів і суми власного капіталу. Нормативне значення — не більше ніж 0,3 – 0,5;

♦ *коефіцієнт автономії* — розраховують як відношення загальної суми власних коштів до активу фінансового балансу підприємства. Нормативне значення — не більше ніж 0,5;

♦ *коефіцієнт маневреності* — розраховують як відношення власного обігового капіталу (сума дебіторської заборгованості і запасів товарно-матеріальних цінностей за винятком кредиторської заборгованості і заборгованості за позиками) до власного капіталу підприємства. Нормативне значення — не менше ніж 0,5;

♦ *коефіцієнт іммобілізації* (реальної вартості основних фондів) — це відношення реального статутного капіталу або вартості основних фондів (за винятком зносу) до підсумку балансу підприємства. Нормативне значення — не більше ніж 0,6;

♦ *коефіцієнт покриття* — визначають як відношення суми обігових коштів підприємства до суми короткотермінової заборгованості. Нормативне значення — не менше ніж 2,0 – 2,5.

Таких коефіцієнтів використовують кілька десятків.

Фактичні значення коефіцієнтів, розраховані для конкретного підприємства, порівнюють з нормативними. За ступенем відхилення фактичних значень від нормативних роблять висновок про величину ризику.

До переваг нормативного методу варто віднести простоту й оперативність розрахунків, однак, як і розглянуті вище аналітичний метод і метод оцінки фінансової стійкості, він не враховує впливу окремих чинників ризику. Тобто він може бути рекомендований в основному для «відсікання» явно неприйнятних рішень, а для оцінювання тих, що залишилися, слід використовувати інші методи.

Крім того, різні коефіцієнти можуть свідчити про різний рівень ризику. За цієї ситуації для кожного з коефіцієнтів визначають діапазон відхилень від нормативу (діапазон значень), що відповідає певному рівню ризику. Наприклад, відхилення в межах 25 % нормативу свідчать про мінімальний рівень ризику, 50 — підвищений, 75 — критичний, 100 % — неприпустимий (див. статистичний метод). Далі визначають значущість (вагомість) кожного з коефіцієнтів (сума значущостей дорівнює 1,0). Інтегральну оцінку ризику знаходять як середньозважену.

**Метод експертних оцінок** е, мабуть, тим єдиним методом, що дає змогу оцінювати ступінь ризику різних видів виробничо-збутової і фінансової діяльності підприємств в умовах дефіциту

інформації. Оцінювання ризику здійснюється на основі суб'єктивних думок експертів — фахівців у конкретній галузі діяльності.

Існують різні різновиди методу експертних оцінок, розглянемо один з них. Представлена методика дає змогу оцінити ступінь ризику ділового співробітництва підприємства зі своїми економічними контрагентами і вибрати найприйнятніші з них.

Оцінюють ризик поетапно:

1) *ранжирування* — виділення оцінних критеріїв та їхнє ранжирування щодо конкретної ситуації;

2) *зважування* — визначення вагових характеристик оцінних критеріїв для кожного з можливих ділових партнерів;

3) *комплексна оцінка* ділових партнерів з урахуванням рангів і вагових характеристик оцінних критеріїв і прийняття рішень.

**Метод аналізу ризику за допомогою дерева рішень.** Існує кілька різновидів цього методу. Розглянемо два з них.

1. *Використання дерева рішень для розробки оптимального алгоритму дій з урахуванням їх результативності і ризику.*

У процесі підготовки рішення виділяють різні його варіанти, що можуть бути прийняті, а також для кожного з варіантів — ситуації, які можуть настати незалежно від волі особи, яка приймає рішення. Ці ситуації також беруть до уваги.

2. *Використання дерева рішень для багатofакторної оцінки ризику в умовах їх різноспрямованого впливу.*

Розглянемо випадок, коли для оцінювання ризику використовують коефіцієнти впевненості — числа, що відображують ступінь впевненості в істинності або хибності висновку про наявність ризику (про вплив конкретних чинників ризику на його величину). Шкалу значень коефіцієнтів впевненості наведено на рис. 13.5.

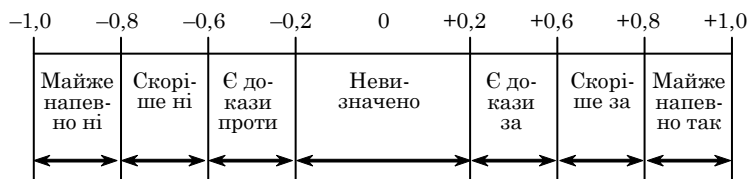


Рис. 13.5. Шкала значень коефіцієнта впевненості

Як впливає з рис. 12.5, коефіцієнти впевненості набувають значення від  $-1$  до  $+1$ . За ступеня впевненості  $+1$  вважають, що подія обов'язково відбудеться, а за  $-1$  — напевно, ні. Ліва частина шкали на рис. 13.5 призначена для оцінювання хибності факту настання подій, а права — істинності. Коефіцієнт впевненості — це комбінація двох оцінок:

$$K = I - X, \quad (13.31)$$

де  $I$  — оцінка істинності факту настання події (від 0 до +1);  $X$  — оцінка хибності (від 0 до -1).

Комбінування оцінок незалежних свідчень про наявність або відсутність ризику (оцінок ступеня впливу чинників ризику на його величину) виконують згідно з такими правилами:

$$K_0 = K_1 + K_2(1 - K_1), \text{ якщо } K_1 > 0 \text{ і } K_2 > 0;$$

$$K_0 = |K_1 + K_2|(1 - |K_1|), \text{ якщо } K_1 < 0 \text{ і } K_2 < 0; \quad (13.32)$$

$$K_0 = \frac{K_1 + K_2}{1 - \min(|K_1|, |K_2|)}, \text{ якщо } K_1 \text{ і } K_2 \text{ мають різні знаки.}$$

За комбінації доказів з коефіцієнтами +1 і -1 вважають, що  $K_0 = +1$ .

**Метод аналогій.** Для оцінювання ризику цей метод передбачає використання даних про аналогічні проекти, виконані у порівнянних умовах.

**Приклад.** Відкриваючи невеликий пункт технічного обслуговування автомобілів (ПТО) в одному з районів міста, аналізують інформацію про діяльність аналогічних ПТО: чинники ризику і ступінь їхнього впливу; масштаби й імовірність втрат тощо. На підставі цієї інформації прогнозують ступінь ризику. Звичайно, при цьому вносять поправки, що враховують специфіку діяльності конкретного ПТО.

Точність цього методу невисока, в основному його використовують для попереднього оцінювання. Основний його недолік полягає в тому, що кожен проект має свої характерні риси і специфіку реалізації, що не дає змоги підготувати вичерпний набір сценаріїв розвитку подій у майбутньому, ґрунтуючись на досвіді минулого.

Оскільки кожен з розглянутих методів не позбавлений недоліків, то в практичній діяльності потрібно використовувати кілька різних методів. Звичайно, отримані різними методами результати відрізнятимуться, проте аналіз розбіжностей між ними дасть можливість виявити чинники, які враховують в одних методах і не враховують в інших, що впливає на точність оцінки і вірогідність отриманих результатів. Аналіз розбіжностей у результатах, у зіставленні з прийнятими в розрахунок чинниками ризику допоможе виявити існуючі тенденції в розвитку майбутніх подій з погляду ризику тих або інших видів діяльності. А це сприятиме точнішому прогнозуванню ступеня ризику в досягненні очікуваних результатів.

### 13.7. Запобіжні 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 розподілити на такі три основні групи: превентивні; обмежувальні; компенсаційні.

**Превентивними** називають заходи, спрямовані на недопущення ризикованих ситуацій.

Наприклад, обґрунтований вибір постачальників матеріально-технічних ресурсів, який передбачає можливість зривів постачання, проведення комплексу профілактичних заходів щодо запобігання передчасному непередбаченому 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 склалися, 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 такі, що 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.

**Компенсаційні** 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 завдяки розробленню і впровадженню відповідних заходів. До компенсаційних заходів належать страхування майна фірми страховиками, створення фонду самострахування, хеджування господарських операцій та ін.

Взаємозв'язок і відмінність різних антиризикових заходів наведено в табл. 13.6.

**Таблиця 13.6. Взаємозв'язок і відмінність різних антиризикових заходів**

Характеристика	Заходи		
	Превентивні	Обмежувальні	Компенсаційні
Черговість застосування заходів	Первинні	Вторинні	Третинні
Об'єкт дослідження	Ризиковані ситуації	Розмір втрат	Частина втрат, яка може бути відшкодована
Характер ризикованих ситуацій, для яких розробляють 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 — компенсаційні;

б) одночасності дій, за якої можна застосовувати паралельно такі заходи, як обмежувальні та компенсаційні, превентивні та компенсаційні та ін.

Кожний 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 погляду 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. На 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, якими є:

- ♦ характер ризикованих ситуацій;
- ♦ розмір втрат від ризику;
- ♦ ймовірність втрат певного рівня;
- ♦ вартість антиризикових заходів;
- ♦ економія на втратах, яку може забезпечити реалізація антиризикових заходів;

♦ частина відшкодування втрат за рахунок різних джерел (собівартості, прибутку, фонду самострахування, виплат страхових компаній).

Нижче розкрито сутність антиризикових заходів, які найчастіше впроваджуються в управлінні підприємницьким ризиком.

Зменшення рівня ризику господарських операцій досягають завдяки кращому вивченню 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: що вища надійність, то меншим буде рівень ризику.

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 в 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, яким не можна запобігти або усунути будь-якими заходами, або зумовлені правилами страхування надзвичайні обставини, у разі яких страховик звільняється від виконання зобов'язань за договором страхування.

Більшість страховиків відносять сюди випадки, зумовлені воєнними діями, страйками, запровадженням надзвичайного стану, радіоактивними викидами тощо. Замість цього було взято протилежний курс. Якщо звернутися до досвіду зарубіжних фірм, то їхня економіка процвітає і в не останню чергу завдяки такому чиннику, 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 фахівців, 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, спричинених простоями обладнання внаслідок організаційно-технічних неполадок на виробництві, зумовлює потребу в упровадженні адекватних заходів, спрямованих на усунення їх.



## 13.8. Основні способи мінімізації та зниження ризику

Високий ступінь ризику конкретних видів господарської діяльності зумовлює потребу у пошуку шляхів штучного зниження його. Розглянемо основні способи зниження ризику.

**Страховання ризику.** Компенсаційні антиризикові заходи подані різними формами страхування: традиційним страхуванням, яке здійснюється страховими компаніями, самострахуванням. Під кутом зору розміру втрат, що відшкодовуються, найбільша частка припадає на традиційне страхування.

Страховання у традиційному розумінні слова полягає в акумулюванні фінансових ресурсів підприємств з метою відшкодування їм втрат від ризику. Воно має на меті забезпечити страховий захист агробізнесу у вигляді повного або часткового відшкодування втрат, заподіяних ризикованими ситуаціями.

*Страховання* — це метод замкненого зниження ризику перетворенням випадкових збитків у відносно невеликі постійні або разові витрати у вигляді страхових премій страховикам, які розкладають збиток у просторі і часі між учасниками страхового фонду. Різного роду непередбачені ситуації (хвороби, стихійні лиха, крадіжки тощо) найчастіше призводять до значних витрат. Для пом'якшення їх наслідків використовують страхування. Люди в усьому світі страхують життя і майно від непередбачених обставин. Так, у США страхові внески становили в середині 80-х років 8 % валового національного продукту, тобто перевищували суму в 270 млрд дол. Страхові компанії організують справи таким чином, щоб сума виплат і витрати на організацію страхової справи не перевищували величини отриманих внесків. Основна умова ефективності страхування полягає в тому, щоб ризики застрахованих осіб були незалежними один від одного або мали різноспрямовану кореляцію.

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 підлягає страхуванню 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, що можуть бути застраховані, значно ширший.

З настанням страхових випадків страховик виплачує страхувальнику страхове відшкодування (страхову суму). Його розмір визначають у відсотках до розміру збитків від загибелі (пошкодження) майна, в яких майно було застраховане.

**Приклад 1.** Страхова вартість (фактична вартість об'єкта страхування) становить 400 тис. грн, а страхова сума (вартість, оголошена страхувальником під час укладання договору страхування) — 280 тис. грн, розмір понесених фірмою втрат — 200 тис. грн. Отже, сума страхового відшкодування становитиме 140 тис. грн ( $280 \cdot 200 : 400$ ).

Страхування ґрунтується на використанні таких механізмів, як:

- ♦ об'єднання ризиків;
- ♦ розподіл ризику.

**Розподіл ризику** — це метод зниження ризику, за якого ймовірний збиток розподіляють між кількома особами так, щоб можливі втрати кожного (так само, як і прибуток) були відносно незначними. Саме завдяки використанню цього методу фінансово-промислові групи не бояться йти на ризик фінансування великих проєктів або нових напрямів науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт.

Розглянемо докладніше механізм розподілу ризику.

**Приклад 2.** Підприємець, що накопичив певні кошти, вирішив укласти їх у невелику автомайстерню з вулканізації шин і надання дрібних послуг з технічного обслуговування автомобілів. Якщо споживачі оцінять його діяльність, він може використати отриманий прибуток для купівлі додаткового устаткування й оренди нових площ, необхідних для розширення своєї справи. Нехай цей підприємець зібрав 200 тис. грн. Цих коштів цілком достатньо для того, щоб відкрити мережу автомайстерень в інших районах міста. Необхідно прийняти рішення — організувати товариство або залишитися єдиним власником?

Якщо підприємець залишиться єдиним власником і особисто інвестує в розширення виробництва всі заощадження, то він бере на себе весь ризик, пов'язаний з його бізнесом. Якщо споживачі віддадуть перевагу конкурентам, то він може втратити все. У разі, якщо підприємець достатньою мірою впевнений, що нічого подібного не відбудеться, він може вкласти всі наявні в нього кошти. Висока віддача компенсує ризик. Проте якщо підприємець супротивник ризику, то він може розділити ризик з іншими особами. Якщо 10 осіб вкладуть свої кошти в мережу автомайстерень, то кожен з них матиме набагато менший ризик, ніж той, який підприємець взяв би на себе, залишаючись єдиним власником. Однак і прибуток доведеться при цьому розподілити пропорційно до вкладених коштів.

Абсолютний розмір ризику, виражений у доларах, що випадає на такі великі транснаціональні корпорації як, наприклад, ІВМ або «Дженерал моторе», величезний. Їхні доходи можуть неперед-



бачено змінюватися від року до року на сотні мільйонів доларів. Однак ці компанії, до речі, як і більшість аналогічних, є корпораціями і мають багато мільйонів власників, що безпосередньо володіють акціями, а також тих, хто має акції взаємних фондів, які, у свою чергу, є власниками акцій, згаданих ІВМ і «Дженерал моторе».

Розподіляючи ризик серед багатьох осіб, ринок капіталів дає змогу здійснювати величезні ризикові інвестиції в реальний капітал навіть за тієї умови, що жоден одиничний власник не захотів би брати пов'язаний з цим ризик на себе особисто.

**Об'єднання ризиків** є одним із методів зниження ризику об'єднанням незалежних ризиків кількох осіб, проектів або видів діяльності таким чином, що загальний ризик зменшується.

**Приклад 3.** Є два типи ризикових проектів різного ступеня ризику. Наприклад, вкладення в акції нафтових компаній і вкладення в акції банків. Нехай віддача по кожному з цих цінних паперів становить 4 грн у періоди сприятливої економічної кон'юнктури і 2 грн — у разі несприятливої. Розвиток сприятливої або несприятливої кон'юнктури в одній галузі не залежить від розвитку в іншій. Отже, значення норми віддачі в цих галузях є незалежними. Вартість акцій однакова. Для спрощення розрахунків розглянемо ситуацію, коли інвестор купує тільки дві акції. При цьому виникають такі альтернативи:

- ♦ укласти всі кошти в акції нафтової компанії;
- ♦ укласти всі кошти в акції банку;
- ♦ купити по одній акції кожного типу.

Розглянемо ці альтернативи докладніше.

Якщо інвестор купив дві акції банку, то з огляду на те, що ймовірність сприятливої кон'юнктури в банківській справі дорівнює 50 %, він заробить 8 грн (2 · 4). А якщо ні (несприятлива кон'юнктура), то він отримає 4 грн (2 · 2). Аналогічні міркування справедливі і для варіанта купівлі двох акцій нафтової компанії. В обох випадках середній дохід становитиме 6 грн. При цьому ймовірності отримання максимального (8 грн) і мінімального (4 грн) доходів будуть однаковими (0,5).

Можливі варіанти віддачі в разі реалізації третьої альтернативи подано в табл. 13.7.

