

Л.М. Гаєвська, О.І. Марченко, Т.В.Пасєнко

**Підприємництво  
та його оподаткування**

*навчальний посібник для студентів  
вищих навчальних закладів*  
2-е видання, перероблене та доповнене

Київ – 2013

**УДК 336.221.(075,8)**

**ББК 65.261.4 я 73**

**Г 13**

**Рецензенти:**

**Ложачевська О.М.**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки інституту економіки та менеджменту Національного авіаційного університету.

**Лазебник Л.Л.**, доктор економічних наук, доцент кафедри банківської справи Київського національного університету ім. Тараса Шевченка.

**Чернова О.В.**, кандидат економічних наук., доцент кафедри міжнародної економіки та підприємництва Національного університету державної податкової служби України

**Авторський колектив:**

**Гаєвська Л.М.** – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки та підприємництва Національного університету державної податкової служби України [теми 1,3,4,5,7].

**Марченко О.І.** – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки та підприємництва Національного університету державної податкової служби України [теми 2,6,8,9,10].

**Паєнтко Т.В.** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансових ринків Національного університету державної податкової служби України [теми 11,12].

**Гаєвська Л.М.**

**Г 13** Підприємництво та його оподаткування [текст]: навч. посіб. 2-е вид. перероб. та доп. /Л.М. Гаєвська, О.І. Марченко, Т.В. Паєнтко - К.: “Центр учбової літератури”, 2013. – 165 с.

**ISBN 966-8071-30-1**

Запропонований посібник спрямований на формування комплексу знань, практичних навичок і вмінь студентів щодо з'ясування сутності, значення, правового забезпечення, організаційної форми і типології підприємництва, його середовища та передумови активації в Україні; засвоєння особливостей функціонування міжнародного підприємництва, регулювання його діяльності та розвиток у ньому спільних підприємств, з'ясування механізму державної підтримки, регулювання та оподаткування підприємництва.

Видання містить значний перелік контрольних питань, тестів та практичних завдань, а також завдання для самостійної роботи студентів.

Навчальний посібник призначений для викладачів і студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів.

**ISBN 966-8071-30-1**

**ББК 65.261.4 я 73**

© Гаєвська Л.М., 2013

## ЗМІСТ

<b>Передмова</b>	7
<b>ТЕМА 1. Підприємництво як сучасна форма господарювання</b>	8
1.1. Характеристика підприємницької діяльності та її місце в умовах ринкової економіки	8
1.2. Форми, типи та принципи підприємницької діяльності	10
1.3. Моделі підприємницької діяльності	11
1.4. Правові основи та організаційні форми підприємницької діяльності	11
1.5. Роль і значення підприємництва в економіці країни	17
1.6. Франчайзинг як особлива форма організації бізнесу	18
<b>ТЕМА 2. Підприємництво як система ініціативної діяльності</b>	23
2.1. Характеристика виробничої та посередницької підприємницької діяльності	23
2.2. Структурні елементи (форми, види, суб'єкти) виробничої та посередницької підприємницької діяльності	24
2.2.1. Виробнича підприємницька діяльність	24
2.2.2. Посередницька підприємницька діяльність	27
2.3. Агентування	28
2.4. Торгово-комерційна діяльність	29
2.5. Аукціонна торгівля	31
2.6. Біржове підприємництво	32
2.7. Особливості підприємництва у фінансовій сфері, «інвестиційні компанії та фонди», банківська система.	33
2.8. Розвиток ефективного і соціально орієнтованого підприємництва (підприємницьке середовище)	34
2.9. Основні параметри підприємницького середовища	35
2.10. Комплекс зовнішніх і внутрішніх чинників, що впливають на рівень розвитку і стан підприємницького середовища	36
2.11. Передумови успішного розвитку підприємництва в Україні	37
<b>ТЕМА 3. Особливості розвитку малого і середнього підприємництва в Україні</b>	41

3.1. Історичний розвиток малого і середнього підприємництва	41
3.2. Розвиток малого підприємництва як механізм припинення економічного спаду і структурної перебудови в Україні	45
3.3. Проблеми розвитку малого і середнього підприємництва в Україні	48
3.4. Державна підтримка розвитку малого і середнього підприємництва в Україні	51
<b>ТЕМА 4. Міжнародна підприємницька діяльність</b>	<b>58</b>
4.1. Тенденції розвитку міжнародних економічних відносин	58
4.2. Міжнародний бізнес	59
4.3. Форми міжнародної підприємницької діяльності	61
4.4. Спільні підприємства у міжнародному бізнесі	64
4.5. Механізм функціонування МСП	70
4.6. Тенденції і проблеми розвитку МСП в Україні	74
4.7. Регулювання міжнародної підприємницької діяльності	77
<b>ТЕМА 5. Підприємницька ідея і механізм її втілення</b>	<b>91</b>
5.1. Пошук привабливих ідей бізнесу та їх джерела	91
5.2. Комплексне оцінювання ідей	92
5.3. Методи пошуку підприємницької ідеї	92
5.4. Прийняття рішення про визначення типу підприємництва. Вибір типу та організаційно-правової форми підприємства	95
5.5. Особливості створення нових підприємств у сучасний період	97
<b>ТЕМА 6. Підприємницький капітал</b>	<b>101</b>
6.1. Економічна й елементарна структура підприємницького капіталу фірми	101
6.2. Порядок формування підприємницького капіталу та його особливості у сучасній економіці	103
6.3. Джерела формування підприємницького капіталу в Україні	105
<b>ТЕМА 7. Управління інвестиційною діяльністю підприємства</b>	<b>112</b>
7.1. Державне регулювання інвестиційної діяльності	112
7.2. Завдання і функції процесу управління інвестиційною діяльністю	117
7.3. Джерела формування інвестиційного потенціалу	119
7.4. Методи фінансування інвестиційних програм і проектів	121

7.5. Аналіз і оцінка інвестиційної діяльності як потенційного об'єкта інвестування	122
<b>ТЕМА 8. Процес управління підприємницькою діяльністю</b>	135
8.1. Функції процесу управління	135
8.2. Планування у системі підприємницької діяльності	136
8.3. Взаємозв'язок ринкових відносин і державного регулювання підприємництва	138
8.4. Система планів підприємницької діяльності підприємства (фірми)	141
8.5. Тактичний план фірми, його типові розділи	142
8.6. Оперативне планування діяльності фірми	143
<b>ТЕМА 9. Взаємовідносини у підприємництві</b>	149
9.1. Види договорів і їх характеристика у ринковій системі господарювання	149
9.2. Тверді та вільні оферти - особлива форма укладання договору	155
9.3. Системи підприємницьких дій щодо реалізації проекту	157
9.4. Найважливіші форми співробітництва у різних сферах підприємницької діяльності	164
<b>ТЕМА 10. Ефективність підприємницької діяльності</b>	172
10.1. Аналітична оцінка економічної і соціальної ефективності підприємництва	172
10.2. Основні етапи проведення комплексного аналітичного аналізу результатів діяльності фірм	174
10.3. Об'єкти економічного аналізу підприємницьких виробничих структур	176
10.4. Система показників оцінки ефективності виробничо-господарської, бізнесово-фінансової діяльності підприємництва	176
10.5. Принципові положення визначення ефективності створення та діяльності спільних виробничих підприємств	193
10.6. Розрахунки прибутку й інтегрального економічного ефекту	195
<b>ТЕМА 11. Державне регулювання підприємництва</b>	201
11.1. Необхідність державного регулювання підприємницької діяльності	201

11.2. Сутність державного регулювання підприємницької діяльності, його форми та методи	204
11.3. Антимонопольна діяльність держави	208
11.4. Економічна безпека підприємництва	210
11.5. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких структур	214
11.6. Податкові преференції у системі державного регулювання підприємницької діяльності	215
<b>ТЕМА 12. Оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності</b>	<b>221</b>
12.1. Сплата непрямих податків суб'єктами підприємницької діяльності	221
12.2. Оподаткування доходів суб'єктів підприємницької діяльності	229
12.3. Сплата майнових податків суб'єктами підприємницької діяльності	231
12.4. Порядок сплати суб'єктами підприємницької діяльності місцевих податків і зборів	237
12.5. Спрощена система оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва	245
<b>Термінологічно-тлумачний словник сфери підприємницької діяльності</b>	<b>266</b>
<b>Список використаних джерел</b>	<b>305</b>

## ПЕРЕДМОВА

Разом із встановленням в Україні державності почали впроваджуватися механізми для реалізації перетворення державного сектора з урахуванням ринкових відносин. Реформування цієї сфери, на жаль, призвело до погіршення загальноекономічного становища країни і рівня життя населення, до розбалансованості фінансової системи, спаду виробництва.