Кожна з комбінацій, наведених у табл. 13.7, однаково ймовірна. Ймовірність того, що несприятлива кон'юнктура складеться в обох галузях одночасно, становить 25 %, ймовірність піднесення в одній галузі і, одночасно, спаду в іншій — 50 %. Ймовірність сприятливої кон'юнктури одночасно в обох галузях становить 25 %. Тобто шанси заробити 4 або 8 грн однакові — 25 %, а 6 грн — 50 %. Середній дохід дорівнює 6 грн, тобто він такий самий, що й у разі вкладення всіх коштів у нафтовидобуток або в банківську справу, проте ризик при цьому нижчий, тому що ймовірність мінімального доходу знизилася до 25 %.

**Таблиця 13.7. Варіанти отримання доходу в разі купівлі різних акцій, грн**

Банківська справа		Нафтова промисловість
Спад	Піднесення	
6	8	Спад
4	6	Піднесення

У цьому прикладі, безумовно, існує ймовірність того, що в обох галузях одночасно спостерігатиметься несприятлива або сприятлива кон'юнктура. Однак при цьому є шанси, що роки економічного піднесення в одній галузі компенсують несприятливі роки в іншій, стабілізувавши тим самим дохід.

Якщо на ринку є більше від двох видів акцій з такою самою структурою віддачі, як у наведеному вище прикладі, то, як і в разі зі страхуванням, що більше незалежних ризиків можна об'єднати, то більш передбачуваним буде значення віддачі. При цьому ймовірність отримання віддачі, яка відрізняється від 6 грн, знижується в міру збільшення кількості різних галузей, акції яких предствалені в портфелі.

**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 використовувати це джерело покриття втрат?

Самострахування ефективно за таких умов:

♦ господарська одиниця (науково-технічний комплекс, концерн, науково-виробниче об'єднання) складається з низки юридичних осіб, що мають сформовану 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 отримують 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 4.** Щорічні страхові премії органам страхування за ризиковані операції становлять 6 тис. грн. Фірма отримала 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, у межах якого порівнюватимуться суми страхових премій і страхових відшкодувань на покриття втрат, становитиме п'ять років. Розмір страхової премії, сплаченої фірмою 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 (втрат від ризику);

♦ фірма володіє великою кількістю однорідного майна, а ймовірність втрат його дуже мала. Враховуючи цей чинник, транснаціональні нафтові компанії здійснюють самострахування танкерів. Розрахунки показують, що втрата одного танкера на 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 самострахування ризику, то викладемо деякі міркування щодо порядку утворення та використання централізованого резервного фонду самострахування. Централізований резервний фонд самострахування створюється на рівні управління господарською одиницею. У самостійних підприємствах, що виступають як складові структури комплексів, науково-виробничих об'єднань, вони не створюються.

Самострахуванням можуть охоплюватися всі види ризиків, які завдають фірмам втрат. У ринкових умовах виглядає анахронізмом наявність обов'язкового страхування. Кожне підприємство повинно зробити вибір:

- ♦ страхувати втрати від ризику за допомогою страхових компаній;
- ♦ здійснювати самострахування;
- ♦ використовувати інші форми захисту від ризику.

Розміри відрахувань до централізованого резервного фонду самострахування визначають на рівні страхових премій, які мали б сплачувати підприємства у разі страхування ризику страховими компаніями.

Щорічним джерелом коштів створення такого фонду є собівартість продукції. Їх зараховують у статтю «Загальногосподарські витрати» (податки та інші обов'язкові відрахування і витрати).

Кошти централізованого резервного фонду самострахування використовують суворо за цільовим призначенням, тобто на покриття втрат від тих ризикованих операцій, які були самозастраховані. Розмір відшкодування втрат від ризику визначають за методикою, прийнятою у страховій справі.

Кошти резервного фонду самострахування, не використані в цьому році, переходять у фонд наступного року. Перехідні перерахунки доцільно здійснювати впродовж п'яти років. Після цього залишок коштів фонду спрямовують на збільшення прибутків.

**Диверсифікація** — це метод зниження ризику розподіленням коштів між кількома ризиковими активами (товарами) таким чином, що підвищення ризику для одного зазвичай означає зниження ризику для іншого.

Сутність диверсифікація розглянемо на прикладі.

**Приклад 5.** Підприємство згідно зі своїми технологічними можливостями, кадрами, джерелами сировини, з огляду на потреби ринку, виготовляє бронетранспортери і вантажівки. Воно збуває свою продукцію в країні Близького Сходу, де частими є переходи від стану війни до миру, і навпаки. У разі війни підвищеним попитом користуватимуться бронетранспортери. Наприклад, обсяг продажу становитиме 100 млн дол. Однак у цьому випадку падає попит на цивільну продукцію (вантажівки), обсяг їхнього продажу становитиме 20 млн дол. У стані миру зростає попит на вантажівки і знижується попит на бронетранспортери, відповідно змінюються обсяги їх реалізації (табл. 13.8).

Таким чином, підприємство, диверсифікуючи своє виробництво, стабілізує обсяги реалізації і прибутку, компенсуючи втрати прибутку від зменшення обсягу продажу однієї продукції збільшенням продажу іншої (залежно від розвитку подій на ринку). Диверсифікація не може цілком ліквідувати ризик, але вона дає змогу значно знизити його.

*Таблиця 13.8. Обсяги реалізації продукції залежно від стану попиту, дол.*

Товар	Стан	
	Війна	Мир
Бронетранспортери	100 млн	20 млн
Вантажівки	20 млн	100 млн

**Хеджування ризику.** В Україні цей напрям зменшення втрат від ризику поки що не набув належного розвитку. Така ситуація пояснюється недостатнім розвитком ринкової інфраструктури та нормативно-правової бази.

**Хеджування** — діяльність зі зниження цінових ризиків, зумовлених несприятливою зміною цін на товари у майбутньому укладанням ф'ючерсних угод.

**Ф'ючерс** — це контракт на постачання (купівлю) у визначений в майбутньому термін певної кількості товару за існуючою на певний момент ціною.

Основу хеджування становлять ф'ючерсні контракти. Вони є формальною угодою, за якою продають або купують певну кількість товару за визначеною ціною для передавання 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 скасована 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 6.** Припустимо, що фермер відгодовує молодняк великої рогатої худоби для здавання його в листопаді на м'ясо.

У квітні за його розрахунками ціна за 1 кг м'яса з урахуванням отримання помірному прибутку становитиме 4 грн. Передбачаючи падіння цін у період масового здавання 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 приймання.

На початку листопада виявилось, що поточна ціна наявного ринку за 1 кг м'яса зменшилася 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 контракт з розрахунку 4,2 грн за 1 кг м'яса. Результати хеджування наведено в табл. 13.9.

*Таблиця 13.9. 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 Втрати в ціні за 1 кг становлять 0,20 грн (4,00 – 3,80)	Листопад	Викуп листопадових ф'ючерсів за ціною 4,2 грн за 1 кг Виграш від ф'ючерсів становить 0,30 грн

Примітка. Ціни умовні.

Отже, у загальному підсумку фермер не зазнав втрат, хоча ціни на продукцію знизилися.

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.

Різновидом ф'ючерсного контракту є *угода з премією*, або *опціон*, відповідно до якого одна сторона здобуває право купити або продати що-небудь у майбутньому за задалегідь обумовленою ціною зі сплатою комісійних (премії). Опціон — спекулятивний вид угоди. Він надає право, але не зобов'язує, продати або купити конкретний товар у визначений термін. Наприклад, з погляду продавця, якщо ціни підвищилися, що йому вигідно, угода здійснюється; якщо ціни не змінилися або навіть зменшилися, то спекулянт (у цьому випадку продавець) лише сплачує комісійні. Зде-

більшого подібні контракти як опціони, так і ф'ючерси, здійснюються спекулянтами. Фактично, виконуючи функцію посередників між виробниками і споживачами, спекулянти сприяють вирівнюванню цін.

**Спекуляція** — діяльність, що виявляється в купівлі з метою перепродажу за більш високою ціною. Купити дешевше, продати дорожче — у цьому полягає зміст спекуляції. Її сутність розкрили в XVI – XVIII ст. меркантилісти — перша школа в політичній економії.  $Гроші — товар — гроші з приростом (D — T — D')$  — така загальна формула капіталу. Слід зазначити, що спекуляція пов'язана з ризиком, причому усвідомленим ризиком. Спекулянти виконують важливу функцію посередників, доставляючи товари і послуги від тих, хто володіє їх надлишками, до тих, хто відчуває гостру потребу в них. Тим самим спекуляція призводить до зрушення споживання в просторі. Однак вона зумовлює і зрушення споживання в часі. Наприклад, закупаючи сільськогосподарські продукти у врожайний рік, спекулянти продають їх у неврожайний. При цьому збільшується попит за надлишку пропозиції (роблячи запаси сільськогосподарської продукції), що призводить до деякого зростання цін. Продаючи цю продукцію в неврожайний рік, вони збільшують пропозицію в період підвищеного попиту, знижуючи тим самим ціни. Тобто завдяки спекулянтам вирівнюються сезонні коливання попиту-пропозиції.

**Зниження ризику збиранням додаткової інформації.** У розділі 1 зазначено, що здебільшого помилкові рішення пов'язані з недостатньою поінформованістю осіб, що приймають їх. При цьому збільшення ступеня поінформованості про предмет рішення і його наслідків дає змогу знизити ризик. Водночас інформація має свою ціну і за збільшення ступеня поінформованості необхідно платити. Тому, приймаючи рішення про придбання додаткової інформації, слід порівнювати витрати на її придбання й очікувані граничні вигоди від прийняття більш точного рішення (рис. 13.6).

Кількість  $K_{\text{пр}}$  і ціна  $C_{\text{пр}}$  необхідної інформації визначаються точкою перетину кривих очікуваних граничної

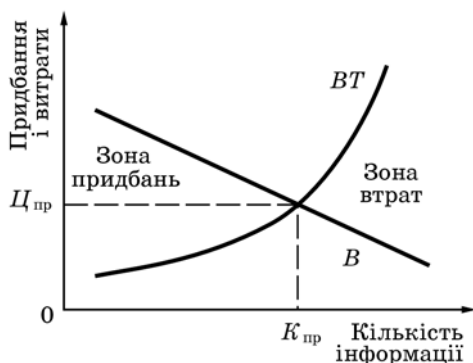


Рис. 13.6. Визначення оптимального обсягу необхідної інформації

Ризики підприємств та страхування у підприємстві

вигоди  $B$  і витрат  $BT$ , пов'язаних з її отриманням. Якщо очікувана вигода від купівлі інформації перевищує очікувані граничні витрати ( $B > BT$ ), то таку інформацію необхідно придбати. Якщо навпаки ( $B < BT$ ), то від купівлі такої інформації краще відмовитися.

Невідповідність фактичних результатів прийнятого рішення запланованим у багатьох випадках пояснюється обмеженістю наявної інформації. Більш повна інформація дає можливість приймати обґрунтованіші рішення, результати яких наблизитимуться до розрахункових. Оскільки інформація є цінним товаром, то зацікавлені особи готові за неї платити.

Граничну вартість повної інформації визначають як різницю між вираженими у вартісній формі очікуваними результатами певної дії чи рішення, виконуваного або прийнятого в умовах повної поінформованості  $P_0$ , і очікуваними результатами тієї самої дії або рішення в умовах неповної поінформованості  $P_H$ .

$$VI_{\text{пр}} < P_0 - P_H. \quad (13.33)$$

Якщо інформація коштує більше  $VI_{\text{пр}}$ , то її придбання, навіть за абсолютно точного прогнозування, зменшить величину результату, наприклад, прибуток, отримуваний в умовах визначеності, порівняно з прибутком, що отримують в умовах невизначеності.

**Резервування коштів на покриття непередбачених витрат.** Цей метод ґрунтується на створенні резерву коштів на покриття непередбачених витрат, розмір якого визначається зіставленням очікуваного значення можливих витрат (додаткових витрат) і витрат на їх запобігання, зниження або компенсацію.

**Приклад 7.** Розглянемо проект будівництва цеху. Перевищення кошторису витрат може бути зумовлено:

- ♦ підвищенням вартості будівельних матеріалів і енергії;
- ♦ інфляційними процесами;
- ♦ позовами за контрактами;
- ♦ підвищенням заробітної плати будівельників;
- ♦ необхідністю виконання непередбачених робіт, наприклад, пов'язаних з відведенням ґрунтових вод з котловану і зміцненням фундаменту тощо.

Для визначення базової суми резерву на покриття непередбачених витрат, а також уточнення її в процесі роботи над проектом (на основі фактичних даних) можна використовувати викладені в розділі 4 методи кількісного аналізу ризику.

Під час визначення суми резерву на покриття непередбачених витрат необхідно враховувати точність попередньої оцінки вартості проекту і його елементів залежно від етапів проекту, на яких здійснювалося це оцінювання, що впливає на розмір резерву.

Ігнорування ризику може призвести до значної перевитрати коштів.

**Структуру резерву** на покриття непередбачених витрат можна визначати на основі одного з двох підходів.

За *першого підходу* резерв розподіляють на дві частини: на загальний і спеціальний (рис. 13.7, *а*).



**Рис. 13.7. Варіанти структури резерву на покриття непередбачених витрат:**

*а* — перший підхід; *б* — другий підхід

Загальний резерв має покривати зміни в кошторисі і добавки до загальної суми контракту, наприклад у разі потреби у виконанні заздалегідь непередбачених робіт, та інші аналогічні елементи.

Спеціальний резерв містить у собі надбавки на покриття зростання цін, збільшення витрат за окремими позиціями, а також на оплату позовів за контрактами.

Багато практиків вважають, що надбавки на покриття зростання цін слід враховувати окремо від непередбачених витрат. Це особливо актуально, коли контракти передбачають зміни умов платежів або перегляд умов контрактів відповідно до індексу інфляції.

*Другий підхід* до створення структури резерву передбачає розподіл непередбачених витрат за видами витрат, наприклад на заробітну плату, матеріали, субконтракти (рис. 13.7, *б*).

Така диференціація дає змогу визначити ступінь ризику, пов'язаного з кожною категорією витрат, що потім можна поширити на окремі етапи проекту.



Цей підхід забезпечує достатній контроль за непередбаченими витратами, однак необхідність використання великої кількості даних і багаторазових оцінок дає змогу застосовувати його тільки для відносно невеликих проектів. За цього підходу резерв на непередбачені витрати визначають тільки за тими видами витрат, які ввійшли до початкового кошторису.

Під час формування і витрати резерву необхідно враховувати:

- ♦ непередбачені витрати включають до бюджету як самостійну статтю і затверджуються відповідальним керівником;
- ♦ резерв не повинен використовуватися для компенсації витрат, понесених унаслідок незадовільної роботи;
- ♦ усі випадки використання резерву повинні реєструватися, періодично про них потрібно готувати звіти разом з іншою інформацією про вартість проекту.

Після виконання роботи, для якої виділений резерв на покриття непередбачених витрат, слід порівняти планове і фактичне розподілення непередбачених витрат і на цій основі визначити тенденції використання непередбачених витрат до завершення проекту. При цьому невикористана частина виділеного резерву на покриття непередбачених витрат може бути повернута в резерв проекту.

### **Запитання і завдання для самоперевірки**



**1.** Значення невизначеності під час здійснення підприємницької діяльності. **2.** Основні чинники невизначеності і ризику, її зв'язок із ризиком. **3.** Схарактеризуйте сутність і зміст ризиків у підприємницькій діяльності. **4.** Збитки від ризиків та варіанти можливого співвідношення прибутку і ризику. **5.** Назвіть чинники та джерела підприємницького ризику. Класифікація ризиків. **6.** Які критерії та показники підприємницького ризику? **7.** Поняття зони ризику і коефіцієнта ризику. Характеристика зон ризику. Ідентифікація зон ризику в діяльності підприємства. **8.** Розкрийте основні положення методу оцінки фінансової стійкості. Умови його застосування. **9.** Суть квантифікації. Кількісні методи оцінки ризиків. **10.** Превентивні заходи, способи нейтралізації та мінімізації негативних наслідків можливих ризиків. **11.** Сутність страхування ризику. Механізми зниження ризику. **12.** Розподілення й об'єднання ризику як методи його зниження. **13.** У чому полягає сутність диверсифікації ризику? **14.** Хеджування ризику та резервування коштів як метод його зниження. Поняття ф'ючерсу й опціону.



## Розділ 14

# ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАЛОГО І СЕРЕДЬОГО БІЗНЕСУ НА СЕЛІ ТА ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ

### 14.1. Критерій, методи і показники ефективності

#### 14.1.1. Критерій ефективності

Питання ефективності є ключовими для будь-якого бізнесу, зокрема й аграрного. Невизначеність майбутніх умов бізнесу та їх посліпна зміна, наявність значних ризиків, необхідність залучення різноманітних ресурсів, а також конкурентна боротьба та інші чинники зумовлюють складність питань ефективності для досягання й оцінювання. Проте розглядати їх потрібно у всіх випадках, оскільки відсутність ефективності може призвести до повної або часткової втрати бізнесу. Бізнес і неефективність несумісні.