В умовах ринкової економіки, на шлях якої стала Україна, розвиток економіки не можливий без розвитку такого сектора, як підприємництво. В умовах дестабілізації економіки й обмеження фінансових ресурсів, саме суб'єкти підприємництва, які не потребують великих стартових інвестицій, спроможні, за певної підтримки з боку держави, найшвидше та найефективніше розв'язувати проблеми демонополізації, стимулювати розвиток економічної конкуренції. Рухливий і динамічний підприємницький сектор здатний вирішити ряд соціально-економічних проблем, розширити можливості працевлаштування, у повному обсязі задовольнити потреби споживачів і сприяти економії та раціональному використанню ресурсів. Зростання ефективності підприємництва як сучасної форми господарювання неодмінно потребує підготовки висококваліфікованих підприємців, здатних реалізовувати у своїй діяльності вимоги ринкових відносин, менеджменту і бізнесу.

Метою посібника є поглиблене вивчення принципів організації, ефективності функціонування, державного регулювання та оподаткування підприємництва в умовах ринкової економіки, а також набуття практичних навичок для самостійного здійснення необхідних робіт щодо планування і оподаткування нових підприємницьких структур.

Дане видання перероблене і доповнене може бути корисним для студентів різних форм навчання, практичних працівників підприємств та організацій незалежно від форм власності.

## **ТЕМА 1. ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СУЧАСНА ФОРМА ГОСПОДАРЮВАННЯ**

1.1. Характеристика підприємницької діяльності та її місце в умовах ринкової економіки.

1.2. Форми, типи та принципи підприємницької діяльності.

1.3. Моделі підприємницької діяльності.

1.4. Правові основи та організаційні форми підприємницької діяльності.

1.5. Роль і значення підприємництва в економіці країни.

1.6. Франчайзинг як особлива форма організації бізнесу.

*Ключові слова: підприємництво, бізнес, франчайзинг, підприємець, товариство, партнерство*

### **1.1. Характеристика підприємницької діяльності та її місце в умовах ринкової економіки**

Сучасний досвід господарювання свідчить про те, що процвітання країн з розвинутою ринковою економікою забезпечує вмiла реалiзацiя їх підприємницького потенціалу як четвертого фактора виробництва.

Згідно із Господарським кодексом, підприємництво — це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Якщо діяльність фізичних або юридичних осіб не пов'язана з отриманням прибутку, то вона не може вважатися підприємницькою. Головне, що вирізняє підприємця серед інших агентів суспільно корисної діяльності, — це можливість і обов'язковість отримання певного зиску.

Сучасна економічна наука визначає підприємництво як особливий вид діяльності, в основу якого покладені такі ознаки:

- свобода вибору напрямів і методів діяльності, самостійність у прийнятті рішень;
- постійна наявність фактора ризику;
- орієнтація на досягнення певного успіху (зиску);
- інноваційний характер діяльності.



Підприємницька діяльність має свій стиль і тип господарської поведінки, тому їй притаманні: ініціативність і пошук нетрадиційних рішень у сфері бізнесу; готовність наражатися на власний ризик; гнучкість та постійне самооновлення; цілеспрямованість і наполегливість.

Підприємець повинен:

1) бачити у людині головне джерело зростання ефективності його роботи на даному підприємстві;

2) сприяти формуванню лідерів і новаторів;

3) формувати економічне мислення;

4) вміти об'єднувати людей;

5) бути професійно підготовленим для пошуку оптимальних варіантів розвитку підприємства;

6) постійно орієнтуватися на потреби споживачів;

7) діяти цілеспрямовано, енергійно, вірити в успіх справ. Сучасна економічна література відокремлює три головні функції сфери підприємницької діяльності:

- ресурсну (формування і продуктивне використання капіталу, трудових, матеріальних та інформаційних ресурсів);

- організаційну (організація маркетингу, виробництва, збуту, реклами та інших господарських справ);

- творчу (новаторські ідеї, генерування та активне використання ініціативи, вміння ризикувати).

Суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути:

- громадяни України та інших держав;

- юридичні особи всіх форм власності.

Забороняється займатися підприємницькою діяльністю: військовослужбовцям, посадовим особам органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного арбітражу, державного нотаріату, а також органів державної влади й управління, які здійснюють контроль за діяльністю підприємств і організацій.

Об'єктами підприємницької діяльності можуть бути:

- товар;

- продукт;
- послуга.

## **1.2. Форми, типи та принципи підприємницької діяльності**

У сучасних умовах господарювання ринкову економіку визначають коротко як економіку вільного підприємництва. Проте підприємництво здійснюється за певними принципами, має власні форми, типи та моделі функціонування.

Основні принципи підприємництва:

- вільний вибір діяльності;
- залучення на добровільних засадах для здійснення підприємницької діяльності майна та коштів юридичних осіб і громадян;
- самостійне формування програми виробничої та інших видів діяльності;
- вибір постачальників ресурсів і споживачів виготовленої продукції;
- встановлення цін на товари та послуги відповідно до чинного законодавства

України;

- вільний найм працівників для здійснення бізнесової діяльності;
- залучення і використання природних, трудових, матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, якщо це не заборонено або не обмежено чинним законодавством;
- вільне розпорядження прибутком, що залишається після внесення платежів до відповідних бюджетів згідно із законодавством;
- самостійне здійснення підприємцем-юридичною особою зовнішньоекономічної діяльності, використання будь-яким підприємцем належної йому частки валютного виторгу на власний розсуд.

Підприємницька діяльність може здійснюватись як в індивідуальній, так і в колективній формі. Перша — означає здійснення її громадянами, тобто фізичними особами, вільними у встановленні своїх прав і обов'язків на основі договору (угоди) та у визначенні будь-яких умов договору (угоди), що не суперечать чинному законодавству. Друга — колективна — передбачає межі та процедури, які окреслені більш строго з участю держави. У таких випадках підприємницька діяльність здійснюється вже на основі і в межах тих завдань та повноважень, що відбиті у засновницьких документах і статутах підприємств (організацій) різних

форм власності.

Зазначені вище форми підприємницької діяльності тісно корелюють з можливими її типами. Основні з них такі:

- малий бізнес, що базується на особистій власності або оренді;
- спільне підприємництво або партнерство, засноване на колективній власності;
- корпоративне підприємництво, засноване на акціонерній власності.

### **1.3. Моделі підприємницької діяльності**

Багаторічний досвід господарювання у країнах з розвинутою ринковою економікою свідчить про те, що традиційно існують дві моделі підприємництва: класична й інноваційна, але на практиці можливе їх поєднання.

Класична модель підприємництва орієнтована на максимально ефективне використання наявних ресурсів підприємства. Схема підприємницьких дій за такої моделі досить проста і чітко окреслена: оцінка наявних ресурсів; вивчення можливостей досягнення поставленої мети; використання тієї можливості, яка зможе забезпечити максимальну віддачу від наявних ресурсів.

Інноваційна модель підприємництва передбачає активне використання будь-яких (у межах закону) і насамперед нових управлінських рішень для підприємницької діяльності, особливо коли бракує власних, природних, формулювання головної мети; вивчення зовнішнього середовища з метою пошуку альтернативних можливостей; порівняльна оцінка власних ресурсів і знайдених можливостей; пошук зовнішніх додаткових джерел ресурсів; аналіз можливостей конкурентів; реалізація завдань згідно з вибраною концепцією ресурсів.

### **1.4. Правові основи та організаційні форми підприємницької діяльності**

#### *Організаційно-правові форми підприємницької діяльності*

У підприємницькій діяльності одним з найважливіших є питання про форму її організації. Організаційно-господарською одиницею (первинною структурною ланкою) бізнесу є фірма (підприємство, організація, установа тощо) або компанія. Фірма (компанія) - це загальна назва, що використовується для будь-якого підприємства. Вона відбиває лише той факт, що підприємство або організація

мають права юридичної особи, проте поняття «фірма» не відображає організаційно-правового статусу підприємства. Тому, крім назви фірми, будь-якому підприємцю важливо вибрати конкретну організаційно-правову форму своєї діяльності, тобто зафіксовану нормами права єдність організаційних і економічних засад діяльності господарюючого суб'єкта.

Найбільш вагомими ознаками, що відрізняють одну організаційно-правову форму від інших, доцільно вважати:

- кількість учасників створеного господарського суб'єкта (об'єднання);
- хто є власником використаного капіталу;
- джерела майна як матеріальної основи господарської діяльності;
- межі майнової (матеріальної) відповідальності;
- спосіб розподілу прибутку та збитків;
- форму управління суб'єктом господарювання. Вибір організаційно-правової

форми підприємства залежить від багатьох чинників таких, як:

а) відповідальність (необмежена, обмежена, необмежена генерального партнера й обмежена молодшого партнера);

б) оподаткування (податків фізичних осіб, подвійне оподаткування у корпораціях);

в) потребу у фінансових коштах (власних, позичкових);

г) управлінські здібності підприємця (команди менеджерів фірми);

д) передбачувану тривалість існування фірми;

е) можливість зміни власника.

З урахуванням названих та інших чинників підприємець:

- визначає потрібний йому рівень і обсяг можливих прав та обов'язків залежно від поставлених цілей і завдань;

- вирішує питання про порядок створення статутного фонду підприємства (організації);

- вибирає форму організаційної побудови підприємства і схему управління ним;

- погоджує свій вибір з вимогами підприємницького права (правової основи підприємництва).

Широко відомі три основні організаційно-правові форми підприємницької діяльності: одноосібні володіння; товариства; корпорації, кожна з яких має певні переваги і недоліки (вади).

Одноосібне володіння — це підприємство, власником якого є фізична особа або ж сім'я. Вона отримує певний дохід (прибуток), але несе весь тягар господарського ризику. Відомо, наприклад, що в США майже 80 % усіх бізнесових організаційних структур є одноосібними володіннями, їх частка становить приблизно 10—14 % обсягу бізнесу.

Одноосібне володіння є однією з найпростіших форм організації бізнесу й має такі переваги:

- відносну простоту заснування, незначні витрати на засновницько-реєстраційні операції;
- повну самостійність, свободу й оперативність підприємницьких дій;
- максимально можливі спонукальні мотиви до найефективнішого господарювання;
- забезпечення конфіденційності діяльності, збереження комерційної таємниці.

Проте дана форма підприємництва має і значні недоліки. По-перше, є труднощі із залученням великих капіталів, а власних фінансових ресурсів одноосібного підприємця здебільшого не вистачає для розвитку свого діла. Через невисокий рівень платоспроможності комерційні банки неохоче надають таким підприємцям кредити, вимагаючи більш високу плату за користування ними.

По-друге, повна відповідальність за борги. Це означає, що у випадку невдалого господарювання не лише особисті заощадження, а й усе власне майно піде на сплату боргів кредиторам.

По-третє, відсутність спеціалізованого менеджменту, що негативно позначається на ефективності підприємницької діяльності. Адже одноосібний власник сам виконує всі управлінські функції. Проте далеко не всі люди здатні на це.

По-четверте, невизначеність термінів функціонування. Підприємницька діяльність такої організаційної форми юридичне припиняється у разі банкрутства,

позбавлення волі за карний злочин, психічного захворювання або смерті одноосібного власника.

Товариство (партнерство) як форма організації бізнесу часто є логічним продовженням розвитку одноосібного володіння. Така організаційно-правова форма підприємницької діяльності передбачає об'єднання капіталів двох і більше окремих фізичних або юридичних осіб за умов розподілу ризику, прибутку та збитків на основі рівності; спільного контролю результатів бізнесу; активної участі в його веденні. Основою взаємин між сторонами, що вступають у партнерство, є договір.

За ступенем участі засновників (партнерів) у діяльності підприємства прийнято розрізняти товариства: повні (з повною відповідальністю); командитні; товариства з додатковою та обмеженою відповідальністю.

Повним (з повною відповідальністю) вважається товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за його зобов'язаннями всім своїм майном.

Командитним товариством визнається товариство, в якому разом з одним або більше учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, є один або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства (вкладників), та які не беруть участі в діяльності товариства.

Товариство з додатковою відповідальністю — це таке господарське товариство, партнери якого відповідають за його зобов'язаннями перед кредиторами своїми внесками до статутного фонду, а за недостатності цих коштів — додатково, належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі.

У товаристві з обмеженою відповідальністю учасники несуть відповідальність за господарську діяльність у межах їх внесків у вигляді майна, грошей, продуктів інтелектуальної власності тощо.

Для всіх видів товариств (партнерств) спільним є те, що їх створення і функціонування здійснюється на основі установчої угоди між партнерами. Вона повинна містити таку інформацію: повноваження партнерів; сума коштів, що

інвестується кожним із них; порядок розподілу прибутку й можливих збитків; особливості здійснюваних у товаристві фінансових та облікових операцій; процедура прийняття нових партнерів і ліквідації товариства.

До переваг господарських товариств належать:

- широкі можливості щодо розвитку виробництва або надання послуг, посередництва тощо;
- збільшення фінансової незалежності та дієспроможності завдяки об'єднанню ресурсів кількох партнерів; менший ризик з погляду комерційних банків, що сприяє одержанню певних пільг у кредитуванні;
- велика свобода й оперативність господарських дій; кілька партнерів, звичайно, швидше приймають виважені управлінські рішення;
- додаткові можливості розвитку ефективного менеджменту завдяки застосуванню функціональної спеціалізації працівників і залученню професіональних менеджерів.

Проте цей тип організації підприємницької діяльності має певні недоліки, через що він інколи не тільки не може подолати недосконалість одноосібної власності, а й породжує нові проблеми.

1. Необмежена відповідальність будь-якого товариства може загрожувати всім партнерам так само, як і одноосібному власнику. Крах одного з партнерів може спричинити банкрутство товариства в цілому, оскільки в більшості випадків учасники несуть солідарну відповідальність.

2. Недостатність досвіду господарювання і несумісність інтересів партнерів можуть провокувати малоєфективну діяльність, а колективний менеджмент - негнучке управління товариством.

3. Непередбачуваність процесу і результатів діяльності товариства як нестійкої організаційно-правової форми підприємництва значно збільшують господарський ризик і зменшують впевненість у досягненні очікуваного зиску.

Корпорація (акціонерне товариство) є нині домінуючою формою підприємницької діяльності, її власниками вважаються акціонери, які мають обмежену відповідальність у розмірі свого внеску в акціонерний капітал корпорації. Весь прибуток корпорації належить її акціонерам. Відокремлюють дві

його частини. Одна частина розподіляється серед акціонерів у вигляді дивідендів, друга — нерозподілений прибуток, що використовується на реінвестування. Функції власності та контролю поділені між акціонерами (власниками акцій) і менеджерами.

Переваги корпорації (акціонерного товариства) є досить відомими.

По-перше, корпорація є найефективнішою формою організації підприємницької діяльності з огляду на реальну можливість залучення необхідних інвестицій. Саме через ринок цінних паперів (фондову біржу) вона може об'єднувати різні за розмірами капітали великої кількості фізичних і юридичних осіб для фінансування сучасних напрямів науково-технічного й організаційного прогресу, нарощування виробничого потенціалу.

По-друге, потужній корпорації значно простіше постійно збільшувати обсяги виробництва або послуг, що дає добру можливість отримувати постійно зростаючий прибуток.

По-третє, кожний акціонер як співвласник корпорації несе лише обмежену відповідальність (через банкрутство фірми він втрачає тільки вартість своїх акцій). Важливим є те, що окрема особа може зменшити свій власний фінансовий ризик, якщо купуватиме акції кількох корпорацій. Кредитори можуть пред'явити претензії лише корпорації як юридичній особі, а не окремим акціонерам як фізичним особам.

По-четверте, корпорація — це організаційно-правовий утвір, який може функціонувати тривалий період (постійно), що створює необмежені можливості для перспективного розвитку.

Корпоративна форма організації підприємницької діяльності, як і всі інші, має відповідні недоліки, а саме:

1) мають місце певні розбіжності між функціями власності та контролю, що негативно впливають на необхідну гнучкість оперативного управління корпорацією. Розподіл їх функцій може призвести до виникнення соціальних суперечностей (конфліктів) між менеджерами й акціонерами корпорації;

2) корпорація сплачує більші податки в розрахунку на одиницю отриманого прибутку, ніж інші організаційні форми бізнесу. Адже



оподаткуванню підлягає спочатку отриманий корпорацією прибуток, а потім — дивіденди акціонерів, тобто фактично існує проблема подвійного оподаткування;

3) у корпоративній формі бізнесу є потенційні можливості для зловживань з боку посадових осіб. Наприклад, керівництво корпорації може організувати емісію акцій для покриття збитків.

### **1.5. Роль і значення підприємництва в економіці країни**

Розуміння сутності підприємництва пов'язане також з визначенням його ролі в економіці різних рівнів системи господарювання. Конкретно роль і значення підприємництва в економічному розвитку країни можна звести до наступного:

- по-перше, підприємництво слугує важелем для зміни структури економіки. Для підприємців основним спонукальним мотивом є можливість одержання прибутку. Вони майже завжди концентрують свої дії на розвитку перспективних напрямів господарської діяльності, віддача від яких може перевершити середні показники;

- по-друге, розвиток підприємництва створює «поживне середовище» для конкуренції. Забезпечуючи освоєння перспективних виробництв, підприємці сприяють більш швидкому оновленню техніко-технологічної бази і номенклатури продукції фірми. Вони стимулюють господарську активність, підтримуючи конкуренцію та існуючий ринок;

- по-третє, підприємництво можна вважати каталізатором економічного розвитку. Цей своєрідний прискорювач істотно впливає на структурну перебудову в економіці; збільшення обсягів виробництва та надання послуг; стимулювання інвестиційної діяльності; підвищення рівня попиту і пропозиції; прискорення темпів економічного розвитку національної економіки в цілому;

- по-четверте, підприємництво сприяє економії і раціональному використанню всіх ресурсів. Діяльність підприємця нерозривно пов'язана з господарським ризиком. Саме ця обставина є потужним стимулом економії ресурсів, вимагає від підприємця детального аналізу рентабельності проектів, відповідального ставлення до інвестицій, раціонального витрачання ресурсу, найму робочої сили;

- по-п'яте, підприємництво забезпечує сильнодіючі стимули до високоефективної праці. У більшості випадків особистості, які мають власний бізнес і завдяки цьому - сильні спонукальні мотиви, більше зацікавлені в якісній і продуктивній праці, ніж наймані працівники. Такий психологічний феномен вільної праці для одержання власного зиску забезпечує ще більший виграш для економіки в цілому.