У процесі формування ринкових відносин в аграрній сфері виникли нові форми підприємництва, зокрема фермерські й селянські господарства, господарські товариства різних видів, сільськогосподарські виробничі й обслуговуючі кооперативи, селянські спілки та інші формування, що є основою сучасного малого, середнього і великого бізнесу на селі. Значну частину товарної продукції сільського господарства в Україні виробляють підсобні господарства населення, які також є специфічним представником малого бізнесу на селі.

Економічна ефективність малого і середнього бізнесу на селі та її оцінювання

Кожна форма підприємницької діяльності має свої особливості формування потоку доходів і витрат та економічні інтереси (пріоритети) 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 найпридатніших 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) з витратами на досягнення цього результату. Зазначений критерій (основний принцип, мірило) повною мірою стосується й суб'єктів малого, середнього та великого бізнесу на селі, що здійснюють діяльність з метою максимізації своїх економічних результатів і мінімізації витрат, пов'язаних з отриманням їх. Отже, слід розрізняти поняття «ефект» і «ефективність». Ефект — загальна сума вигод від бізнесу, а ефективність — частка від ділення ефекту на витрати, здійснені з метою отримання цього ефекту.

Критерій економічної ефективності відображують такою формулою:

$$K_e = \frac{E \rightarrow \max}{B \rightarrow \min}, \quad (14.1)$$

де  $E$  — економічний результат (вигода або ефект), що максимізується;  $B$  — витрати на досягнення економічного результату, що мінімізуються.

Критерій економічної ефективності потребує застосовування в оцінках вигод і витрат малого та середнього бізнесу на селі загальноекономічного підходу. Згідно з ним під ефектом слід розуміти всі прямі, сукупні й непрямі вигоди, які отримують суб'єкти підприємницької діяльності та суспільство від малого, середнього та великого бізнесу на селі. До складу витрат входять усі витрати, які здійснюються у процесі діяльності підприємств. Наприклад, від діяльності такого бізнесу, крім 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, середнього і великого бізнесу на селі держава може надати товаровиробникам певні пільги через податкові, кредитні, амортизаційні, митні та інші механізми. Ці пільги збільшують вигоди, які отримують суб'єкти підприємницької діяльності, проте у макроекономічному аспекті є витратами суспільства. Зазначені й інші аналогічні випадки слід враховувати у визначенні відповідно ефекту і витрат.

Через незбігання вигод і витрат у часі критерій економічної ефективності потребує врахування минулих, теперішніх і майбутніх витрат і вигод. Тому економічний результат і витрати слід привести до теперішньої або майбутньої вартості.

Економічний ефект від діяльності малого, середнього і великого 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 такому разі продовження бізнесу забезпечує ефект у розмірі економії майбутніх витрат. Тому такі збитки бізнесу можуть бути компенсовані стороною, яка у майбутньому змушена буде понести зазначені витрати.

Нескоординована діяльність малого, середнього, а особливо великого, бізнесу на селі може призвести до негативних **екологічних наслідків**, тобто екологічного забруднення (ерозії земель, засолення ґрунтів, забруднення водойм тощо). За економічною сутністю **екологічне забруднення** в агробізнесі — це витрати, які його суб'єкти покладали на когось без їхньої згоди. Наприклад, орендар, який надмірно використовує орендовані земельні ділянки селян і не здійснює витрат на поновлення гумусу в ґрунті, покладає ці витрати на власників ділянок, які після закінчення терміну оренди отримують землю нижчої якості та вартості, а відповідно зазнають збитків через зниження майбутньої орендної плати від наступного орендаря. Такі випадки можуть бути, зокрема, в разі надмірного насичення сівозмін посівами соняшнику.

Критерій ефективності має наскрізний характер, а тому його слід дотримуватися на всіх рівнях оцінок: бізнес-проект, підприємство, група (об'єднання) суб'єктів агробізнесу, регіон і держава загалом.

Отже, якщо в розрахунках економічних вигод і витрат малого, середнього та великого бізнесу на селі враховуватимуться всі витрати і вигоди суспільства, а також забезпечуватиметься їх порівнянність, то умови критерію економічної ефективності будуть дотримані.

#### 14.1.2. Показники ефекту

Загальний економічний результат (ефект) від діяльності малого, середнього та великого бізнесу на селі можна визначити одним або кількома показниками. Краще, якщо показник один, але максимально враховує всі види ефекту.

Для суб'єкта підприємницької діяльності важливим показником результату (ефекту) є загальний дохід, отриманий ним упродовж певного періоду. Щодо сільськогосподарських підприємств такий період зазвичай становить рік.



У кінцевому підсумку, загальний дохід суб'єкта малого, середнього і великого бізнесу на селі за певний період у ринкових умовах характеризується обсягом збільшення його економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, що зумовлюють **зростання власного капіталу** (крім зростання капіталу через додаткові інвестиції за рахунок власників). При цьому

$$E_1 = K_2 - K_1, \quad (14.2)$$

де  $E_1$  — загальний дохід суб'єкта малого, середнього або великого бізнесу на селі в ринкових умовах;  $K_1$  і  $K_2$  — власний капітал суб'єктів малого, середнього та великого 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 перерозподілення фінансових результатів використовується власниками бізнесу (дохід на вкладений капітал), працівниками підприємства (заробітна плата, премії), державою (податки та збори до державних фондів) і органами місцевого самоврядування (місцеві збори та податки). Отже, у створенні нормальних умов ведення малого, середнього та великого бізнесу на селі мають бути зацікавлені не тільки його власники, а й працівники підприємства, держава та органи місцевого самоврядування.

Суб'єктів малого, середнього та великого бізнесу на селі також цікавить **дохід, що залишається** у них **до розподілення** і визначається передусім різницею між загальним доходом (виручкою) від реалізації продукції  $D$  та витратами на її виробництво  $B$ :

$$E_2 = D - B. \quad (14.3)$$

Для визначення показника економічного результату діяльності малого, середнього або великого бізнесу на селі доцільно застосувати окремі його різновиди.

Загальний варіант формули (14.3) можна застосовувати для визначення показника ефекту від виробництва товарної продукції в особистих господарствах сільського населення, які не є юридичними особами.

Якщо у формулі (14.3) до  $B$  включають витрати на заробітну плату й амортизацію, то **економічний ефект  $E_2$  характеризується сумою прибутку  $\Pi$** , тобто  $E_2 = \Pi$ . Цей показник доцільно

застосовувати для оцінювання ефективності більшості сільськогосподарських та інших підприємств, які мають власні основні засоби і виплачують заробітну плату працівникам. Зазначене 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 відображують не амортизацію, а орендну плату.

В умовах ринкової економіки прибуток розглядають як узагальнюючий показник фінансового результату господарської діяльності підприємств, зокрема малого, середнього та великого бізнесу на селі. Розрізняють прибуток бухгалтерський і економічний. **Чистий обліковий (бухгалтерський) прибуток** визначають як різницю між вартістю реалізованої продукції (послуг) і сумою витрат на виробництво цієї продукції, а **економічний прибуток** — як різницю між чистим обліковим (бухгалтерським) прибутком 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 фермерських господарствах, їх власники є основними або й єдиними виконавцями робіт, які проте не отримують зарплату. У такому разі **показник чистого доходу фермерського господарства  $E_3$**  містить можливу заробітну плату, наприклад, фермера або членів його сім'ї, а також економію витрат за нарахуваннями на заробітну плату. При цьому:

$$E_3 = \Pi + Z', \quad (14.4)$$

де  $Z'$  — умовна заробітна плата фермера і членів його сім'ї з умовними нарахуваннями на неї.

У агробізнесі, що здійснюють юридичні особи, беруть участь наймані працівники. Їх ефект вимірюється заробітною платою та іншими вигодами, які вони отримують від підприємства, наприклад, пільги на продаж продукції за собівартістю, утримання дитячих садків, надання агротехнічних послуг тощо.

Можливість застосування суб'єктами малого бізнесу на селі методів прискороної амортизації зумовлює доцільність використання в оцінюванні різновиду **показника чистого грошового потоку (загального ефекту)**, що характеризується сумою прибутку і амортизації  $E_4$ :

$$E_4 = \Pi + A, \text{ або } E_4 = D - (B - A), \quad (14.5)$$

При цьому амортизацію розглядають як умовні витрати, що за-раховують до собівартості продукції і забезпечують повернення власникам бізнесу інвестицій, здійснених у попередні періоди, на суму амортизації зменшується база оподаткованого прибутку.

Слід урахувати, що в разі 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 (14.3), збільшивши його на суму додатково нарахованої амортизації порівняно з базовим методом.

У разі потреби формули (14.4) і (14.5) об'єднують, тоді **ефект характеризується сумою грошового потоку  $E_5$** :

$$E_5 = \Pi + З + А. \quad (14.6)$$

Формула (14.6) придатна для оцінювання ефективності сільськогосподарських виробничих кооперативів, власники якого працюють у ньому і зацікавлені в максимізації загального ефекту кооперативу та їх домогосподарств.

Унаслідок трансформації відносин власності в сільському господарстві значна частина об'єктів реорганізованих колективних сільськогосподарських і майнових підприємств є власністю фізичних осіб, які передали землю й майно в оренду підприємствам- правонаступникам КСП та іншим користувачам.

**Ефект орендодавця — орендна плата:** з метою врахування інтересів держави застосовують показник орендної плати до сплати з неї податку, а орендодавця — орендної плати після оподаткування, тобто суму, яка використовується власником об'єктів оренди.

В оцінюванні ефективності агробізнесу, виборі варіантів форми господарювання та особливостей орендних відносин до формули (14.6) можна включити суму орендної плати. Цей показник модифікованого доходу відображує спільні економічні інтереси власників землі й майна, підприємства-орендаря та його працівників. При цьому слід мати на увазі таке: орендовані основні засоби обліковують поза балансом, а тому амортизацію на них не нараховують; розмір орендної плати визначають за взаємною згодою орендодавця й орендаря; економічно доцільно, щоб орендна плата включала такі складові, як сума на відтворення зносу орендованого майна в розмірі амортизації, дохід на капітал власників землі й майна і витрати власників майнових об'єктів спільної власності на ведення спільних справ. На практиці середні ставки орендної плати за землю становлять 1,5 %, а майно — 1,0 – 1,3 % їх вартості, а тому не забезпечують ні мінімального рівня доходу на капітал (приблизно 4 %), ні відтворення майна (6,5 – 7,0 %), ні витрат

на ведення спільних справ. Тобто селяни недоотримують доходи на їх земельний і майновий капітал, переданий ними в оренду.

Під час визначення потрібного розміру економічного ефекту за даними звітності важливо правильно встановити суми доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, інших активів) і витрат. Останні характеризують зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або скорочення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілення між власниками).

Суб'єктам малого, середнього і великого бізнесу на селі доцільно застосовувати цей показник у разі їх кризового стану. Він свідчить про фінансову можливість підприємства відповідати за зовнішніми зобов'язаннями у кризовому стані, тобто можливість на певний час зберегти підприємство від банкрутства.

Проте в оцінюванні ефективності підприємницької діяльності найбільше 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 бізнесу на селі постійно змінюються. Тому суб'єкти підприємницької діяльності щороку вирішують питання щодо можливості розширення або скорочення масштабів бізнесу (обсягів виробництва продукції), що пов'язано відповідно з додатковими інвестиціями або вилученням капіталу.

Оцінювання економічної ефективності малого, середнього та великого бізнесу на селі доцільно здійснювати з урахуванням 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;

- ♦ працівників.

У разі вступу України до ЄС ефективність її аграрного бізнесу визначатиметься з огляду на інтереси учасників ЄС.

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 селянських господарств цікавить насамперед відповідно фермерський дохід і дохід селянського господарства.

На рівні держави як загальнодержавний показник обчислюють ефект в аграрній сфері, що характеризує створений тут валовий внутрішній продукт або валову додану вартість.

У зазначених та інших можливих випадках на основі результатів аналізу економічної ефективності діяльності підприємств малого, середнього та великого бізнесу на селі приймають рішення, що найкраще відповідає інтересам сторони, яка здійснює оцінку.

В оцінюванні ефективності ведення великого бізнесу, заснованого на засадах кооперації та інтеграції, слід враховувати кінцевий ефект від реалізації кінцевої продукції кооперативних чи інтегрованих формувань, зокрема фінансово-аграрно-промислових. Оцінювання загального кінцевого ефекту за сукупністю учасників великого бізнесу дає змогу порівняти рівень ефективності бізнесу кожного учасника, що, у свою чергу, забезпечить можливість приймати рішення щодо вдосконалення економічних взаємовідносини між ними встановленням справедливого (з врахуванням вкладу учасників у бізнес) порядку розподілення кінцевого ефекту.

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. Загальноекономічний підхід до оцінювання ефективності ведення малого, середнього та великого бізнесу на селі має забезпечуватися в усіх випадках. Дані щодо ефекту підприємницької діяльності й витрат на зазначені цілі використовують під час визначення показників ефективності.

### 14.1.3. Показники витрат і ресурсів

Розвиток будь-якого суб'єкта агробізнесу потребує певних витрат у формі інвестицій в *основний* і *оборотний капітал*, а за умов найму працівників — крім того, у *змінний капітал*. Вартість витрат, здійснених суб'єктом бізнесу в основні засоби (капітальні вкладення), функціонує в процесі виробництва тривалий час, зберігає натурально-уречевлену форму і переноситься на новостворюваний продукт частинами. Вартість авансованого основного капіталу відображають у звітності як первісну вартість необоротних активів, а функціонуючого капіталу — за балансовою (залишковою) вартістю.

Вкладення в оборотний і змінний капітал функціонують у процесі виробництва впродовж першого виробничого циклу, втрача-

ють свою натурально-уречевлену форму і повністю переносяться на новостворюваний продукт. У звітності ці вкладення відображують в оборотних активах. Після реалізації продукції, отриманої на першому виробничому циклі, вартість капіталу в оборотних активах повертається із сфери обігу і повторно використовується в подальших виробничих циклах.

У разі розширення масштабів виробництва первинно здійснені вкладення в бізнес збільшують на суму додаткових капітальних витрат. Тобто для оцінювання ефективності малого, середнього та великого бізнесу на селі слід використовувати вартість авансованого або функціонуючого капіталу  $K_a$  в необоротні  $H_a$  й оборотні активи  $O_a$ , а також приріст капіталу за певний період — зазвичай за рік.

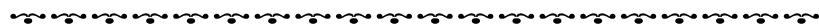
Аграрний бізнес пов'язаний із використанням у процесі виробництва землі як ресурсу. За сучасних умов в Україні не завершено процес формування ринку землі. Земельні ділянки перебувають у власності фізичних осіб і використовуються сільськогосподарськими підприємствами на умовах оренди. Хоча нині вартість землі не відображують у балансі підприємств, землю як ресурс слід враховувати у витратах за двома аспектами: у складі авансованого капіталу — за вартісною оцінкою; у поточних витратах — за сумою орендної плати. Останню можна визначати за фактичними розмірами або нормативом.

У малому, середньому та великому агробізнесі мають місце непоодинокі випадки використання об'єктів державної, комунальної та іншої власності. Наприклад, закладання і вирощування лісових насаджень фінансуються державою, а на закладання багаторічних насаджень, розвиток племінної справи, захист ґрунтів, меліорацію та інші заходи використовуються кошти державного бюджету, позабюджетних фондів або місцевих бюджетів, які слід враховувати у складі витрат.

В оцінюванні галузевих аспектів ефективності замість капіталу можна використовувати **показник поточних витрат**, коли частина капітальних витрат відображена амортизацією, земля — орендною платою, вкладення у оборотний капітал — витратами товарно-матеріальних цінностей, а змінний капітал — оплатою праці з нарахуваннями.

Для оцінювання ефективності використовують різні системи вимірювання витрат. Залежно від домінуючих у суспільстві економічних теорій і рівня дефіцитності ресурсів у світовій практиці застосовують такі **системи вимірювання ресурсів або витрат**: у натуральних, вартісних, трудових і енергетичних одиницях.

У разі визнання одиниці певного виду ресурсів стандартною в оцінюванні їхньої ефективності використовують натуральні показники площі земельних угідь, кількості або розміру об'єктів, по-



голів'я продуктивної та робочої худоби, чисельності працюючих тощо. При цьому *ефективність визначається показниками розміру ефекту з розрахунку на одиницю ресурсів*, виражених у натуральній формі. Важливим показником, що відображує сукупність майнового комплексу чи окремого об'єкта та використовується у світовій і вітчизняній практиці, є *виробнича потужність*, наприклад ферми, цеху, продуктивність землі, тварин тощо. *Коефіцієнт використання виробничої потужності* характеризує рівень ефективності менеджменту зі здійснення агробізнесу з використанням наявної потужності. Наприклад, передбачена проектом потужність ферми з виробництва молока становить 2500 т на рік, а фактично отримано цієї продукції лише 2000 т. У цьому разі коефіцієнт ефективності дорівнює 0,8. Тобто 20 % потужності не використовується.

В умовах товарно-грошових відносин найзручніше оцінювати витрати у *вартісних одиницях*. Критерій ефективності потребує досягнення *максимальної вартості ефекту на одиницю витрат або використовуваних ресурсів*.

В оцінюваннях, що ґрунтуються на трудовій теорії, витрати визначають за сумою живої та уречевленої в ресурсах праці. У цьому разі критерій ефективності характеризується *зростанням продуктивності суспільної праці*.

За часів енергетичної кризи у 60-ті роки в західній економіці набули поширення енергетичні оцінки, які давали змогу визначати витрати в одиницях витраченої на виготовлення спожитих ресурсів енергії, наприклад: енергоносіїв (пальне); енергії, уречевленої в машинах; хімічної енергії в добривах; енергії живої праці, біологічної енергії у спожитому гумусі; енергії живої теплової сили тощо. Критерій ефективності у такому разі характеризується *максимумом ефекту за мінімумом сукупних витрат енергії*.

#### **14.1.4. Методи визначення загальних показників економічної ефективності бізнесу на селі**

Економічну ефективність малого, середнього та великого бізнесу на селі доцільно визначати одним або кількома показниками, які найповніше враховують особливості формування доходів і витрат суб'єктів господарювання та відповідають вимогам критерію ефективності. Вибір конкретного показника залежить від цілей і завдань економічного аналізу й інтересів сторін.

Для обґрунтування рішень щодо доцільності здійснення інвестицій у будь-який вид бізнесу на селі з урахуванням інших можливих (альтернативних) варіантів вкладень використовують **показник норми прибутку**  $N_n$ , який визначають відношення суми річного прибутку  $\Pi$  до вартості авансованого на його одержання капіталу. У сільському господарстві до складу капіталу на-

лежать необоротні активи, включаючи землю, що є у власності підприємства  $H_a$ , і оборотні активи  $O_a$ , тобто:

$$H_{\Pi} = \frac{\Pi}{H_a + O_a} 100\%. \quad (14.7)$$

Цей показник використовують у разі оцінювання за підходом інвестора. У багатогалузевих підприємствах з метою визначення найвигідніших для бізнесу видів виробництва (комерційний підхід) доцільно застосовувати **показник норми рентабельності конкретного виду продукції**  $H_p$ , який обчислюють діленням прибутку  $\Pi$  на собівартість продукції  $B$ , %:

$$H_p = \frac{\Pi}{B} 100\%. \quad (14.8)$$

Якщо підприємство чи приватний підприємець на селі випускає один вид продукції, достатньо визначити **показник середнього рівня доходу**  $D_c$ , тобто середній дохід, отриманий від реалізації одиниці цієї продукції. Його обчислюють діленням загального доходу  $D$  на кількість одиниць реалізованої продукції  $P$ :

$$D_c = \frac{D}{P}. \quad (14.9)$$

У такому разі інші витрати не враховують, бо їх вважають стандартними. Показник  $D_c$  застосовують для цілей комерційного підходу. Результати розрахунку за формулою (14.9) порівнюють з відповідними показниками попереднього періоду в середньому за галузями, регіонами, передовими підприємствами тощо.

Під час обґрунтування рішень щодо доцільності розширення масштабів випуску продукції (комерційний підхід) застосовують **показник граничного маржинального доходу**  $D_r$ , що характеризується обсягом приросту загального доходу  $\Delta D$  до зміни масштабу випуску продукції  $\Delta P_{\Pi}$ :

$$D_r = \frac{\Delta D}{\Delta P_{\Pi}}. \quad (14.10)$$

Усіх суб'єктів малого, середнього та великого бізнесу на селі цікавлять запитання: якщо вони збільшать обсяги продукції, що буде з їхніми витратами? Чи буде отримано додатковий дохід? З цією метою розраховують **показник граничних (маржинальних) витрат**  $V_r$ . Він показує, які додаткові витрати треба здійснити з метою отримання додаткової одиниці продукції, і його визначають як зміну загальних витрат  $\Delta B$  за зміни обсягу випуску продукції  $\Delta P$ :

$$\boxed{D_{\Gamma} = \frac{\Delta B}{\Delta P}} \quad (14.11)$$

Граничний аналіз (маржинальний підхід) дає змогу знайти оптимальні значення показника граничного доходу порівнянням витрат і прибутків, які можна отримати внаслідок змін.

Більшість підприємств малого, середнього та великого бізнесу на селі багатогалузеві й зацікавлені у реструктуризації виробництва з метою збільшення загального доходу. У цьому разі слід розраховувати **показник граничної норми трансформації**  $\Delta P$  — збільшення випуску нової продукції  $P_{\text{н}}$ , яке можна отримати внаслідок скорочення виробництва традиційної продукції  $P_{\text{т}}$  за постійної суми витрат на ці цілі:

$$\boxed{\Delta P = P_{\text{н}} - P_{\text{т}}}. \quad (14.12)$$

Загальні показники економічної ефективності малого, середнього та великого бізнесу на селі за формулами (14.7) – (14.12) визначають зацікавлені сторони з урахуванням особливостей застосування показників економічного ефекту  $E_1, E_2, E_3, E_4$  і  $E_5$  і витрат (формули (14.2) – (14.6)). Наприклад, у чисельнику показників ефективності, відображених формулами (14.7) – (14.12), економічний ефект фермера доцільно відображувати фермерським доходом або його приростом, а приватного формування, створеного у процесі реорганізації колективного сільськогосподарського підприємства, — прибутком, зменшеним на розмір відсотка на орендоване майно. У знаменнику формул розрахунку показників ефективності відображують витрати і ресурси, зазначені в підрозділі 14.1.3.

Під час оцінювання ефективності агробізнесу мають місце випадки, коли неможливо або недоцільно визначати економічний ефект. Зокрема, в разі придбання трактора фермер в умовах невизначеності ринкової ситуації не може визначити економічний ефект від агробізнесу, де використовується трактор, а в разі здійснення безприбуткових соціальних інвестицій ефект взагалі не визначають. У таких випадках доцільно обчислювати **показник приведених витрат на одиницю потужності, площі чи місткості об'єкта**  $B_{\text{п}}$ . При цьому

$$\boxed{B_{\text{п}} \rightarrow \min}. \quad (14.13)$$

Для оцінювання ефективності діяльності менеджменту сільськогосподарського підприємства його власники можуть використовувати **показник ефективності використання потужності**  $E_{\text{п}}$ :

$$E_{\Pi} = \frac{\Pi_{\text{в}}}{\Phi_{\text{в}}}, \quad (14.14)$$

де  $\Pi_{\text{в}}$  — виробнича потужність як максимально можливий обсяг виробництва продукції за раціонального використання ресурсів, дотримання технологічних умов, належної організації праці тощо;  $\Phi_{\text{в}}$  — фактичний обсяг виробництва продукції, який забезпечує менеджмент підприємства.

Якщо оцінки ефективності бізнесу, здійснені за формулами (14.7) – (14.14), свідчать про збитковість або недостатній рівень ефективності його ведення, приймають рішення щодо реалізації відповідних заходів.

Враховуючи, що за сучасних умов більшість суб'єктів агробізнесу поки що не можуть забезпечити його ефективне ведення, необхідні заходи державного значення, розроблення яких, у свою чергу, потребує відповідного оцінювання ефективності на макрорівні.

Під час макроекономічного оцінювання доцільно застосовувати **узагальнюючий показник**  $E_{\text{МК}}$ , що характеризує розмір валової доданої вартості  $ВДВ$  на 1 грн вартості авансованого  $K_{\text{а}}$  чи функціонуючого  $K_{\text{ф}}$  в агробізнесі капіталу:

$$E_{\text{МК}} = \frac{ВДВ}{K_{\text{а}}} \quad \text{або} \quad E_{\text{МК}} = \frac{ВДВ}{K_{\text{ф}}}. \quad (14.15)$$

Перший різновид показника макроекономічної ефективності агробізнесу відповідає «підходу інвестора», а тому його слід використовувати для оцінювання інвестиційної привабливості аграрного виробництва. Показник макроекономічної ефективності, визначений з врахуванням функціонуючого капіталу, більш придатний для оцінювання можливостей врегулювання міжгалузевих економічних відносин.

Значення показників ефективності капіталу, вкладеного в аграрне виробництво в різні періоди, можуть не збігатися. У зв'язку з цим для інвесторів важливо визначати ефективність вкладень у агробізнес, здійснених за останній період. З цією метою для макроекономічного оцінювання використовують **показник окупності інвестицій приростом ефекту**  $E_{\text{М.і}}$ , який обчислюють діленням приросту валової доданої вартості  $\DeltaВДВ$ , отриманого у звітному періоді порівняно з базовим, на суму інвестицій звітний за період, що зумовили цей приріст  $I$ :

$$E_{\text{М.і}} = \frac{\DeltaВДВ}{I}. \quad (14.16)$$

Враховуючи розрив між здійсненням інвестицій і отриманням ефекту від них, під час макроекономічного оцінювання ефектив-

ність інвестицій визначають у сільському господарстві загалом на один рік.

Загальні показники економічної ефективності дають можливість практично застосовувати вимоги критерію ефективності для визначення доцільності здійснення витрат у малий, середній та великий бізнес на селі, або в разі підтримки його державою.

Поряд із загальними показниками ефективності використовують інші показники, їхні групи або системи, поглиблений (спеціальний) аналіз яких забезпечує прийняття більш обґрунтованих висновків і рішень. До них передусім належать системи показників для оцінювання фінансового стану підприємств та інвестиційних проектів.

У фінансовому аналізі інвестиційних проектів доходи і витрати зводять до теперішньої або майбутньої вартості, а також визначають: різницю між зведеними доходами і зведеними витратами (*чиста приведена вартість*); обсяги реалізації, за яких доходи підприємства дорівнюють його витратам (*точка беззбитковості*), ставка дисконту, за якої сумарні дисконтовані вигоди дорівнюють сумарним дисконтованим витратам (*внутрішня норма рентабельності*); *норму прибутку, термін окупності проекту* тощо.

Отже, *грунтуючись на загальному для всіх форм підприємницької діяльності критерії економічної ефективності, у практиці оцінювання малого, середнього та великого 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.*

## **14.2. Оцінювання фінансового стану сільськогосподарського підприємства та його виробничо-фінансових результатів**

### **14.2.1. Фінансовий стан сільськогосподарського підприємства, його складові та методичні підходи до оцінювання**

Необхідність ефективного ведення бізнесу у ринкових умовах вимагає від його власників і менеджменту постійно поновлювати власну господарську діяльність, забезпечувати конкурентоспроможність підприємства на товарному й фінансовому ринках, стабільну платоспроможність і потребу в ресурсах у потрібних обсягах та відповідної якості. Зазначені умови можна забезпечити через досягнення стійкого фінансового стану підприємства, який, у свою чергу, неможливий без ефективності діяльності. Тобто існують міцний взаємозв'язок і взаємний вплив ефективності господарювання та

фінансового стану підприємства. Тому аналіз фінансового стану має велике значення в оцінюванні та прогнозуванні агробізнесу.

**Фінансовий стан** — це ступінь забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами, раціонального їх розміщення для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями.

Виходячи із сутності поняття «фінансовий стан» його основними характеристиками слід вважати *фінансову стійкість, платоспроможність, ліквідність, прибутковість і рентабельність, ділову активність на товарному та фінансовому ринках, а також майновий стан*. Узагальнюючою характеристикою фінансового стану виступає здатність підприємства залучати додаткові фінансові джерела на позичковому й інвестиційному ринках, яку оцінюють за рівнем його кредитоспроможності та інвестиційної привабливості.

Під час оцінювання ефективності ведення бізнесу фінансовий стан підприємства вивчають за допомогою *фінансового аналізу*. В традиційному розумінні фінансовий аналіз є методом оцінки та прогнозування фінансового стану підприємства на основі його бухгалтерської звітності. Основною метою фінансового аналізу є отримання обмеженої кількості найважливіших інформативних показників, що об'єктивно й точно характеризують фінансовий стан підприємства, його прибутки та збитки, зміни у структурі активів і пасивів, розрахунки з дебіторами й кредиторами тощо.

Основними функціями фінансового аналізу для цілей ефективності бізнесу є:

- ♦ об'єктивне оцінювання фінансового стану підприємства;
- ♦ визначення чинників, що зумовили формування основних характеристик фінансового стану;
- ♦ виявлення й мобілізація резервів поліпшення фінансового стану;
- ♦ обґрунтування ефективних управлінських рішень щодо поліпшення фінансового стану та підвищення ефективності господарської діяльності.

Аналіз фінансового стану підприємства здійснюють безпосередньо менеджери, власники бізнесу, кредитори і опосередковано зацікавлені в діяльності підприємства користувачі інформації — аудиторські фірми, біржі, органи місцевого самоврядування, преса, профспілки тощо.

Залежно від наведених нижче класифікаційних ознак фінансовий аналіз поділяють за:

- ♦ організаційною формою проведення — на внутрішній і зовнішній;
- ♦ обсягом оцінювань — на повний і тематичний;
- ♦ об'єктом аналізу — по підприємству загалом, структурній одиниці або підрозділу (центру відповідальності) або окремій фінансовій операції;



♦ періодом проведення досліджень — на попередній, поточний і ретроспективний.

*Метод фінансового аналізу* — це система теоретико-пізнавальних категорій, регулятивних принципів дослідження фінансової діяльності суб'єктів господарювання й наукового інструментарію.

У свою чергу, *категорії фінансового аналізу* — це найбільш загальні, ключові поняття цієї науки. *Принципи фінансового аналізу* регулюють процедурну сторону його методології й методики. До них належать: системність, комплексність, регулярність, наступність, об'єктивність тощо. *Науковий інструментарій* (апарат) фінансового аналізу — це сукупність загальнонаукових і конкретнонаукових способів дослідження фінансової діяльності господарюючих суб'єктів.

У процесі оцінювання використовують методи математико-статистичні, економетричні, економічної кібернетики й програмування, дослідження операцій й теорії прийняття рішень та інші. Усі методи фінансового аналізу можна розподілити на формалізовані, в основу яких покладено чіткі формалізовані аналітичні залежності, і неформалізовані, засновані на описі аналітичних процедур на логічному рівні.

Крім методів вирізняють *системи фінансового аналізу*. Здебільшого таких систем виділяють п'ять:

а) горизонтальний аналіз — передбачає порівняння показників у динаміці;

б) вертикальний аналіз — ґрунтується на вивченні структури досліджуваних явищ;

в) порівняльний аналіз — включає порівняння досліджуваних показників з нормативами, аналогічними показниками інших підприємств, середньогалузевими, середньорайонними показниками тощо;

г) коефіцієнтний аналіз — передбачає визначення відносних величин, що характеризують різні сторони діяльності підприємства;

д) інтегральний аналіз — дає змогу вивчити взаємозв'язки між окремими явищами та сформувати комплексні узагальнюючі показники.

Фінансовий аналіз часто розглядають як аналіз фінансової звітності підприємства, бо основу інформаційної бази для оцінювання фінансового стану підприємства становлять показники фінансової звітності, в основному форм № 1 «Баланс» і № 2 «Звіт про фінансові результати».

Водночас в аналізі використовують інформацію про технічну підготовку виробництва, нормативні та планові показники, дані обліку тощо.

Основними вимогами, що висуваються до інформації у фінансовому аналізі, є: значущість, повнота, достовірність, своєчасність і зрозумілість.

## 14.2.2. Оцінювання майнового стану

**Майновий стан** характеризує забезпеченість підприємства основними видами майнових активів та їх співвідношення, що створюють умови для ведення ефективної господарської діяльності.

Під *майном* господарюючого суб'єкта розуміють усю сукупність його активів, якими володіє або розпоряджається підприємство і які відображують в активі балансу. Тому аналіз майнового стану розпочинають з оцінювання підсумку валюти балансу, динаміки та структури основних активів. При цьому застосовують структурний (вертикальний) (табл. 14.1) за темпами приросту і горизонтальний (табл. 14.2) аналіз активу балансу.