Розглянуті вище прояви значущості підприємницької діяльності дозволяють зробити загальний висновок.

Підприємництво виконує особливу функцію в економіці та народному господарстві, змістова сутність якої зводиться до оновлення економічної системи, створення інноваційного середовища, що спричиняє руйнацію традиційних структур і відкриття шляху до перетворень, зрештою стає тією силою, що прискорює рух економіки шляхом ефективності, раціоналізації, бережливості й постійного оновлення.

Нагромаджений досвід усіх індустріально розвинених країн з ринковою економікою соціального спрямування незаперечно підтверджує, що підприємництво є необхідною умовою досягнення економічного успіху.

### **1.6. Франчайзинг як особлива форма організації бізнесу**

Не всі фізичні особи можуть бути успішно господарюючими підприємцями. Одні індивіди нездатні займатися бізнесом, другі - бояться ризикувати, треті - не мають власного капіталу тощо. Вони краще сприйматимуть ту форму діяльності, яка спроможна забезпечити їм більшу впевненість у господарському успіху. Для таких людей може стати привабливим франчайзинг. У широкому розумінні слова франчайзинг означає надання права на виробництво та (або) збут продукції (послуги) з практичною допомогою у справі організації та управління бізнесом. По суті, франчайзинг можна тлумачити як метод ведення бізнесу, що базується на довгострокових відносинах між двома контрагентами: франчайзодавцем і франчайзоотримувачем.

Франчайзодавець — це незалежна фірма, що виробляє продукцію (надає послуги) і делегує право використовувати своє ім'я (торгову марку) та продавати

(виробляти) свої товари (послуги) іншій фірмі -франчайзоотримувачу. Наприклад, фірма, що виготовляє автомобілі, стає франчайзодавцем, якщо право на збут цієї продукції придбає інша фірма - франчайзоотримувач. Розрізняють три типи франчайзингу:

1) торговий франчайзинг — торгова фірма (франчайзоотримувач) отримує лише право використовувати назву іншої фірми та її товарний знак;

2) франчайзинг розповсюдження продукції — придбання ліцензії на продаж (виробництво) у межах суворо обмеженої території певних видів продукції під товарним знаком виробника;

3) чистий франчайзинг — передбачає комплексне забезпечення бізнесу франчайзоотримувача, що охоплює право на використання імені франчайзодавця, ліцензію на продаж товарів (надання послуг), навчання методів оперативного управління придбаним бізнесом тощо.

Світовий досвід підтверджує, що франчайзинг як особлива форма організації бізнесу заслуговує на увагу господарників, а також набуває і великого поширення в Україні.

### **Література**

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV зі змінами від 11.03.2007 [Електронний ресурс] — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

2. Основи бізнесу : [навчальний посібник] / Я. С. Ларіна, С. В. Мочерний, В. М. Фомішина, С. І. Чеботар – К.: Академвидав, 2009. – 384 с.

3. Сизоненко В. О. Фінанси та підприємництво : Світовий досвід та практика України : навчальний посібник / В. О . Сизоненко, С. Циганов, – К. : [Навчальна книга], 2009. – 576 с.

4. Покропивний С. Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність : навчальний посібник / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. – Львів : Оскарт, 1996. – 352 с.

### **Тести для самоконтролю**

#### **1. Підприємець – це:**

а) самостійний агент ринку, який діє на власний ризик, під особисту

відповідальність за результати бізнесової діяльності;

б) агент, який представляє інтереси кількох виробників товарів;

в) найманий працівник, який організовує реалізацію завдань, поставлених перед ним;

г) правильної відповіді немає.

**2. Хто ввів термін «підприємництво» ?**

а) А. Файоль;

б) Н. Соболь;

в) М. Бернс;

г) Р. Кантільон;

д) Р. Макконел.

**3. Самостійна на власний ризик діяльність щодо виробництва продукції, використання робіт, надання послуг та заняття торгівлею з метою одержання прибутку – це:**

а) бізнес;

б) маркетинг;

в) підприємництво;

г) менеджмент.

**4. Суб'єкти підприємницької діяльності:**

а) юридичні особи тільки приватної форми власності;

б) юридичні особи всіх форм власності;

в) військовослужбовці;

г) громадяни України та інших держав;

д) посадові особи органів прокуратури.

**5. Об'єкти підприємницької діяльності:**

а) сегмент ринку;

б) товар; ж) агенти;

в) послуга; з) цільові відрахування.

г) ціна;

д) продукт;

е) реклама;

є) податки.

**6. Основними функціями підприємницької діяльності є:**

- а) творча;
- б) матеріальна;
- в) ресурсна;
- г) організаційно-супровідна;
- д) інноваційна.

**7. До моделей підприємницької діяльності належать:**

- а) творча;
- б) класична;
- в) всебічна;
- г) аналітична;
- д) інноваційна.

**8. Не дозволяється займатися підприємницькою діяльністю:**

- а) громадянам України;
- б) юридичним особам;
- в) громадянам інших країн;
- г) військовослужбовцям.

**9. Метод здійснення підприємницької діяльності, за якого достатньо потужна фірма делегує іншому підприємству право використовувати своє ім'я та товарний знак в обмін на зобов'язання виготовляти або продавати її продукцію – це:**

- а) хеджирування;
- б) факторинг;
- в) франчайзинг;
- г) оферта.

**10. Товариство, союз, група осіб, які об'єднуються добровільно за ознакою спільності (однаковості) професійних або групових інтересів – це:**

- а) консорціум;

- б) корпорація;
- в) картель;
- г) холдинг.

### **Питання для поглибленого вивчення теми**

1. Охарактеризуйте підприємницьку діяльність в умовах ринкової економіки.
2. Назвіть форми, типи та принципи підприємницької діяльності.
3. Дайте характеристику моделям підприємницького бізнесу.
4. Правові основи та організаційні форми підприємницької діяльності.
5. Визначте роль і значення підприємництва в економіці країни.
6. Дайте характеристику франчайзингу як особливої форми організації бізнесу.

## **ТЕМА 2. ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК СИСТЕМА ІНІЦІАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

2.1. Характеристика виробничої та посередницької підприємницької діяльності.

2.2. Структурні елементи (форми, види, суб'єкти) виробничої та посередницької підприємницької діяльності.

2.2.1. Виробнича підприємницька діяльність.

2.2.2. Посередницька підприємницька діяльність.

2.3 Агентування.

2.4. Торгово-комерційна діяльність.

2.5. Аукціонна торгівля.

2.6. Біржове підприємництво.

2.7. Особливості підприємництва у фінансовій сфері, «інвестиційні компанії та фонди», банківська система.

2.8. Розвиток ефективного і соціально орієнтованого підприємництва (підприємницьке середовище).

2.9. Основні параметри підприємницького середовища.

2.10. Комплекс зовнішніх і внутрішніх чинників, що впливають на рівень розвитку і стан підприємницького середовища.

2.11. Передумови успішного розвитку підприємництва в Україні.

*Ключові слова: агентування, торгово – посередницька діяльність, аукціонна торгівля, ф'ючерсні контракти, опціон, банківська система, підприємницьке середовище*

### **2.1. Характеристика виробничої та посередницької підприємницької діяльності**

Підприємництво як форма ініціативної діяльності з метою отримання прибутку може здійснюватися у двох основних видах (типах) або їх комбінаціях:

- перший — здійснення будь-якого виду виробничої діяльності (тобто виробництво товару, продукту, послуг);

- другий — виконання посередницької функції (переміщення товарів від

виробника до споживача (торгівля тощо).

З огляду на загальнодержавні (національні) інтереси пріоритетного значення має набувати перший вид (тип) підприємницької діяльності, оскільки суспільне багатство залежить насамперед від стану сфери матеріального виробництва. Водночас суспільство має сприяти розвитку й другого виду (типу) підприємницької діяльності. Це зумовлено тим, що рівень і якість життя, комфорт членів суспільства визначаються багато в чому рівнем розвитку посередницької сфери (прогресивна організація торгівлі та постачання населення товарами першої необхідності тощо). Крім того, посередницька підприємницька діяльність сприяє:

- підвищенню продуктивності праці безпосередніх продуцентів товарів для населення на основі звуження спеціалізації виробничих підприємств;
- прискоренню кругообігу капіталу, зростанню ефективності його використання;
- насиченню (до раціональних меж) ринку необхідними товарами (послугами) тощо.