Таблиця 14.1. Вертикальний аналіз активів підприємства, %  
(дані умовні)

Назва статті	Частка груп майна станом на				
	1 січня	1 квітня	1 липня	1 жовтня	1 січня наступного року
<b>I. Необоротні активи</b>					
Нематеріальні активи	1,32	1,27	1,15	0,99	0,87
Незавершене будівництво	5,96	6,36	6,48	4,67	3,14
Основні засоби	26,66	24,80	22,17	20,27	20,51
Довготермінові фінансові інвестиції, що обліковують за методом участі в капіталу інших підприємств	1,95	1,97	1,87	1,69	1,64
<b>Усього необоротних активів</b>	35,89	34,39	31,67	27,62	26,17
<b>II. Оборотні активи</b>					
Запаси:					
виробничі запаси	21,33	22,31	22,61	24,69	24,48
незавершене виробництво	0,80	0,69	1,87	1,04	0,82
готова продукція	22,02	23,29	23,55	25,24	24,87
товари	3,10	3,29	2,36	0,75	1,06
Дебіторська заборгованість за товари, роботи і послуги	11,24	11,79	11,91	15,15	18,43
Дебіторська заборгованість за розрахунками:					
з бюджетом	0,52	0,40	1,32	1,89	2,52
за виданими авансами	0,23	0,17	0,44	0,45	0,10
з нарахованих доходів	1,03	0,00	0,82	0,79	0,00
з внутрішніх розрахунків	1,83	1,62	1,81	0,94	0,68

Економічна ефективність малого і середнього бізнесу на селі та її оцінювання

Назва статті	Частка груп майна станом на				
	1 січня	1 квітня	1 липня	1 жовтня	1 січня наступного року
Поточні фінансові інвестиції	1,15	1,16	1,21	1,09	0,63
Грошові кошти та їх еквіваленти в:					
національній валюті	0,86	0,69	0,44	0,35	0,24
іноземній валюті	0,00	0,17	0,00	0,00	0,00
<b>Усього оборотних активів</b>	64,11	65,61	68,33	72,38	73,83
<b>БАЛАНС</b>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

За результатами вертикального та горизонтального аналізів роблять висновок, які види активів мають найбільшу частку в майні підприємства та яким із них притаманні найсуттєвіші зміни у динаміці. Саме ці активи потребують більш поглибленого вивчення за деталізованого фінансового аналізу.

Таблиця 14.2. Горизонтальний аналіз активів підприємства, %  
(дані умовні)

Назва статті	Приріст (+), зменшення (-) активів до попереднього терміну станом на початок			
	квітня	липня	жовтня	січня наступного року
<b>I. Необоротні активи</b>				
Нематеріальні активи:				
залишкова вартість	-4,35	-4,55	-4,76	-10,00
первісна вартість	-4,00	0,00	0,00	-4,17
знос	0,00	50,00	33,33	25,00
Незавершене будівництво	5,77	7,27	-20,34	-30,85
Основні засоби:				
залишкова вартість	-7,74	-5,83	0,99	3,92
первісна вартість	0,25	1,73	5,10	6,58
знос	11,08	10,24	9,05	8,95
Довготермінові фінансові інвестиції: що обліковують за методом участі в капіталу інших підприємств	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Усього необоротних активів</b>	-4,95	-3,03	-3,64	-2,70
<b>II. Оборотні активи</b>				
Запаси:				
виробничі запаси	3,76	6,74	20,63	1,81
незавершене виробництво	-14,29	183,33	-38,24	-19,05

Назва статті	Приріст (+), зменшення (-) активів до попереднього терміну станом на початок			
	квітня	липня	жовтня	січня наступного року
готова продукція	4,95	6,45	18,41	1,18
товари	5,56	-24,56	-65,12	46,67
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:				
чиста реалізаційна вартість	4,08	6,37	40,55	24,92
первісна вартість	6,34	6,88	48,93	26,51
резерв сумнівних боргів	55,56	14,29	162,50	38,10
Дебіторська заборгованість за розрахунками:				
з бюджетом	-22,22	242,86	58,33	36,84
за виданими авансами	-25,00	166,67	12,50	-77,78
з нарахованих доходів	-100,00	-	6,67	-100,00
із внутрішніх розрахунків	-12,50	17,86	-42,42	-26,32
Поточні фінансові інвестиції	0,00	10,00	0,00	-40,91
Грошові кошти та їх еквіваленти в:				
національній валюті	-20,00	-33,33	-12,50	-28,57
іноземній валюті	-	-100,00	-	-
<b>Усього оборотних активів</b>	1,52	9,69	17,03	4,74
<b>БАЛАНС</b>	-0,80	5,32	10,48	2,68

Результати вертикального (структурного) аналізу умовних даних підприємства свідчать, що найретельніше слід аналізувати основні засоби, виробничі запаси, запаси готової продукції та дебіторську заборгованість за товари, роботи й послуги, оскільки вагомість та зміни у динаміці саме цих статей балансу зумовлювали негативні тенденції у майновому стані підприємства, а саме: на тлі зниження забезпеченості основними засобами зростає вартість виробничих запасів, що вказує на нездатність підприємства щодо вчасного перероблення їх; збільшуються запаси готової продукції та дебіторська заборгованість за одночасного зменшення обсягу грошових коштів, що може свідчити про проблеми збуту.

Аналіз *майнових активів* підприємства доцільно здійснювати окремо по оборотних і необоротних.

*Оборотні активи* характеризуються мобільністю, ліквідністю, використанням у процесі виробництва менше від одного року тощо. Тому й оцінюють їх з позицій ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості та ефективності діяльності. У процесі по-

глибленого аналізу майнового стану вивчають винятково необоротні активи.

Серед **необоротних активів** виділяють чотири їх основні групи — основні засоби, нематеріальні активи, довготермінові фінансові інвестиції та незавершене будівництво. За їх структурою визначають *тип стратегії розвитку підприємства*: у випадках вагомого переважання частки основних засобів та незавершеного будівництва стратегія розвитку ідентифікують як виробничу; за значної частки довготермінових фінансових інвестицій — як інвестиційну, а нематеріальних активів — як інноваційну.

У наведеному умовному прикладі підприємство має чітко виражену виробничу стратегію розвитку, оскільки частка незавершеного будівництва й основних засобів у структурі необоротних активів коливається в межах 80 до 90 %.

Надалі поглиблено аналізують окремі складові необоротних активів, підходи до оцінювання яких істотно відрізняються. Так, незавершене будівництво вивчають за його наявністю й станом, виконанням плану-графіка будівельно-монтажних робіт, фактами і причинами порушення його, наявністю джерел фінансування для завершення будівельних робіт і введення в дію потужностей.

Нематеріальні активи оцінюють за їх видами, джерелами надходження, ступенем правової захищеності, термінами корисного використання, ліквідністю, престижністю тощо.

Довготермінові фінансові інвестиції аналізують за складом і структурою, динамікою, дохідністю тощо.

Проте найретельніше досліджують *основні засоби*. Аналізують їх наявність, стан і рух. Аналіз здійснюють на підставі даних балансу та форми № 5 «Примітки до річної фінансової звітності» частини II «Основні засоби».

До **показників наявності основних засобів** належать:

$$\text{Частка основних засобів в активах} = \frac{\text{Залишкова вартість основних засобів}}{\text{Вартість активів}};$$

$$\text{Частка активної частини основних засобів} = \frac{\text{Вартість активної частини основних засобів}}{\text{Вартість основних засобів}}.$$

Слід зазначити, що поділ основних засобів у сільському господарстві на активну і пасивну частини є умовним, оскільки такі споруди, як теплиці чи комунікації, а також основне стадо продуктивної і робочої худоби та багаторічні насадження, не можна розглядати як пасивні об'єкти в кругообігу капіталу.

Зазначені показники є здебільшого інформативними й свідчать про вагомість основних засобів у формуванні майна підприємства.

Що більшими є їхні значення, то глибше слід аналізуватися їх стан і рух.

До **показників стану основних засобів** належать:

$$\text{Корєфіцієнт зносу основних засобів} = \frac{\text{Вартість зносу}}{\text{Первісна вартість основних засобів}};$$

$$\text{Коефіцієнт зносу активної частини основних засобів} = \frac{\text{Вартість зносу активної частини}}{\text{Первісна вартість активної частини основних засобів}};$$

$$\text{Коефіцієнт придатності} = \frac{\text{Залишкова вартість основних засобів}}{\text{Первісна вартість основних засобів}}.$$

Показники стану характеризують якість наявних основних засобів й позитивно оцінюються за мінімальних рівнів зносу та підвищення придатності у динаміці.

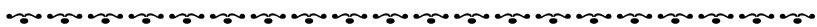
**Показники руху основних засобів** характеризують зміни вартості основних засобів у досліджуваному періоді. До них належать:

$$\text{Коефіцієнт оновлення} = \frac{\text{Вартість основних засобів, що надійшли за період}}{\text{Первісна вартість основних засобів на кінець періоду}};$$

$$\text{Коефіцієнт вибуття} = \frac{\text{Вартість основних засобів, що вибули за період}}{\text{Первісна вартість основних засобів на кінець періоду}};$$

$$\text{Коефіцієнт приросту} = \frac{\text{Різниця між вартістю основних засобів, що надійшли і вибули за період}}{\text{Первісна вартість основних засобів на початок періоду}};$$

$$\text{Коефіцієнт відносного приросту} = \frac{\text{Різниця між вартістю основних засобів, що надійшли і вибули за період}}{\text{Вартість основних засобів, які надійшли за період}}.$$



Перевищення коефіцієнта оновлення над значенням коефіцієнта вибуття та вагомі (більше ніж 0) коефіцієнти приросту й відносного приросту свідчать про позитивну тенденцію поліпшення забезпеченості підприємства основними засобами.

Умовний приклад аналізу стану і руху основних засобів підприємства подано в табл. 14.3.

*Таблиця 14.3. Оцінювання наявності, стану і руху основних засобів підприємства (дані умовні)*

Назва статті	Значення показників станом на початок				
	січня	квітня	липня	жовтня	січня наступного року
Частка основних засобів у активах, %	26,66	24,80	22,17	20,27	20,51
Частка активної частини основних засобів, %	47,52	X	X	X	43,45
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,42	0,47	0,51	0,53	0,54
Коефіцієнт зносу активної частини основних засобів	0,49	X	X	X	0,73
Коефіцієнт придатності	0,58	0,53	0,49	0,47	0,46
Коефіцієнт оновлення (за рік)	X	X	X	X	0,17
Коефіцієнт вибуття (за рік)	X	X	X	X	0,05
Коефіцієнт приросту (за рік)	X	X	X	X	0,14
Коефіцієнт відносного приросту (за рік)	X	X	X	X	0,74

Результати аналізу свідчать про поступове зниження частки основних засобів у активах підприємства і високий рівень зносу їх. Хоча приріст вартості основних засобів позитивний, він не забезпечує не лише поліпшення майнового стану, а й не дає можливості зберегти його на рівні, досягнутому на початок року.

Після оцінювання майнового стану підприємства вдаються до безпосереднього аналізу фінансового стану.

### **14.2.3. Аналіз платоспроможності та ліквідності підприємства**

Найважливішими ознаками фінансового стану підприємства є його ліквідність і платоспроможність. Це дві взаємопов'язані економічні категорії, оскільки теперішня платоспроможність зумовлюється попереднім рівнем ліквідності, а платоспроможність у найближчій перспективі повністю залежить від сучасного стану ліквідності. Водночас, незважаючи на тісний зв'язок, ліквідність і платоспроможність — різні за змістом. **Платоспроможність підприємства** характеризує здатність суб'єкта господарювання

своєчасно та в повному обсягу розраховуватися з власних платіжних зобов'язань, переважно за рахунок готівкових коштів. **Ліквідність підприємства** свідчить про його здатність перетворювати активи у грошові кошти для виконання власних фінансових зобов'язань перед усіма контрагентами й державою. Крім того, виділяють поняття **ліквідності активу**, яка є здатністю самого активу трансформуватися у грошові кошти.

Виходячи з розуміння сутності зазначених економічних категорій, основними характеристиками платоспроможності є:

- ♦ наявність грошових коштів для покриття зобов'язань підприємства;
- ♦ наявність ліквідних активів, що потенційно можуть бути трансформовані у грошові кошти;
- ♦ наявність короткотермінових зобов'язань, що потребують здійснення підприємством оперативних заходів;
- ♦ співвідношення ліквідних активів та короткотермінових зобов'язань.

*Аналіз платоспроможності* здійснюють переважно оцінюванням покриття.

Аналізуючи ліквідність підприємства необхідно визначити:

- ♦ наявність потенційно ліквідних активів, які можуть бути трансформовані у грошові кошти, що встановлюють через аналіз покриття;
- ♦ час, необхідний для перетворення матеріальних активів у грошові. Такий аналіз проводять оцінюванням оборотності оборотних коштів та визначенням тривалості операційного й фінансового циклів;
- ♦ доцільність й обов'язковість перетворення активів у грошові кошти через аналіз маневреності.

*Аналіз покриття* здійснюють в основному за даними балансу підприємства. Він передбачає оцінювання співвідношень оборотних активів та їх частин з короткотерміновими зобов'язаннями підприємства, а також з метою оцінювання достатності потенційно ліквідних активів для покриття заборгованості підприємства.

Оборотні активи відображують у другому розділі активу балансу. До них прирівнюють витрати майбутніх періодів (розділ III активу балансу). Відповідно до Положення бухгалтерського обліку № 11 короткотермінові зобов'язання формуються з поточних зобов'язань (розділ IV пасиву балансу), забезпечень виплат персоналу та інших забезпечень (розділ II пасиву балансу).

До основних показників аналізу покриття належать:

$$\text{Коефіцієнт покриття} = \frac{\text{Оборотні активи}}{\text{Короткотермінові зобов'язання}};$$



$$\text{Коефіцієнт швидкої платоспроможності} = \frac{\text{Оборотні активи} - \text{Запаси}}{\text{Короткотермінові зобов'язання}};$$

$$\text{Коефіцієнт абсолютної платоспроможності} = \frac{\text{Сума грошових і фінансових інвестицій}}{\text{Короткотермінові зобов'язання}}.$$

Коефіцієнт покриття характеризує загальну забезпеченість зобов'язань потенційно ліквідними активами. Позитивна оцінка його значень можлива, якщо вони дорівнюють потребі або перевищують її в 1,5 – 2 рази й зростають у динаміці. Проте таке зростання позитивне лише до певного рівня, що не перевищує 4 – 5 разів.

Коефіцієнт швидкої платоспроможності характеризує здатність підприємства швидко акумулювати грошові кошти завдяки ліквідації дебіторської заборгованості, поточних фінансових інвестицій та інших ліквідних активів для покриття зобов'язань. Позитивно, якщо його значення перевищує одиницю і поступово зростає.

Два перших із зазначених показників характеризують не лише платоспроможність, а частково й ліквідність. На відміну від них, коефіцієнт абсолютної платоспроможності характеризує винятково платоспроможність. Позитивно, якщо значення цього показника становить 0,1 – 0,2.

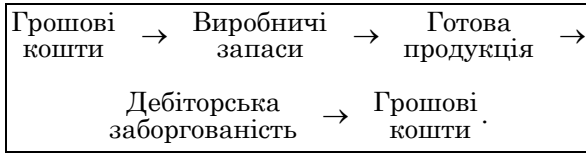
Умовний приклад оцінювання платоспроможності подано в табл. 14.4. Тенденції, що склалися в підприємстві, дані якого аналізують, є загалом негативними й потребують поглибленого вивчення.

*Таблиця 14.4. Оцінювання платоспроможності підприємства (дані умовні)*

Показник	Значення коефіцієнтів станом на початок				
	січня	квітня	липня	жовтня	січня наступного року
Коефіцієнт покриття (поточної ліквідності)	2,17	1,71	1,65	1,54	1,49
Коефіцієнт швидкої платоспроможності (ліквідності)	0,57	0,42	0,43	0,44	0,46
Коефіцієнт абсолютної платоспроможності (ліквідності)	0,07	0,05	0,04	0,03	0,02

*Оцінюючи час, необхідний підприємству для трансформації активів у грошові кошти, особливу увагу звертають на те, що за*

«нормальної» ліквідності підприємства в процесі операційної діяльності оборотні активи здійснюють кругообіг у напрямку:



Один оборот, що здійснюють оборотні активи, називають *фінансовим циклом* підприємства, який триває від моменту сплати грошових коштів постачальникам за сировину та матеріали до моменту отримання коштів від покупців за реалізовану готову продукцію. За тривалістю він відповідає *операційному циклу* (періоду виробництва й реалізації продукції), зменшеному на час обороту кредиторської заборгованості (відстрочення моменту сплати грошових коштів). Період виробництва продукції дорівнює часу трансформації виробничих запасів у готову продукцію (часу оборотності запасів), а період реалізації — часу трансформації дебіторської заборгованості. З огляду на час трансформації активів в оцінюванні ліквідності використовують такі показники:

Коефіцієнт оборотності запасів	=	$\frac{\text{Собівартість виробництва і реалізації продукції}}{\text{Середня вартість виробничих запасів за період}}$
--------------------------------	---	---

Час (період) обороту запасів	=	$\frac{\text{Середня вартість виробничих запасів за період} \times \text{Тривалість періоду, дні}}{\text{Собівартість виробництва і реалізації продукції}}$
------------------------------	---	---

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	=	$\frac{\text{Виручка від реалізації продукції в кредит}}{\text{Середня вартість дебіторської заборгованості за період}}$
--	---	--

Час (період) обороту дебіторської заборгованості	=	$\frac{\text{Середня вартість дебіторської заборгованості за період} \times \text{Тривалість періоду, дні}}{\text{Виручка від реалізації продукції в кредит}}$
--	---	--

$$\text{Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості} = \frac{\text{Собівартість виробництва і реалізації продукції}}{\text{Середня вартість кредиторської заборгованості за період}};$$

$$\text{Час (період) кредиторської заборгованості} = \frac{\text{Середня вартість кредиторської заборгованості за період} \times \text{Тривалість періоду, дні}}{\text{Собівартість виробництва і реалізації продукції}};$$

$$\text{Тривалість операційного циклу} = \frac{\text{Сума періодів обороту дебіторської заборгованості і запасів}}{\text{Середня вартість кредиторської заборгованості за період}};$$

$$\text{Тривалість фінансового циклу} = \frac{\text{Тривалість операційного циклу, зменшена на період обороту кредиторської заборгованості}}{\text{Середня вартість кредиторської заборгованості за період}};$$

Коефіцієнти оборотності показують, скільки оборотів за період здійснюють виробничі запаси, дебіторська й кредиторська заборгованість. Показники часу (періоду) одного обороту характеризують тривалість трансформації у днях. Позитивно оцінюють зростання коефіцієнтів обороту виробничих запасів й дебіторської заборгованості та зниження тривалості відповідно одного обороту цих видів активів і операційного й фінансового циклів. За достатньої платоспроможності підприємства позитивно оцінюють уповільнення оборотності кредиторської заборгованості (зниження коефіцієнта оборотності та збільшення тривалості одного обороту).

**Показники оборотності активів** та тривалість операційного й фінансового циклів дають можливість не лише оцінити ліквідність підприємства та активів, а й слугують індикаторами та вимірниками інтенсивності діяльності господарюючого суб'єкта. Тому крім аналізу ліквідності зазначені показники використовують для поглибленого оцінювання ділової активності підприємства.

Умовний приклад оцінювання оборотності та тривалості операційного й фінансового циклів по підприємству, що аналізується, наведено в табл. 14.5.

Зважаючи на зміни динаміки й структури виробничих запасів та дебіторської заборгованості, виявлені у процесі вертикального й

горизонтального аналізу активів, дані табл. 14.5 свідчать про негативні тенденції у використанні їх. Ліквідність підприємства знижується, що, у свою чергу, призводить до погіршення платоспроможності (див. табл. 14.4).

Таблиця 14.5. Аналіз оборотності оборотних коштів підприємства (дані умови)

Показник	Квартал				Всього за рік
	I	II	III	IV	
Коефіцієнт оборотності запасів	1,55	1,34	1,02	0,93	4,66
Час обороту запасів, дні	58	67	89	97	77
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	1,56	1,41	0,93	0,63	3,71
Час оборотності дебіторської заборгованості, дні	58	64	96	142	97
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	2,50	1,73	1,15	0,98	5,85
Час оборотності кредиторської заборгованості, дні	36	52	78	92	62
Тривалість операційного циклу, дні	116	131	185	240	174
Тривалість фінансового циклу, дні	80	79	106	148	113

Поглиблення аналізу ліквідності зумовлює потребу у відповідному оцінюванні трансформації активів у грошові кошти, про що свідчить нестача власних коштів та інших довготермінових джерел фінансування оборотних коштів підприємства, що аналізується як приклад. Адже оборотні активи, сформовані за рахунок короткотермінових запозичень, а не власного капіталу та довготермінових позик, можуть бути вилучені з діяльності внаслідок їх трансформації у грошові кошти й покриття наявних зобов'язань.

Значення вище аналіз ґрунтується на **оцінюванні маневреності**, що застосовується в аналізі фінансової стійкості, а в аналізі ліквідності слугує для поглиблення й розширення її.

**Маневреність** є здатністю підприємства вільно розпоряджатися й використовувати у власній господарській діяльності оборотні активи, профінансовані за рахунок власного та довготермінового позичкового капіталів. Такі оборотні активи називають *власним оборотним капіталом*. Розмір власних оборотних коштів визначають прямим або непрямим методами. У разі застосування прямого методу використовують формулу

$$\text{Власний капітал} = \text{Власний капітал} + \text{Довготермінові позичкові кошти} - \text{Необоротні активи}$$

Економічна ефективність малого і середнього бізнесу на селі та її оцінювання

За використання непрямого методу розрахунок здійснюють за формулою

$$\text{Власний оборотний капітал} = \text{Оборотні активи} - \text{Короткотермінові зобов'язання}$$

**Основними показниками маневреності**, які доцільно використовувати в аналізі ліквідності й платоспроможності, є:

$$\text{Маневреність оборотних активів} = \frac{\text{Власні оборотні кошти}}{\text{Оборотні активи}};$$

$$\text{Маневреність власних оборотних коштів} = \frac{\text{Грошові кошти та прирівняні до них активи}}{\text{Власні оборотні кошти}};$$

$$\text{Маневреність запасів} = \frac{\text{Власні оборотні кошти}}{\text{Запаси}};$$

$$\text{Маневреність швидколіквідних активів} = \frac{\text{Власні оборотні кошти}}{\text{Оборотні активи} - \text{Запаси}}.$$

Позитивно оцінюється ситуація, за якої значення показників маневреності більші за нуль й зростають у динаміці. Це свідчить як про поліпшення ліквідності й платоспроможності, так і зміцнення фінансової стійкості підприємства. Також позитивно оцінюють зростання обсягу власних оборотних коштів (власного оборотного капіталу).

За умовними даними підприємства розрахунок показників його маневреності подано в табл. 14.6.

Дані з наведеного в табл. 14.6 прикладу свідчать, що обсяг власного оборотного капіталу коливається в динаміці, однак загальною тенденцією є стійке зниження усіх показників маневреності підприємства. Це підтверджує попередньо зроблений висновок про незадовільну платоспроможність й ліквідність підприємства та потребує поглибленого аналізу фінансової стійкості.

Таблиця 14.6. Оцінювання власного оборотного капіталу та аналіз маневреності підприємства (дані умовні)

Показник	Значення показників станом на початок				
	січня	квітня	липня	жовт- ня	січня наступ- ного року
Власні оборотні кошти, сформовані за рахунок стійких пасивів	603	470	492	512	501
Маневреність оборотних активів	0,54	0,41	0,40	0,35	0,33
Маневреність власних оборотних коштів	0,06	0,07	0,06	0,06	0,04
Маневреність запасів	0,73	0,55	0,54	0,49	0,47
Маневреність швидко ліквідних активів	2,05	1,70	1,51	1,23	1,07

#### 14.2.4. Оцінювання фінансової стійкості підприємства

**Фінансова стійкість** підприємства — це здатність суб'єкта господарювання функціонувати та розвиватися, зберігаючи рівновагу своїх активів та пасивів у мінливому внутрішньому та зовнішньому середовищі, що гарантує його прибутковість, постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість.

Виходячи із визначення поняття «фінансова стійкість» її оцінювання має включати аналіз пасивів підприємства, джерел фінансування основних видів активів і маневреності. Тому **основними методами аналізу фінансової стійкості** є: оцінювання джерел фінансування запасів; коефіцієнтний аналіз структури джерел фінансування; оцінювання власного оборотного капіталу й маневреності. Крім того, для поглибленого оцінювання фінансової стійкості використовують підходи маржинального аналізу та визначають зону безпеки й запас фінансової міцності. Також аналіз поглиблюється оцінюванням покриття.

**Аналіз джерел фінансування запасів** передбачає ідентифікацію типу фінансової стійкості, враховуючи, за рахунок яких коштів фінансуються усі запаси підприємства. Порядок оцінювання ґрунтується на визначенні *вартості запасів* (виробничих запасів, незавершеного виробництва, запасів готової продукції й товарів та тварин на вирощуванні й відгодівлі) і порівнянні цієї вартості з наявними *основними джерелами фінансування*.

*Першим з таких основних джерел* є чистий робочий капітал, який визначають як різницю між власним капіталом та вартістю необоротних активів. Якщо чистого робочого капіталу вистачає на повне фінансування запасів, *фінансову стійкість ідентифіку-*

Економічна ефективність малого і середнього бізнесу на селі та її оцінювання

ють як абсолютну. При цьому мають бути дотримані умови такої нерівності:

$$\text{Власний капітал} - \frac{\text{Вартість необоротних активів}}{\text{Вартість запасів}} \geq \text{Вартість запасів}$$

У разі, коли чистого робочого капіталу не вистачає для поповнення запасів, визначають можливість *фінансування їх за рахунок власного оборотного капіталу*. У такому разі аналізують нерівність:

$$\text{Власний капітал} + \frac{\text{Довготермінові позичкові кошти}}{\text{Вартість необоротних активів}} \geq \text{Вартість запасів}$$

Якщо нерівність дотримано і власного оборотного капіталу вистачає на фінансування запасів, *фінансову стійкість ідентифікують як відносну*. В інших випадках досліджують нерівність типу:

$$\text{Власний капітал} + \frac{\text{Довготермінові позичкові кошти}}{\text{Вартість необоротних активів}} + \frac{\text{Короткотермінові кредити банків}}{\text{Вартість запасів}} - \text{Вартість запасів} \geq \text{Вартість запасів}$$

У цьому разі *фінансову стійкість ідентифікують як недостатню (нестійкий фінансовий стан)*.

Якщо попередня нерівність не виконується, основних джерел фінансування (власного капіталу, довготермінових позик й короткотермінових кредитів банків за вирахуванням вартості необоротних активів) не вистачає на фінансування запасів, *фінансова стійкість ідентифікується як кризова* й характеризується такою нерівністю:

$$\text{Власний капітал} + \frac{\text{Довготермінові позичкові кошти}}{\text{Вартість необоротних активів}} + \frac{\text{Короткотермінові кредити банків}}{\text{Вартість запасів}} - \text{Вартість запасів} \leq \text{Вартість запасів}$$

Приклад аналізу джерел фінансування запасів за умовними даними по підприємству наведено в табл. 14.7.

Таблиця 14.7. Оцінювання фінансової стійкості аналізом фінансування запасів підприємства, тис. грн (дані умовні)

Показник	Джерело фінансування запасів	Вартість запасів	Надлишок (+), нестача (-) джерел
На 1 січня:			
власні кошти	337	824	-487
довготермінові пасиви	603	824	-221
основні джерела	711	824	-113
На 1 квітня:			
власні кошти	277	858	-581
довготермінові пасиви	470	858	-388
основні джерела	578	858	-280
На 1 липня:			
власні кошти	299	918	-619
довготермінові пасиви	492	918	-426
основні джерела	564	918	-354
На 1 жовтня:			
власні кошти	384	1041	-657
довготермінові пасиви	512	1041	-529
основні джерела	584	1041	-457
На 1 січня наступного року:			
власні кошти	373	1059	-686
довготермінові пасиви	501	1059	-558
основні джерела	542	1059	-517

Як видно з даних табл. 14.7, в усіх досліджуваних періодах фінансову стійкість підприємства ідентифіковано як кризову. Криза поглиблюється в динаміці. Так, якщо на 1 січня нестача основних джерел фінансування запасів становила 113 тис. грн, то на 1 квітня — 280, а на початок наступного року — 518 тис. грн.

**Аналіз структури пасивів** в оцінюванні фінансової стійкості включає такі основні показники:

$$\text{Коефіцієнт автономії} = \frac{\text{Власний капітал}}{\text{Валюта балансу}};$$

$$\text{Коефіцієнт заборгованості} = \frac{\text{Позичковий капітал}}{\text{Сума пасивів}};$$

$$\text{Коефіцієнт фінансової залежності} = \frac{\text{Сума пасивів}}{\text{Власний капітал}};$$

$$\text{Коефіцієнт фінансового лівериджу} = \frac{\text{Позичковий капітал}}{\text{Власний капітал}};$$



$$\text{Маневреність власного капіталу} = \frac{\text{Власний оборотний капітал}}{\text{Власний капітал}}$$

Коефіцієнт автономії характеризує незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Його оптимальне значення становить 0,5 і більше. Коефіцієнт позитивно оцінюють за зростання в динаміці.

Оптимальне значення коефіцієнта заборгованості становить 0,5 і менше, а коефіцієнта фінансової залежності — 2 і менше. Позитивно оцінюють зниження в динаміці двох з останніх зазначених показників, що свідчить про зміцнення фінансової стійкості.

Коефіцієнт фінансового лівериджу вивчають з метою визначення ефекту фінансового важеля й використовують для оцінювання фінансової стійкості здебільшого як інформаційний.

В оцінюванні фінансової стійкості важлива роль належить аналізу власного оборотного капіталу та маневреності. При цьому аналізують як усі наведені вище показники маневреності, так і маневреності власного капіталу. Позитивним є підвищення рівня маневреності.

Результати оцінювання фінансової стійкості підприємства за умовними даними наведено в табл. 14.8.

**Таблиця 14.8. Коефіцієнтний аналіз фінансової стійкості підприємства (дані умовні)**

Показник	Значення показника станом на початок				
	січня	квітня	липня	жовтня	січня наступного року
Коефіцієнт автономії	0,55	0,50	0,48	0,47	0,44
Коефіцієнт заборгованості	0,45	0,50	0,52	0,53	0,56
Коефіцієнт фінансової залежності	1,81	1,98	2,08	2,14	2,26
Коефіцієнт фінансового лівериджу	0,81	0,98	1,08	1,14	1,26
Маневреність власного капіталу	0,63	0,54	0,56	0,54	0,55

Отже, фінансова стійкість підприємства, що аналізується, погіршується у динаміці, а в II – III кварталах значення показників не відповідали їхнім нормативам. Це підтверджують раніше зроблені висновки щодо нестійкого фінансового стану підприємства й поглиблення кризових явищ у динаміці.

### 14.2.5. Аналіз рентабельності підприємства

На наступному етапі оцінюють результативність роботи підприємства, ефективність та інтенсивність використання його капіталу. При цьому враховують, що *ефективність використання капіталу* характеризується його дохідністю (рентабельністю), а *інтенсивність* — оборотністю.

У фінансовому аналізі рентабельність визначають, виходячи з таких трьох основних аспектів: рентабельність виробничої діяльності, рентабельність збутової діяльності та рентабельність капіталу.

До основних показників оцінювання *ефективності виробничої діяльності* належать:

$$\text{Рентабельність операційної діяльності} = \frac{\text{Операційний прибуток}}{\text{Операційні витрати}};$$

$$\text{Продуктивність праці} = \frac{\text{Виручка від реалізації товарів, робіт, послуг}}{\text{Фонд оплати праці}};$$

$$\text{Капіталовіддача по основних засобах} = \frac{\text{Виручка від реалізації товарів, робіт, послуг}}{\text{Середня вартість основних засобів за період}};$$

$$\text{Рентабельність основних засобів} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня вартість основних засобів за період}}.$$

Основними показниками, що характеризують *ефективність збутової діяльності*, є:

$$\text{Валова рентабельність продажу} = \frac{\text{Валовий прибуток}}{\text{Виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)}};$$

$$\text{Операційна рентабельність продажу} = \frac{\text{Операційний прибуток}}{\text{Виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)}};$$

$$\text{Чиста рентабельність продажу} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)}}.$$

Наведені вище показники позитивно оцінюють за зростання в динаміці й порівняно з їх значеннями по галузі, району, підприємствах-конкурентах тощо.

**Ефективність використання капіталу** оцінюють такими показниками:

$$\text{Рентабельність активів} = \frac{\text{Прибуток}}{\text{Середня вартість активів за період}};$$

$$\text{Рентабельність власного капіталу} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Середня вартість власного капіталу за період}};$$

$$\text{Коефіцієнт стійкості економічного зростання} = \frac{\text{Нерозподілений прибуток}}{\text{Середній розмір власного капіталу за період}}.$$

Зміни рентабельності активів та власного капіталу вважають позитивними у разі зростання значень показників у динаміці та порівняно із середньою дохідністю капіталу на ринку, банківськими відсотками, в галузі або по аналогічних підприємствах.

Розділ 14

Коефіцієнт стійкості економічного зростання свідчить про частку й важливість нерозподіленого прибутку для формування власного капіталу підприємства та здатність підприємства розвиватися за рахунок власних фінансових джерел.

Приклад оцінювання рентабельності діяльності, продажу і капіталу підприємства наведено в табл. 14.9.