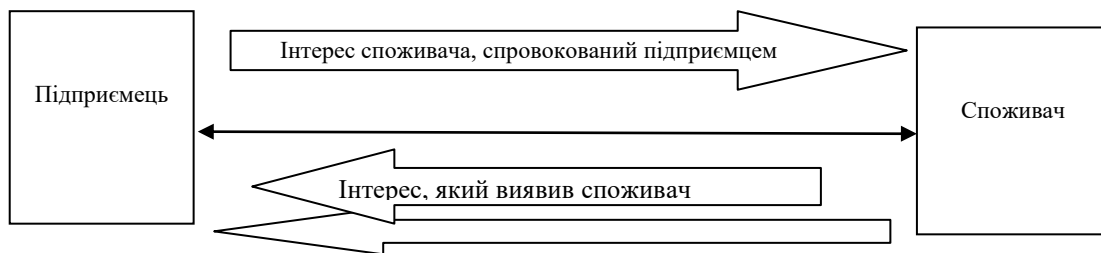
Відтак між виробниками і посередниками виникають партнерські довірчі взаємини та господарська кооперація щодо розв'язання спільних завдань.

## **2.2. Структурні елементи (форми, види, суб'єкти) виробничої та посередницької підприємницької діяльності**

### **2.2.1. Виробнича підприємницька діяльність**

За своєю спрямованістю, масштабами розвитку і впливом на ефективність системи господарювання та якість суспільного життя виробнича підприємницька діяльність є провідною. Класична схема підприємницької діяльності відображає об'єктивно наявне протиріччя між суб'єктами економічних відносин: підприємець <—> споживач. Зазначене протиріччя не є антагоністичним (існує взаємозалежність між названими суб'єктами). У такому своєрідному протистоянні активна роль зберігається за підприємцем, який відносно споживача може діяти одним із двох можливих (рис. 2.1.).



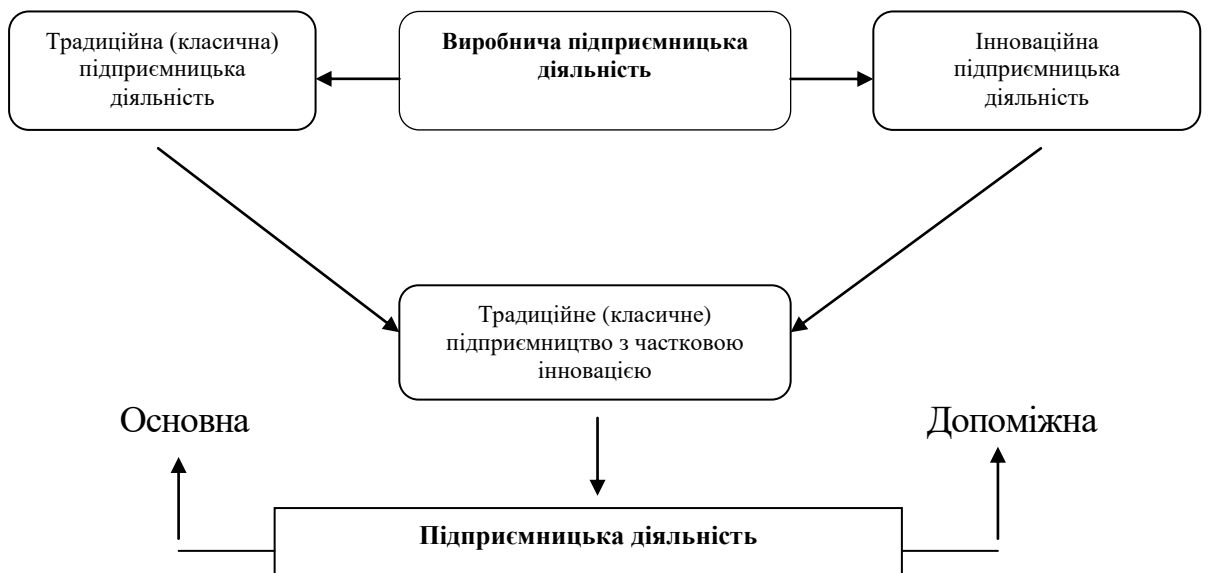


**Рис. 2.1. Схема підприємницької діяльності**

Інтерес споживача, спровокований підприємцем, - це усвідомлений підсумок діяльності підприємця щодо виявленого неусвідомленого інтересу споживача. Він спричинений рішенням підприємця виробляти нові (нетрадиційні) для ринку товари.

Виявлений інтерес споживача - результат вивчення очевидних, але не задоволених потреб споживача, що можна задовольнити, розвиваючи активність підприємця (наприклад, збільшуючи виробництво чогось). Такий підхід можна вважати виправданим за наявності дефіциту виробництва, що властивий суспільству з низьким рівнем соціально-економічного розвитку.

Відтак можна зробити ще один висновок: підприємництво у сфері виробництва може і мусить орієнтуватися на продукування та просування на ринок традиційних і нових (бажано принципово нових) товарів. Цього можна домогтися за умови постійно здійснюваної інноваційної діяльності на фірмі. Загальна типологія підприємницької діяльності, тобто її розчленування на окремі структурні елементи та їх групування в певні блоки за сутнісно змістовою характеристикою у сфері виробництва представлена на рис. 2.2. Вона свідчить про те, що підприємництво у сфері безпосереднього виробництва товарів насамперед має орієнтуватися на продукування і поставку на ринок традиційних або інноваційних їх видів.



**Рис. 2.2. Загальна типологія виробничої підприємницької діяльності**

Зазначена вище класифікація типів підприємницької діяльності базується на усталеному переконанні, що виробництво і просування на ринок традиційних товарів здійснюється з використанням техніко-технологічних новацій, якісних характеристик продуктів, нових елементів організації виробничих процесів тощо. У цьому випадку йдеться про виробництво традиційних видів продукції з використанням часткових інновацій. Якщо ж виробництво не частково, а повністю базується на інноваціях, то результатом такої організації є поява нового (тобто такого, що раніше не існувало) товару або продукту з принципово новими властивостями чи навіть сферами використання. Практика господарювання дає багато прикладів того, що виробнича підприємницька діяльність може мати основний або допоміжний характер. Основними прийнято вважати ті види підприємницької активності, результатом яких є виробництво готової до кінцевого споживання продукції. До допоміжних належать види підприємницької діяльності, результатом яких є розробка і передача товаровиробникам нової техніки, технології, інших інновацій-способів, методів, застосування яких у процесі виробництва впливає на підвищення якісних або кількісних характеристик продукції.

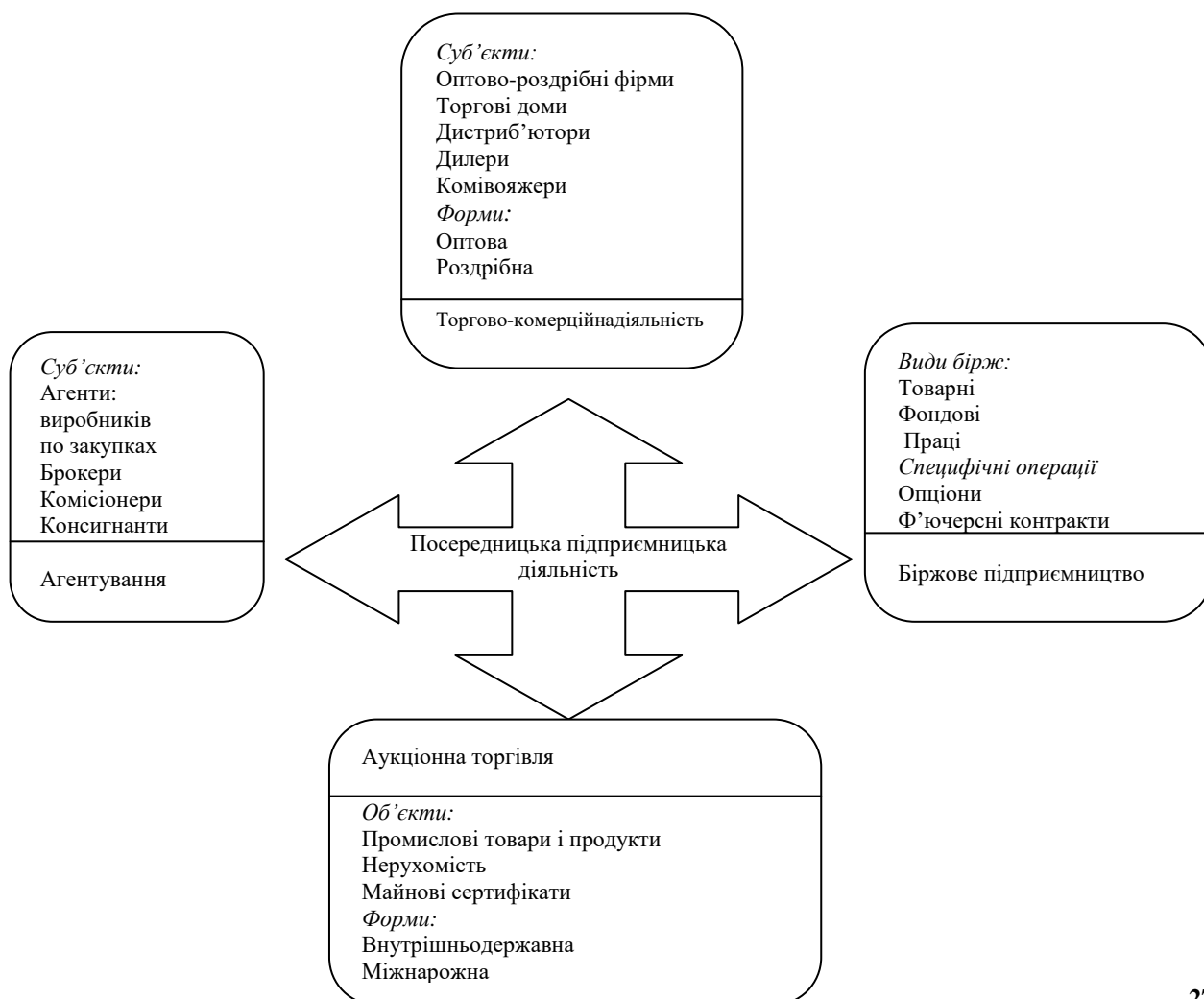
Допоміжними вважаються види підприємництва, результати яких мають не лише уречевлений характер (наприклад, інжинірингова, конструкторська