Таблиця 14.9. Оцінювання рентабельності діяльності, продажу і капіталу підприємства (дані умовні)

Показник	Квартал				Всього за рік
	I	II	III	IV	
Рентабельність операційної діяльності, %	30,10	25,52	22,51	10,13	22,67
Продуктивність праці, грн	6,63	7,34	8,46	8,52	7,51
Капіталовіддача (по основних засобах), грн	2,06	1,94	1,69	1,45	6,79
Рентабельність основних засобів, %	27,52	22,09	16,01	6,49	69,07
Валова рентабельність продажу, %	27,80	27,01	27,45	20,33	26,01
Операційна рентабельність продажу, %	19,22	16,85	15,18	7,77	15,37
Чиста рентабельність продажу, %	13,36	11,40	9,49	4,46	10,17
Рентабельність активів, %	9,33	6,76	4,75	2,06	21,78
Рентабельність власного капіталу, %	13,41	10,53	7,16	2,91	32,71
Коефіцієнт стійкості економічного зростання	0,005	0,005	0,054	0,015	0,077

Отже, основною причиною й одночасно наслідком погіршення фінансового стану підприємства, що аналізується, стало зниження ефективності його діяльності. Про це свідчать погіршення результатів господарювання, зниження ефективності виробничої та збутової діяльності та рентабельності капіталу.

#### 14.2.6. Оцінювання ділової активності підприємства

Під час оцінювання *ділової активності* вивчають інтенсивність використання капіталу підприємства та його положення на ринку цінних паперів (ринкову активність).

Зазвичай використовують такі *показники оцінки положення підприємства на ринку цінних паперів*:

$$\text{Дохід на одну просту акцію} = \frac{\text{Чистий прибуток} - \frac{\text{Дивіденди по привілейованих акціях}}{\text{Кількість простих акцій}}}{\text{Кількість простих акцій}};$$

$$\text{Дохідність простої акції} = \frac{\text{Дохід на одну просту акцію}}{\text{Ринкова ціна простої акції}};$$

Економічна ефективність малого і середнього бізнесу на селі та її оцінювання

$$\text{Дивідендний вихід} = \frac{\text{Дивіденд на одну просту акцію}}{\text{Дохід на одну просту акцію}};$$

$$\text{Цінність акції} = \frac{\text{Ринкова ціна акції}}{\text{Дохід на одну просту акцію}};$$

$$\text{Коефіцієнт котирування акцій} = \frac{\text{Ринкова ціна акції}}{\text{Облікова ціна акції}}.$$

Результати оцінювання положення підприємства, що аналізується, на ринку цінних паперів подано в табл. 14.10.

Таблиця 14.10. Оцінювання ринкової активності підприємства (дані умовні)

Показник	Квартал				Всього за рік
	I	II	III	IV	
Дивіденди по всіх привілейованих акціях, тис. грн	1,75	1,75	1,75	1,75	7
Дивіденд на 1 просту акцію, грн	1,53	1,13	0,19	0,15	3
Облікова ціна 1 акції (в середньому за квартал), грн	11,05	10,53	10,94	11,17	11,31
Дохід на 1 просту акцію, грн	1,60	1,19	0,83	0,33	3,95
Дохідність простої акції	0,25	0,20	0,17	0,07	0,72
Дивідендний вихід	0,96	0,96	0,23	0,45	0,76
Цінність акції	4,07	5,05	6,01	13,54	1,39
Коефіцієнт котирування акцій	0,59	0,57	0,46	0,40	0,49

З метою оцінювання інтенсивності використання капіталу використовують такі показники:

$$\text{Оборотність активів} = \frac{\text{Виручка від реалізації товарів, робіт, послуг}}{\text{Середня вартість активів за період}};$$

$$\text{Оборотність власного капіталу} = \frac{\text{Виручка від реалізації товарів, робіт, послуг}}{\text{Середня вартість власного капіталу за період}};$$

$$\text{Оборотність оборотних активів} = \frac{\text{Виручка від реалізації товарів, робіт, послуг}}{\text{Середня вартість оборотних активів за період}};$$

$$\text{Коефіцієнт закріплення оборотних активів} = \frac{\text{Середня вартість оборотних активів за період}}{\text{Виручка від реалізації товарів, робіт, послуг}};$$

$$\text{Час обороту оборотних активів} = \frac{\text{Середня вартість оборотних активів за період} \times \text{Тривалість періоду, дні}}{\text{Виручка від реалізації товарів, робіт, послуг}}.$$

Позитивно оцінюють зростання значень показників оборотності в динаміці.

Для поглиблення оцінювання ділової активності визначають оборотність виробничих запасів, дебіторської та кредиторської заборгованості, а також тривалість операційного й фінансового циклів. Приклад оцінювання ділової активності підприємства, що аналізується, наведено в табл. 14.11.

Таблиця 14.11. Оцінювання ділової активності підприємства (дані умовні)

Показник	Квартал				Всього за рік
	I	II	III	IV	
Оборотність активів, грн	0,53	0,45	0,36	0,30	1,58
Оборотність власного капіталу, грн	1,00	0,92	0,75	0,65	3,22
Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	0,82	0,68	0,51	0,41	2,28
Час обороту оборотних коштів, грн	110	133	178	222	158
Коефіцієнт закріплення оборотних коштів	1,22	1,47	1,97	2,47	0,44

Як видно з табл. 14.11, поряд з погіршенням ефективності діяльності знижується рівень її інтенсивності.

Отже, підприємство, що аналізується, перебуває в глибокій фінансовій кризі. Результати аналізу фінансового стану мають стати підґрунтям для прийняття ефективних управлінських рішень щодо фінансів підприємства.

### **14.2.7. Оцінювання інвестиційної привабливості та антикризових заходів підприємства**

Враховуючи, що аналіз фінансового стану може бути внутрішнім і зовнішнім, його результати також мають аналогічні напрями використання. Результати *зовнішнього аналізу* використовують зовнішні суб'єкти під час визначення *інвестиційної привабливості* підприємства та його кредитоспроможності у процесі прийняття рішень щодо залучення додаткових джерел фінансування. За *внутрішнього аналізу* результати оцінювання сприяють *поліпшенню управління* підприємством з метою підвищення ефективності його діяльності та запобігання кризовим явищам. Основні аспекти практичного використання результатів оцінювання фінансового стану в зовнішньому й внутрішньому аналізах такі.

Під поняттям *оцінка інвестиційної привабливості* підприємства слід розуміти сукупність переваг та недоліків суб'єкта господарювання, що безпосередньо або опосередковано впливають на ефективність інвестування. Зазначена сукупність формується як за рахунок внутрішніх, так і зовнішніх чинників і включає фінансово-економічні, виробничо-технічні, правові й соціальні показники діяльності підприємства.

Оцінювання *інвестиційної привабливості* аграрного підприємства передбачає:

- ♦ визначення порядку послідовного й деталізованого аналізу фінансового стану аграрних підприємств;
- ♦ встановлення нормативних значень основних коефіцієнтів фінансового аналізу;
- ♦ здійснення рейтингового оцінювання інвестиційної привабливості підприємств.

Завданнями такого оцінювання є:

- 1) всебічний аналіз стану та результатів діяльності підприємства;
- 2) визначення тенденцій розвитку виробничих та фінансових процесів;
- 3) виявлення причин негативних процесів та їх динаміки;
- 4) формування системи висновків і пропозицій для розроблення комплексу санаційних заходів і залучення інвестиційних ресурсів у підприємство.

Аналіз інвестиційної привабливості підприємства передбачає такі основні етапи:

- ♦ загальна характеристика підприємства;
- ♦ оцінювання майнового стану;
- ♦ аналіз ліквідності й платоспроможності;
- ♦ аналіз фінансової стійкості; оцінювання рентабельності;
- ♦ оцінювання ділової активності; аналіз нефінансових складових характеристики підприємства (імідж, підготовка керівників й фахівців, положення підприємства на ринку, тип маркетингової стратегії, технічна й технологічна забезпеченість тощо);
- ♦ узагальнююча, зокрема рейтингова, оцінка.

За результатами оцінювання інвестиційної привабливості:

- 1) встановлюють привабливість підприємства для потенційних інвесторів;
- 2) визначають форму залучення інвестицій;
- 3) оцінюють обсяги необхідних ресурсів;
- 4) розробляють основний комплекс заходів, що потребують фінансування.

Оцінювання інвестиційної привабливості здебільшого проводиться підприємством і його потенційними прямими інвесторами.

Крім того, **кредитоспроможність підприємства** оцінюється його кредиторами у разі прийняття рішення щодо умов надання кредитних ресурсів. *Кредитоспроможність* є здатністю позичальника повністю і вчасно повернути кредит і сплатити відсотки за користування кредитними засобами.

Основною метою оцінювання кредитоспроможності є отримання якісної і максимально повної оцінки господарсько-фінансової діяльності позичальника, його платоспроможності й кредитоспроможності. У процесі оцінювання аналізують основні фінансові показники, додаткові суб'єктивні критерії, нефінансові складові, узагальнюючий показник і рейтинговий клас позичальника.

Для внутрішніх потреб підприємства результати оцінок використовують з метою **виявлення кризових явищ**. За своєю природою *фінансова криза* є таким станом підприємства, за якого воно не спроможне нормально функціонувати. Загальну фінансову кризу поділяють на кризу ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості, прибутковості та активності. Якість та характер динаміки основних показників оцінювання фінансового стану підприємства є індикаторами уповільнення або нарощування темпів розвитку фінансової кризи. У практичній діяльності менеджменту підприємства насамперед необхідно налагодити роботу щодо оцінювання таких індикаторів, забезпечити комплексність аналізу, послідовність реалізації розрахункових процедур, системність досліджень, своєчасність і постійність аналізу. Лише так можна за-





безпечити стійкий фінансовий стан та високу ефективність підприємницької діяльності в малому, середньому та великому бізнесі на селі.

### **Запитання і завдання для самоперевірки**



**1.** Які основний зміст критерію ефективності та особливості його вимог щодо агробізнесу? **2.** Які показники характеризують економічний ефект малого, середнього і великого бізнесу на селі? **3.** Які особливості оцінювання економічного ефекту від агробізнесу за різними підходами суб'єктів аналізу? **4.** Які загальні показники використовують для оцінювання економічної ефективності малого, середнього та великого бізнесу на селі? **5.** Якими показниками характеризується економічна ефективність використання ресурсів у агробізнесі? **6.** Які показники економічної ефективності агробізнесу застосовують на макrorівні? **7.** Назвіть показники економічної ефективності на селі, що використовують для оцінювання інвестиційних проектів. **8.** У яких випадках застосовують показник зведених витрат та який його економічний зміст? **9.** Розкрийте поняття фінансового стану підприємства, його складові та методичні підходи до оцінювання. **10.** Схарактеризуйте показники оцінювання майнового стану підприємства. **11.** Які основні показники оцінювання платоспроможності підприємства? **12.** Якими фінансовими показниками характеризується ліквідність підприємства? **13.** Які методи й показники застосовують для оцінювання фінансової стійкості? **14.** Назвіть основні показники оцінювання рентабельності. **15.** За якими показниками оцінюють ділову активність підприємства? **16.** Де практично використовують результати оцінок фінансового стану підприємства?



## Список рекомендованої літератури

*Конституція України: Основний Закон України від 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 30.*

*Господарський кодекс України // Відомості Верховної Ради України. — 2003. — № 18 – 22.*

*Закон України «Про товарну біржу» від 10.12.91 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 10.*

*Закон України «Про цінні папери і фондову біржу» від 18.06.91 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 38.*

*Закон України «Про аудиторську діяльність» від 22.04.93 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1993. — № 23.*

*Закон України «Про господарські товариства» від 19.09.91 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 4.*

*Закон України «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні» від 30.10.96 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 21.*

*Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001 р. // Відомості Верховної Ради України. — 2001. — № 12*

*Закон України «Про захист прав споживача» 12.05.91 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 11.*

*Закон України «Про особисте селянське господарство» від 15.05.2003 р. № 742-IV // Відомості Верховної Ради України. — 2003. — № 29.*

*Закон України «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності» від 23.03.96 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 20.*

*Закон України «Про підприємництво» від 07.02.91 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 14.*

*Закон України «Про підприємства в Україні» від 27.03.91 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1991. — № 5.*

*Закон України «Про плату за землю» від 03.07.92 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1993. — № 38.*

*Закон України «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві» від 15.05.92 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 32.*

*Закон України «Про селянське (фермерське) господарство» від 20.12.91 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 14.*

*Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію» від 17.07.97 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1997. — № 39.*

*Закон України «Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва» від 03.07.98 р. // Офіційний вісник України. — 1998. — № 27.*

Закон України «Про страхування» від 07.03.96 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 18.

Закон України «Про фермерське господарство» від 19.06.2003 р. № 943-IV // Відомості Верховної Ради України. — 2003. — № 45.

Указ Президента України «Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки» від 03.12.99 р. // Інформаційний тижневик. — 2000. — № 7.

Указ Президента України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 12.05.98 р. // Офіційний вісник України. — 1998. — № 19.

Указ Президента України «Про усунення обмежень, що стримують розвиток підприємницької діяльності» від 03.02.98 р. // Офіційний вісник України. — 1998. — № 5.

Указ Президента України «Про лібералізацію підприємницької діяльності та державну підтримку підприємництва» від 12.05.2005 р. № 779 // Офіційний вісник України. — 2005. — № 49.

Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 9 грудня 2005 р. «Про стан агропромислового комплексу та заходи щодо забезпечення продовольчої безпеки України» від 28.12.2005 р. № 1861 // Офіційний вісник України. — 2005. — № 52.

*Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку: Інформаційно-аналітичний збірник. Вип. 6.* — К., 2003.

*Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку: Інформ.-аналіт. збірник / За ред. П.Т. Саблука.* — К., 2000.

*Бідзюра І.П., Збарський В.К., Гльчук М.М.* Основи підприємницької діяльності та агробізнесу. — К., 2001.

*Бизнес-план или как повысить доходность вашего предприятия.* — М., 1992.

*Бизнес-план. Методические материалы / Под ред. Р.Г. Малиновского.* — М., 1994.

*Блеквелл Эвард.* Как составить бизнес-план: Пер. с англ. — М.: ИНФА-М, 1996.

*Гейко А.Ф.* Организация рынка финансового капитала и инвестиций в Украине. — К., 1995.

*Губені Ю.С.* Можливі напрями позааграрного підприємництва на селі // Сільські обрії. — 1995. — № 9 — 10.

*Губені Ю., Магійович І.* Як відкрити власну справу: практичні поради і рекомендації. — Л., 2001.

*Губені Ю.* Организация агробізнесу і підприємництва. Курс лекцій. — Л., 1998.

*Губені Ю.Е.* Основи підприємництва і агробізнесу: Навч. посіб. — Л., 2002.

*Губський Б.В.* Біржові технології ринку. — К., 1997.

*Джозуїз Гарі.* Торговий бізнес: как организовать и управлять. — М., 1996.

*Економіка виробничого підприємництва / За ред. Й.М. Петровича.* — Львів, 1996.

*Жиляев И.Б., Щур А.В.* Первые шаги в бизнесе. — К., 1994.

*Збарський В.К., Гльчук М.М.* Біржова діяльність у підприємстві України: Навч. посіб. — К., 2000.

*Збарський В.К., Гльчук М.М.* Організаційно-правові аспекти формування структури агробізнесу: Навч. посіб. — К., 1999.

*Збарський В.К., Гльчук М.М.* Теорія і практика планування підприємницької діяльності в АПК: Метод. посіб. — К., 1999.

*Зіновчук В.В.* Кооперативна ідея в сільському господарстві України і США. — К., 1996.

*Зіновчук В.В.* Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу. — К., 1999.

*Гльчук М.М., Збарський В.К.* Спільні міжнародні підприємства: організація та функціонування. — К., 1999.

*Ингелсби Джен, Гофф Джеймс.* Як створити кооператив. — К., 1994.

*Кандиба А.М.* Зовнішньоекономічна діяльність в аграрному комплексі. — К., 1994.

*Кисельов А.П.* Основи бізнесу. — К., 1998.

*Киселев А.П.* Теория и практика современного бизнеса. — К., 1995.

*Курилин Б.И.* Безопасность банковских операций. Оценка минимизации рисков. — К., 1995.

*Лапуста М.Г., Шаршукова Л.Г.* Риски в предпринимательской деятельности. — М., 1996.

*Липиц І.В.* Бизнес-план — основа успеха: Практ. посіб.. — М., 1992.

*Макконел К.Р., Брю С.Л.* Економікс: Принципи, проблеми і політика. В 2 т.: Пер. с англ. — 11-е изд. — Т.1. — М., 1995.