діяльність), а й такий, що не втілюється у конкретних предметах (речах) (наприклад, консалтингова, маркетингова, лізингова, факторингова та інша подібна діяльність).

### 2.2.2. Посередницька підприємницька діяльність

Осіб (юридичних чи фізичних), які представляють інтереси виробників або споживачів (але не є такими насправді), прийнято називати посередниками. Підприємницька діяльність у сфері посередництва має на меті інтегрувати економічні інтереси виробників і споживачів.

З погляду виробника, посередництво підвищує ефективність його діяльності, оскільки дозволяє зосереджувати свою активність лише на виробництві, передаючи функцію просування товару на ринок посереднику, який є також професіоналом, але тільки у цій специфічній сфері діяльності. Завдяки цьому скорочується строк оборотності капіталу і підвищується прибутковість виробництва. Підприємницька діяльність у сфері посередництва практично здійснюється в конкретній формі (рис. 2.3).



## **Рис. 2.3. Структурні елементи (форми, види, суб'єкти) посередницької підприємницької діяльності**

### **2.3. Агентування**

Досить поширеною формою посередництва виступає агентування, тобто практика господарювання, за якої агент є посередником від імені і на користь, відповідно, виробника або споживача. Особу, від імені і на користь якої діє агент, називають принципалом. Ним може бути як власник товару, який доручає агенту продати його, так і споживач, який делегує агенту право купити (придбати) потрібний йому товар.

Розрізняють кілька типів агентів:

- агенти виробників;
- повноважні агенти зі збуту продукції;
- агенти по закупках товарів.

Агенти виробників (представники виробників) представляють інтереси кількох виробників товарів, які доповнюють один одного. Повноважні агенти зі збуту отримують право на збут усієї продукції є ніби відділом збуту, але не входять до організаційної структури виробника, взаємодіючи з ним на договірних умовах. Агенти по закупках найчастіше займаються підбором потрібного асортименту продукції (наприклад, певних партій товарів для роздрібною торгівлі).

Правовою основою здійснення подібних відносин є агентська угода (договір), укладена між принципалом та агентом. За цим договором агент зобов'язується від імені принципала продати (купити) товар на визначених у договорі умовах. Основними умовами угоди (договору) є ціна товару і розмір агентської винагороди. У випадку, якщо агент виконує функцію продавця, ціна товару в угоді (договорі) фіксується на її мінімально припустимому рівні. Але оскільки, як правило, розмір агентської винагороди встановлюється у відсотках від ціни реалізації, то агент буде намагатися продати ту або іншу партію товару за максимально можливою у конкретних умовах ціною. Таким чином досягається збіг економічних інтересів взаємодіючих (співпрацюючих) партнерів.

Якщо агенти співпрацюють з принципалами на довгостроковій (постійній) основі, то посередницькі функції одноразового для покупця чи продавця агента виконує брокер (посередник при укладанні угоди), основним завданням якого є звести покупців з продавцями та сприяти в досягненні між ними домовленості. Брокер нічим не ризикує, діючи за дорученням клієнтів та отримуючи від них спеціальну винагороду.

Агенти інколи можуть виступати як оптовики-комісіонери, які самостійно розпоряджаються товаром, приймаючи його на комісію. Комісіонер діє згідно з договором комісії, що укладається між ним і принципалом, який у даному випадку іменується комітентом, тобто особою, яка дає доручення іншій особі (комісіонеру) здійснити певну операцію від імені останнього. При здійсненні комісійних операцій передбачається винагорода, розмір якої встановлюється як певний відсоток від суми торгової операції чи різниці між призначеною комітентом ціною і фактичною продажною ціною.

До комісійних операцій належать також і консигнації — вид торгово-посередницьких послуг, коли посередник (у даному випадку консигнант) реалізує товар з власного складу на основі договору-доручення. Діяльність консигнанта, який є власником складських приміщень і водночас - купцем-оптовиком, зводиться до того, що він приймає товари на відповідальне зберігання з наступною їх реалізацією, але при цьому зобов'язується не продати, а лише запропонувати продукцію можливому покупцеві при першій нагоді. Переважно консигнація поширена у сфері оптових поставок певних партій товарів у роздрібну мережу.

#### **2.4. Торгово-комерційна діяльність**

Торгово-комерційна діяльність — це застосування оптової та роздрібної торгівлі різними товарами.

Першою і основною ланкою-посередником у торгово-комерційній сфері є оптово-роздрібні фірми, які безпосередньо реалізують продукцію виробничого і споживчого призначення, використовуючи загальновідомі форми продажу товарів. До особливої категорії зовнішньоторговельних

фірм, що здійснюють широкий спектр експортно-імпортних операцій, включаючи організацію різних виставок та активну рекламу, належать торгові дома. Звичайно, питання про надання певній фірмі статусу торгового дому вирішують вищі органи державного управління економікою. Сама назва «Торговий дім» не відображає конкретну організаційно-правову форму відповідної фірми, а вказує лише на профіль діяльності. За умови виходу на зовнішній ринок торгові дома засновують свої представництва в інших країнах.

У формуванні каналів збуту готових виробів певну роль відіграють дистриб'ютори - посередники, які спеціалізуються на придбанні товарів безпосередньо у виробників та їх реалізації (розподілі) своїм постійним клієнтам. Розрізняють два типи дистриб'юторів: дистриб'ютори товарів промислового призначення (їх партнерами є підприємці, які продукують готову для споживання продукцію) і дистриб'ютори, які продають товари роздрібній мережі.

До поширених форм посередницьких операцій належить дилерство. Дилерами вважаються юридичні або фізичні особи (посередницькі структури), які здійснюють перепродаж товарів від свого імені за власний рахунок. Дилерський прибуток формується у вигляді різниці між ціною придбання та ціною продажу товару самим дилером. В окремих випадках розрахунки дилера з відповідним принципалом а одержуваний від нього товар здійснюються за умови його обов'язкової реалізації. Відносно до умов особливого договору дилери можуть надавати замовникам інформацію щодо кон'юнктури ринку, послуги рекламного характеру, а також здійснювати післяпродажне обслуговування технічних виробів.

Комівояжери — це підприємці-посередники, які не тільки продають, а й доставляють товари покупцям, тобто здійснюють продаж з доставкою. Комівояжерські функції виконують роз'їзні представники торгових фірм, які пропонують покупцям товари за зразками. Як показує практика, комівояжери можуть забезпечувати досить ефективну рекламу і створювати міцні канали збуту продукції, а в окремих (необхідних) випадках навіть здійснювати післяпродажне її технічне обслуговування.

## 2.5. Аукціонна торгівля

До посередництва як виду підприємницької діяльності правомірно відносять аукціонну форму торгівлі (рис.2.4). У її практичному здійсненні беруть участь три суб'єкти господарських взаємовідносин:

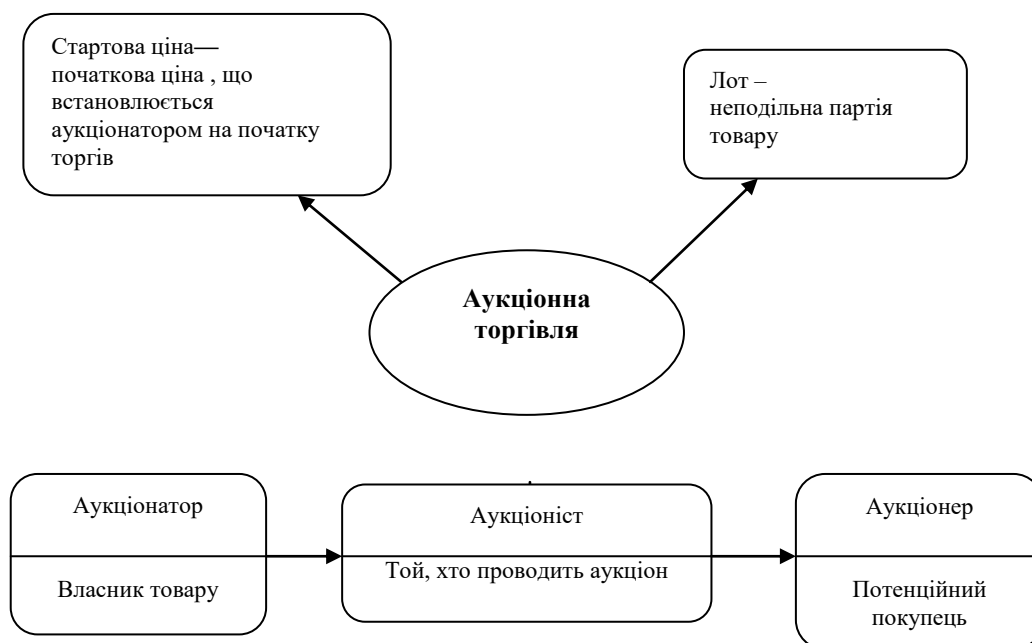


Рис. 2.4. Схема аукціонної торгівлі

Аукціон являє собою прилюдний торг, форму змагання покупців за право придбання товару, що виставляється на аукціонний продаж. Запропоновані на аукціон товари мають певну стартову ціну, а їх аукціонний продаж здійснюється лотами. Стартова ціна - це початкова ціна, що встановлюється аукціонатором і з рівня якої розпочинається торг під час проведення аукціону, а лот - неподільна партія товару, що виставляється на аукціон.

Найбільш широко використовується аукціонна форма торгівлі всередині країни (внутрішньодержавна). Але періодично проводяться й міжнародні аукціони, якими виставляються скакові коні, хутряна сировина, прянощі, чай, тютюн, предмети антикваріату тощо.

## 2.6. Біржове підприємництво

Особливим видом професійної підприємницької діяльності є біржове підприємництво, головним і єдиним суб'єктом якого виступають біржі. Вони

є особливою організаційною формою оптової торгівлі. Кожній біржі притаманна відповідна спеціалізація, що обмежується певним регіоном країни (регіональні універсальні біржі) або визначається обраним профілем діяльності. За останньою ознакою відокремлюють:

- товарні біржі (спеціалізуються на оптовій торгівлі масовими товарами, що мають чіткі та стійкі якісні параметри);
- фондові біржі (спеціалізовані центри з купівлі-продажу цінних паперів);
- валютні біржі (місця здійснення операцій з купівлі-продажу золота та валюти);
- біржі праці (організаційне утворення для обліку потреб і пропонування робочої сили, сприяння працевлаштуванню з організацією перенавчання).

Підприємництво у біржовій діяльності може бути пов'язане зі створенням біржі як комерційної структури або з організацією брокерської контори. Проведенням усіх операцій на біржі займаються біржові брокери, тобто посередники, які повинні сприяти встановленню необхідних контактів між зацікавленими сторонами (клієнтами) та укладанню відповідних угод. За виконані операції брокер отримує брокерську винагороду в розмірі, узгодженому з клієнтами, або за таксою, встановленою біржовим комітетом.

У процесі біржового підприємництва виконуються деякі специфічні операції. Найважливішими з них є ф'ючерсні контракти й опціони.

Ф'ючерсний контракт — це контракт на поставку обумовленої кількості певного товару (конкретної номенклатури й асортименту) за фіксованою ціною протягом зазначеного у договорі терміну.

Опціоном вважають операцію, за якої порівняно з ф'ючерсним контрактом ризик обмежений. Її зміст зводиться до договірного зобов'язання купити або продати товар (фінансові права) за наперед визначеною ціною у межах узгодженого періоду. В обмін на таке право покупець опціону виплачує продавцю певну суму премії. Ризик покупця обмежується розміром премії, а ризик продавця зменшується на величину такої премії. Опціони здійснюються відносно конкретних товарів, цінних паперів, ф'ючерсних контрактів. Окремо виділяють



опціони на купівлю або на продаж, що надають право, але зобов'язують купити чи продати ф'ючерсний контракт або товар за обумовленою ціною.

## **2.7. Особливості підприємства у фінансовій сфері, «інвестиційні компанії та фонди», банківська система**

### *Суб'єкти підприємництва фінансового спрямування*

Підприємництво у специфічній фінансовій сфері може здійснюватись банкірами або фінансистами шляхом створення та організації діяльності банків або інвестиційних компаній (фондів).

Банками є спеціалізовані установи, що акумулюють внески тимчасово вільних грошових коштів фізичних і юридичних осіб, надають ці грошові кошти у тимчасове користування у вигляді кредитів, стають посередниками у взаємних платежах і розрахунках між підприємствами, установами (організаціями) та окремими особами. Щоправда, таке визначення стосується державних і комерційних банків. Національний банк України здійснює регулювання грошового обігу, включаючи емісію нових грошей.

Інвестиційні компанії та інвестиційні фонди — це фінансові установи, що мають на меті отримання прибутку за рахунок постійного кругообігу власного та позичкового капіталу у формі інвестування (вкладень) існуючих і нових виробництв. Інвестиційні компанії і фонди поділяються на два види:

1. Установи, створені з метою концентрації коштів потенційних вкладників, їх подальших вкладень у діючі виробництва або центри надання комерційних послуг, отримання за рахунок цього прибутку і виплати вкладникам доходу на їх вклади в обумовленому заздалегідь розмірі.

Досягнення очікуваного ефекту такими інвестиційними компаніями забезпечується за рахунок розосередження залучуваних коштів, що значно зменшує ступінь ризику. Однак для цього треба мати об'єктивну інформацію щодо фінансового стану підприємств, у які передбачається вкладати капітал, і бути здатним прогнозувати динаміку зміни такого стану в найближчому майбутньому.

2. Установи, метою створення яких є концентрація капіталів реалізації якихось проектів на галузевому чи регіональному рівні. У цьому випадку можливі також два варіанти створюваних установ:

- інвестиційний фонд, який у міру реалізації проекту може трансформуватися в акціонерне товариство;

- регіональний інвестиційний фонд як комерційна фінансова установа, що спеціалізується лише на пошуку і залученні інвестицій (капіталів) для конкретних проектів на конкретній території країни.

До цього необхідно додати, що суб'єктами підприємництва фінансового спрямування можна вважати також інвестиційні банки, що спеціалізуються на фінансуванні довгострокових інвестицій, включаючи придбання контрольного пакета акцій.

## **2.8. Розвиток ефективного і соціально орієнтованого підприємництва (підприємницьке середовище)**

Практичне здійснення ефективного і соціально орієнтованого підприємництва можливе за умови існування підприємницького середовища.

Підприємницьке середовище інтегрує у собі суспільно-економічну ситуацію, що охоплює ступінь економічної волі, наявність підприємницького корпусу, домінування економічних зв'язків ринкового типу, діапазон можливостей щодо формування і використання капіталу (фінансових ресурсів).

Природним середовищем для успішного розвитку підприємництва є ринкова економіка з відповідними активними правовими і соціально-економічними регуляторами й інфраструктурою.

Зростання підприємницької активності зумовлюється створенням у країні специфічного бізнесового середовища як обов'язкової вимоги досягнення комерційного успіху в підприємницькій діяльності.

В Україні середовище функціонування підприємництва не повною мірою відповідає вимогам ринкової економіки. У зв'язку з цим необхідно звернути увагу на чотири групи проблем, що стримують формування підприємницького середовища:

1) політико-правові: політична нестабільність, недостатній діапазон і недосконалість чинного законодавства;

2) економічні: недосконалість економічного механізму, деформоване ціноутворення, відсутність реальних матеріальних стимулів;

3) організаційно-структурні: нерозвинутість інфраструктури, ізоляція від міжнародних економічних структур, інертність (недостатня гнучкість) організаційних структур, багатоступінчастість прийняття управлінських рішень;

4) соціально-психологічні: філософія утриманства, інерційність господарського мислення, відсутність досвіду управління ринковою економікою.

Усе це свідчить про нагальну потребу всебічно відпрацювати механізм становлення, подальшого розвитку й успішного функціонування підприємництва, враховуючи при цьому комплекс зовнішніх і внутрішніх чинників формування дійового підприємницького середовища.

Підприємницька діяльність за своєю природою є вразливою за умов нестабільності та різких коливань ринкової кон'юнктури. Саме тому підприємництво потребує формування специфічного середовища, яке сприятиме його динамічному розвитку.