- Мельник Л.Ю. Основи підприємництва та ринкової економіки. — К., 1995.
- Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства. — К., 2000.
- Онищенко О. Становлення приватного сектора в сільському господарстві // Економіка України. — 1995. — № 10.
- Основи підприємництва і бізнес-планування. — Львів, 1994.
- Основи банківського дела / Под ред. А.Н. Мороза. — К., 1994.
- Основы предпринимательской деятельности: Экономическая теория. Маркетинг. Финансовый менеджмент: Учеб. пособ. / Под ред. В.М. Власовой. — М., 1997.
- Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: Монографія. — К., 2002.
- Пашкус Ю., Мисько О. Введение в бизнес. — Л., 1991.
- Підприємництво в аграрній сфері економіки / За ред. П.Т. Саблука, М.Й. Малика. — К., 1997.
- Підприємницьке право України: Практикум / За ред. Н.А. Саниахметової. — Х., 1999.
- Приватне підприємництво в Україні. — К., 1998.
- Пуцько Богдан. Основи підприємницької діяльності: практичні аспекти. — Л., 1997.
- Райзберг Б.А. Предпринимательство и риск. — М., 1992.
- Реформування та розвиток підприємств агропромислового виробництва: Посібник у питаннях та відповідях / За ред. П.Т. Саблука. — К., 1999.
- Риски в современном бизнесе. — М., 1994.
- Роджерс Л. Маркетинг в малом бизнесе. — М., 1995.
- Розенберг Н., Бирдцелл Л. Как запад стал богатым. — Новосибирск, 1994.
- Романова Л.В. Становлення підприємництва у сільському господарстві. — К., 1997.
- Семенов В.Ф., Сіваченко І.Ю., Федоряка В.П. Загальний курс агробізнесу. — К., 2000.
- Семюельсон П.А., Нордгауз В.Д. Микроэкономика: Пер. з англ. — К., 1998.
- Слав'юк Р.А. Асоційовані форми аграрного бізнесу: особливості створення, практика функціонування, перспективи регулювання. — Луцьк, 2000.
- Сопко В. Бухгалтерський облік у підприємстві. — К., 1995.
- Сопко В. Бухгалтерський облік цінних паперів. — К., 1993.
- Сорос Дж. Алхимия финансов. — М., 1997.
- Суторміна В.М. Фінанси зарубіжних корпорацій: Навч. посіб. / За ред. В.М. Федосова. — К., 1993.
- Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємства: Навч. посіб. — К., 2000.
- Уилсон П. Международная торговля в малом бизнесе / Под ред. Л.Е. Строковцева. — М., 1995.
- Уилсон П. Финансовый менеджмент в малом бизнесе: Пер. с англ. / Под ред. В.А. Мырлокови. — М., 1995.
- Філіпович С.Г. Як створити селянське (фермерське) господарство. — Л., 2000.
- Чаянов А.В. Как организовать крестьянское хозяйство в нечерноземной полосе. — М., 1925.
- Шевельова С.О. Аграрний менеджмент. — Тернопіль, 1999.
- Шевеленко С.Д., Федів І.І. Підприємництво і підприємницька діяльність. — К., 1997.
- Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. посіб. — К., 1999.
- Хоскінг А. Курс предпринимательства. — М., 1993.
- Entrepreneurial Thinking. Student Edition. — Oklahoma: MAVCC, 1995.
- Hill Ch. W.L., Jones G.R. Strategic Management. — Boston, 1994.
- Jeffery R. Cornwall, Baron Perlman. Organizational Entrepreneurship. — Boston, 1989.
- Przedsiębiorczość w agrobiznesie a rozwój terenów wiejskich. — Rzeszów, 1997.
- Rosenberg Jerry. M. Dictionary of Business and Management. — D.: John Wiley & So. Inc., 1994.
- Shelman, L. Mary. The Agribusiness Systems Approach: Cases and Concepts // International Agribusiness Management AIS. — Boston: MA Harvard Business School — 1991. — P. 47 — 51.
- Svatoš M. Ekonomika podniku v tržnim prostědi. — Praha: Akademie J.A. Komenskeho, 1993.
- Sylwestr Makarski, Maria Grzybek. Marketing w gospodarce żywnościowej. — Kraków: AR, 1997.
- Wawrzyniak B. Zarządzanie w ktyzysie. Koncepcja. Badania. Propozycje. — Warszawa: PWE, 1984.
- Woś Augustzn. Agrobiznes: makroekonomika. — Т. I, II. — Warszawa: KeyText, 1996.

# Зміст

Вступ .....	3
<b>Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РИНКОВИХ ВІДНОСИН ЯК ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА .....</b>	<b>5</b>
1.1. Ринковий механізм попиту і пропозиції .....	5
1.1.1. Ринок як механізм координації економічного вибору .....	5
1.1.2. Попит і його обсяг .....	7
1.1.3. Пропозиція та її обсяг .....	9
1.1.4. Основні нецінові чинники впливу на пропозицію .....	11
1.1.5. Взаємодія попиту і пропозиції, ринкова рівновага .....	11
1.2. Характеристика основних типів ринкових структур .....	13
1.2.1. Структура ринку і умови досконалої конкуренції .....	13
1.2.2. Характеристика «чистої» монополії .....	16
1.2.3. Характерні ознаки олігополії .....	18
1.2.4. Основні риси ринку з монополістичною конкуренцією .....	19
1.3. Ринкова інфраструктура .....	21
1.4. Прибуток як винагорода за підприємництво .....	26
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>32</i>
<b>Розділ 2. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА АГРОБІЗНЕСУ .....</b>	<b>33</b>
2.1. Природа підприємницької діяльності .....	33
2.1.1. Історія розвитку поглядів на підприємництво .....	33
2.1.2. Комплексна характеристика сучасної сутності підприємництва .....	35
2.1.3. Предмет, метод та завдання навчального курсу «Підприємництво та агробізнес» .....	37
2.2. Економічна суть, особливості організації та розвитку підприємництва і бізнесу .....	40
2.2.1. Потреба у виникненні бізнесу .....	40
2.2.2. Підприємництво як елемент бізнесу і тип господарювання .....	41
2.2.3. Ознаки бізнесу, його функції і модель .....	42
2.2.4. Рухливі сили, стратегія і тактика бізнесу .....	45
2.2.5. Економічна основа та елементи системи бізнесу .....	47
2.3. Економічні та правові засади підприємництва .....	50
2.3.1. Підприємницьке середовище .....	50
2.3.2. Формування підприємницького середовища в аграрній сфері економіки .....	57
2.3.3. Правові засади та умови здійснення підприємництва .....	59
2.3.4. Підприємець і держава .....	66
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>68</i>
<b>Розділ 3. ПРИВАТНА ВЛАСНІСТЬ НА ЗЕМЛЮ І МАЙНО — ОСНОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СЕЛІ .....</b>	<b>69</b>
3.1. Форми власності в агропромисловому комплексі України .....	69
3.2. Трансформування агроформувань у ефективні виробничі структури .....	75
3.3. Особливості господарювання на власних і орендованих землях .....	83
3.4. Реорганізація колективних сільськогосподарських підприємств, організація внутрішньогосподарських відносин .....	86
3.5. Організаційні та правові аспекти відносин орендарів і орендодавців .....	92
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>98</i>

<b>Розділ 4. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРОБІЗНЕСІ .....</b>	<b>99</b>
4.1. Організаційно-правові форми підприємництва .....	99
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>114</i>
<b>Розділ 5. ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРУКТУР МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ НА СЕЛІ .....</b>	<b>115</b>
5.1. Природа малих форм господарювання .....	115
5.2. Критерії малого бізнесу .....	117
5.3. Вживання і невдачі малих форм господарювання .....	119
5.4. Франчайзинг як різновид малого бізнесу та його роль у поєднанні переваг малого і великого бізнесу .....	126
5.5. Роль банківських установ у становленні малого бізнесу .....	132
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>136</i>
<b>Розділ 6. ОСОБИСТІ ЯКОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ ТА КУЛЬТУРА БІЗНЕСУ .....</b>	<b>137</b>
6.1. Особисті й суспільні інтереси в підприємницькій діяльності .....	137
6.2. Вибір і планування кар'єри в бізнесі .....	138
6.3. Якості, потрібні підприємцю .....	142
6.4. Оцінювання здатності йти на ризик .....	143
6.5. Чи можна навчитися підприємництву і бізнесу? .....	146
6.6. Що можна і чого не можна в підприємстві? Етика підприємства ..	148
6.7. Культура підприємства .....	153
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>156</i>
<b>Розділ 7. РИНКОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ В АГРОПРОМИСЛОВІЙ СФЕРІ, ЙОГО ВИВЧЕННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ .....</b>	<b>157</b>
7.1. Суть ринкового середовища в агропромисловій сфері .....	157
7.2. Вивчення та аналіз чинників внутрішнього середовища .....	160
7.3. Вивчення та аналіз чинників зовнішнього середовища .....	162
7.4. Діагностика та прогнозування ринкового середовища .....	168
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>174</i>
<b>Розділ 8. ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ НА СЕЛІ .....</b>	<b>175</b>
8.1. Мотиваційна модель підприємництва .....	176
8.2. Етапи та складові підприємницької діяльності .....	180
8.3. Організаційно-підготовчі заходи та підготовка до реєстрації .....	181
8.4. Державна реєстрація суб'єктів підприємництва .....	185
8.4.1. Реєстрація фізичної особи — підприємця .....	186
8.4.2. Реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності — юридичної особи .....	194
8.5. Порядок формування статутного фонду .....	208
8.6. Дозволи та погодження на початок роботи .....	210
8.7. Ліцензування підприємницької діяльності .....	213
8.8. Ліквідація та санація підприємницьких структур .....	221
8.8.1. Ліквідація та банкрутство суб'єкта підприємницької діяльності ...	221
8.8.2. Правове припинення підприємницької діяльності .....	224
8.8.3. Державна реєстрація припинення діяльності юридичної особи ....	227
8.8.4. Припинення підприємницької діяльності фізичною особою — підприємцем .....	228
8.8.5. Оцінювання та продаж власної справи .....	232
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>234</i>
<b>Розділ 9. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ .....</b>	<b>235</b>
9.1. Сутність, завдання та основне призначення бізнес-плану .....	235
9.2. Концепція, функції і мета бізнес-плану .....	237
9.3. Бізнес-аналіз — основна передумова планування в підприємстві .....	239

9.4. Чинники успіху у бізнесі .....	253
9.5. Технологія складання бізнес-плану. Структура бізнес-плану .....	263
9.6. Технологія складання фінансового плану .....	268
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>275</i>

## **Розділ 10. ПОДАТКОВА ТА КРЕДИТНА СИСТЕМИ У СФЕРІ МАЛОГО І СЕРЕДЬНОГО БІЗНЕСУ АПК .....**

10.1. Система оподаткування малого та середнього бізнесу .....	276
10.1.1. Види податків .....	276
10.1.2. Податок на додану вартість .....	277
10.1.3. Акцизний збір .....	291
10.1.4. Ввізне і вивізне мито .....	293
10.1.5. Оподаткування прибутку .....	295
10.1.6. Плата за землю .....	302
10.1.7. Єдиний податок .....	306
10.1.8. Податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів .....	308
10.1.9. Податок з доходів фізичних осіб .....	310
10.1.10. Фіксований сільськогосподарський податок .....	316
10.1.11. Збір до Пенсійного фонду України .....	318
10.1.12. Збір до Фонду соціального страхування на випадок тимчасової втрати працездатності .....	321
10.1.13. Збір до Фонду страхування від нещасного випадку на виробництві .....	324
10.1.14. Збір до Фонду соціального страхування на випадок безробіття .....	327
10.2. Способи залучення фінансових ресурсів .....	328
10.2.1. Механізм випуску та обігу акцій, облігацій і векселів .....	328
10.2.2. Лізингове кредитування .....	331
10.3. Отримання і погашення кредитів .....	334
10.3.1. Види кредитів .....	334
10.3.2. Кредитний договір .....	335
10.3.3. Умови отримання кредиту .....	337
10.3.4. Способи погашення кредиту .....	338
10.3.5. Спотові, форвардні і ф'ючерсні контракти .....	340
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>342</i>

## **Розділ 11. ОБЛІК І ЗВІТНІСТЬ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ .....**

11.1. Організація бухгалтерського обліку і фінансової звітності .....	343
11.2. Фінансова звітність, її склад та вимоги до неї .....	348
11.3. Форми бухгалтерського обліку, що застосовують суб'єкти малого бізнесу .....	356
11.4. Облік податків .....	368
11.5. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності .....	389
11.6. Послуги аудиторських фірм, їх сутність і значення .....	399
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>406</i>

## **Розділ 12. РОЗВИТОК ВЗАЄМОВІДНОСИН ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР АГРОБІЗНЕСУ .....**

12.1. Організація матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств .....	408
12.1.1. Система матеріально-технічного забезпечення в Україні та формування ринку засобів виробництва .....	408
12.1.2. Форми матеріально-технічного забезпечення АПК в умовах ринку .....	413
12.1.3. Організація виробничого обслуговування сільськогосподарських підприємств .....	420

12.2. Організація підсобних виробництв і промислів .....	424
12.2.1. Об'єктивна необхідність і передумови розвитку підсобних виробництв .....	424
12.2.2. Класифікація підсобних підприємств і подальший розвиток їх .....	428
12.3. Організація зберігання, перероблення та реалізації продукції сільськогосподарських підприємств .....	431
12.3.1. Зберігання та перероблення сільськогосподарської продукції за сучасних умов .....	431
12.3.2. Ринок сільськогосподарської продукції та продуктів її перероблення .....	435
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>443</i>

### **Розділ 13. РИЗИКИ ПІДПРИЄМЦЯ ТА СТРАХУВАННЯ**

<b>У ПІДПРИЄМНИЦТВІ .....</b>	<b>444</b>
13.1. Поняття невизначеності і ризику .....	444
13.2. Сутність і зміст ризиків у підприємницькій діяльності .....	448
13.3. Можливі збитки від ризиків .....	453
13.4. Чинники, що формують підприємницький ризик .....	455
13.5. Критерії та показники підприємницького ризику .....	465
13.6. Оцінювання ризиків кількісними методами — квантифікація .....	476
13.7. Запобіжні заходи, способи нейтралізації та мінімізації негативних наслідків можливих ризиків .....	483
13.8. Основні способи мінімізації та зниження ризику .....	486
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>496</i>

### **Розділ 14. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ НА СЕЛІ ТА ЇЇ ОЦІНЮВАННЯ**

<b>14.1. Критерій, методи і показники ефективності .....</b>	<b>497</b>
14.1.1. Критерій ефективності .....	497
14.1.2. Показники ефекту .....	499
14.1.3. Показники витрат і ресурсів .....	504
14.1.4. Методи визначення загальних показників економічної ефективності бізнесу на селі .....	506
<b>14.2. Оцінювання фінансового стану сільськогосподарського підприємства та його виробничо-фінансових результатів .....</b>	<b>510</b>
14.2.1. Фінансовий стан сільськогосподарського підприємства, його складові та методичні підходи до оцінювання .....	510
14.2.2. Оцінювання майнового стану .....	513
14.2.3. Аналіз платоспроможності та ліквідності підприємства .....	518
14.2.4. Оцінювання фінансової стійкості підприємства .....	525
14.2.5. Аналіз рентабельності підприємства .....	529
14.2.6. Оцінювання ділової активності підприємства .....	531
14.2.7. Оцінювання інвестиційної привабливості та антикризових заходів підприємства .....	534
<i>Запитання і завдання для самоперевірки .....</i>	<i>536</i>
<i>Список рекомендованої літератури .....</i>	<i>537</i>



Навчальне видання

*Ільчук Микола Максимович  
Іщенко Тетяна Дем'янівна  
Лайко Петро Опанасович  
Сук Леонід Кіндратович  
Сук Петро Леонідович  
Амбросов Володимир Якович  
Губені Юрій Едвардович  
Маренич Тетяна Григорівна  
Збарський Василь Кузьмович  
Рудий Михайло Михайлович  
Степасюк Олександр Станіславович  
Степасюк Людмила Михайлівна  
Навроцький Степан Аркадійович  
Дикий Олександр Віталійович  
Кісіль Микола Іванович  
Пріб Катерина Анатоліївна*

# ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ та агро- БІЗНЕС



*За редакцією  
доктора економічних наук, професора М.М. Ільчука,  
кандидата педагогічних наук, доцента Т.Д. Іщенко*

Оправа і титул художника *В. С. Жиборовського*  
Комп'ютерна верстка *Л. М. Кіпріянової*

Видавництво «Вища освіта»,  
04119, Київ-119, вул. Сім'ї Хохлових, 15

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру  
суб'єкта видавничої справи ДК № 662 від 06.11.2001

Підписано до друку 08.12.06 р. Формат 60 × 90/16.  
Папір офс. № 1. Гарнітура Century Schoolbook. Друк офс.  
Ум.-друк. арк. 34,0. Обл.-вид. арк. 39,62. Зам. 6-734.

Надруковано з плівок, виготовлених у видавництві «Вища освіта»,  
на ВАТ «Білоцерківська книжкова фабрика»,  
09117, м. Біла Церква, вул. Л. Курбаса, 4