## **2.9. Основні параметри підприємницького середовища**

Важливо усвідомлювати такі основні параметри підприємницького середовища:

- наявність стабільної національної кредитно-грошової системи;
- застосування пільгової системи оподаткування, що сприяла б швидкому припливу фінансових коштів у сферу бізнесу;
- створення активної системи інфраструктурної підтримки підприємницької діяльності (комерційних банків, товарно-сировинних бірж, страхових компаній, науково-консультативних і навчальних центрів загального підприємництва, менеджменту, маркетингу тощо):
- державна підтримка підприємництва у галузі фінансів і матеріально-технічного забезпечення (особливо при започаткуванні та становленні);
- запровадження ефективного захисту промислової та інтелектуальної

власності;

- спрощення процедури регулювання підприємницької діяльності державними органами управління народним господарством;
- правова захищеність підприємництва;
- формування у суспільстві привабливого іміджу підприємництва, толерантного ставлення до його тимчасових невдач.

## **2.10. Комплекс зовнішніх і внутрішніх чинників, які впливають на рівень розвитку та стан підприємницького середовища**

Істотний вплив на рівень розвитку і стан підприємницького середовища справляє ряд факторів - як зовнішніх (макро-), так і внутрішніх (мікро-).

До складу зовнішніх факторів включають:

- стадію економічного циклу, що відбиває стан економіки (спад, стабілізація, піднесення);
- рівень інфляції у країні;
- ставку відсотка за кредит;
- державне регулювання;
- систему оподаткування;
- рівень безробіття;
- міжнародну політику тощо.

Досвід показує, що навіть за наявності сприятливих зовнішніх умов господарювання чимало підприємців зазнає невдачі. Це спричиняється насамперед недоліками і прорахунками в діяльності самих підприємців.

До групи внутрішніх факторів належать:

- компетентність у підприємницькому менеджменті;
- досвід у вибраній сфері підприємницької діяльності;
- контроль ефективності фінансової діяльності;
- достатній розмір власного капіталу;
- використання стратегічного планування;
- належна організація обліку, аналізу й аудиту;
- сучасний техніко-організаційний і економічний рівень виробництва.

## 2.11. Передумови успішного розвитку підприємництва в Україні

Економічний аналіз процесів підприємництва в Україні свідчить про наявність стратегічних і тактичних прорахунків у діях законодавчої та вищої виконавчої влади щодо початкового періоду його формування як системи господарювання. Відсутній також комплексний механізм розвитку бізнесу взагалі.

Відтак зрозуміло, що важливою передумовою успішного розвитку підприємництва в Україні повинно стати створення системи державної підтримки формування бізнесового (підприємницького) середовища. Зарубіжний досвід та аналіз вітчизняної практики розвитку підприємницьких структур показує, що державна політика стосовно підприємництва має передбачати:

По-перше, створення загальних економічних, правових і соціальних передумов, що сприяли б розвитку ефективного бізнесу

До них можна віднести:

- вихід економіки з кризи і стабілізацію економічної ситуації;
- реальну трансформацію відносин власності;
- забезпечення правових гарантій свободи підприємницької діяльності;
- стабілізацію і зміцнення національної грошової одиниці, здійснення потрібних антиінфляційних заходів тощо.

По-друге, створення державної системи підтримки бізнесу, основними елементами якої повинні бути:

- формування дійової ринкової інфраструктури;
- розробка системи фінансової підтримки підприємницької діяльності, включаючи формування стартового капіталу;
- створення сприятливих умов для зовнішньоекономічної діяльності;
- запровадження прогресивної системи підготовки кадрів для підприємницької діяльності;
- прискорення процесу розвитку малого бізнесу.

Реалізація зазначених вище практичних заходів загальнодержавного рівня безперечно має сприяти створенню необхідних передумов реальної активізації підприємницької діяльності в Україні.

## Література

1. Кривов'язюк І. В. Підприємництво в умовах ринку : навчальний посібник для ВНЗ / І. В. Кривов'язюк. – К. : Кондор, 2009. – 840 с.
2. Основи бізнесу : [навчальний посібник] / Я. С. Ларіна, С. В. Мочерний, В. М. Фомішина, С. І. Чеботар – К. : Академвидав, 2009. – 384 с.
3. Підлісна О. А. Основи виробничого підприємництва : навч. посібник / О. А. Підлісна, В. В. Янковий, М. П. Дорошенко. — К. : ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2010. – 272 с.
4. Покропивний С. Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність : навчальний посібник / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. – Львів : Оскарт, 1996. – 352 с.

## Тести для самоконтролю

### 1. Підприємництво – це:

- а) економічні відносини, що виникають між людьми з приводу організації власної справи;
- б) максимізація вигоди в процесі укладання угод;
- в) самостійна, ініціативна на власний ризик діяльність щодо виробництва продукції, використання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку;
- г) зацікавленість людей у кінцевих результатах виробництва.

### 2. Формами аукціонної торгівлі є:

- а) внутрішньодержавна;
- б) міжгалузєва;
- в) міжнародна;
- г) внутрішньовиробнича.

### 3. Дилер – це:

- а) особа, яка здійснює перепродаж товарів від свого імені та за власний

рахунок;

б) особа, яка здійснює продаж товарів від імені виробника;

в) особа, яка здійснює перепродаж товарів від свого імені та за кошти виробника;

г) правильної відповіді немає.

**4. Специфічними операціями, які виконує біржове підприємство, є:**

а) ф'ючерсний контракт;

б) опціон;

в) форвардний контракт;

г) концесія.

**5. Стартова ціна – це:**

а) початкова ціна;

б) мінімальна ціна;

в) собівартість продукції;

г) правильної відповіді немає.

**6. Специфічний центр з купівлі-продажу цінних паперів:**

а) товарна біржа;

б) фондова біржа;

в) валютна біржа;

г) біржа праці.

**7. Контракт на поставку обумовленої кількості певного товару за фіксованою ціною протягом зазначеного у договорі терміну – це:**

а) опціон;

б) ф'ючерсний контракт;

в) форвардний контракт;

г) правильної відповіді немає.

**8. Суб'єктами торгово – комерційної діяльності є:**

а) брокери;

б) комісionери;

в) дилери;

г) консигнанти.

**9. Типи агентів:**

- а) брокери;
- б) комісiонери;
- в) комiвожери;
- г) правильної відповіді немає.

**10. Внутрішні чинники, які впливають на рівень розвитку та стан підприємницького середовища:**

- а) контроль ефективності фінансової діяльності;
- б) ставка відсотку за кредит;
- в) система оподаткування;
- г) використання стратегічного планування.

**Питання для поглибленого вивчення теми**

1. Чи існує зв'язок між виробничою і посередницькою діяльністю?  
Обґрунтуйте відповідь.
2. Охарактеризуйте посередницьку підприємницьку діяльність.
3. Розкрийте зміст агентування.
4. Дайте визначення поняттям: дистриб'ютори, комiвожери, дилери.
5. Яка існує різниця між оптово-роздрібними фірмами та торговими домами?



### ТЕМА 3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

3.1. Історичний розвиток малого і середнього підприємництва.

3.2. Розвиток малого підприємництва як механізм припинення економічного спаду і структурної перебудови в Україні.

3.3. Проблеми розвитку малого і середнього підприємництва в Україні.

3.4. Державна підтримка розвитку малого і середнього підприємництва в Україні

*Ключові слова: мале підприємництво, менеджер, корупція, «ноу-хау», ринкова інфраструктура*

#### **3.1. Історичний розвиток малого і середнього підприємництва**

Наукове дослідження підприємництва почалося паралельно зі становленням класичної школи економічної теорії, хоча воно не стало її невід'ємною складовою, питання про роль, значення і вплив підприємництва на економічний розвиток суспільства не залишили без уваги всі засновники класичної економічної теорії. Подальші економічні теорії школи у тій чи іншій мірі вивчали і продовжують вивчати феномен підприємництва, що відображає логічний взаємозв'язок міжконкретно-історичною формою підприємництва і відповідним рівнем розвитку продуктивних сил. Як науковий термін поняття «підприємець» з'явилося на початку XVIII ст. в роботах французького економіста шотландського походження Ричарда Кантільйона (1680-1734 рр.), який зробив систематичний аналіз підприємництва, а підприємцем вважав людину, що діє в умовах ризику у зв'язку з тим, що умови продажу не можливо визначити заздалегідь. До підприємців він зараховував людей з нефіксованими прибутками (ремісників, купців, селян та ін.), тобто тих, хто зайнятий економічною діяльністю за умов нестабільності та непередбаченості цін. Головна заслуга цього економіста полягає у тому, що він поставив підприємця в центр економічної системи суспільства, зробив його об'єктом наукового вивчення й започаткував

подальші теоретичні дослідження у цій галузі.

Його «Нарис про природу торгівлі взагалі» надрукований в 1755р., став унікальним явищем в економічній літературі першої половини XVIII ст.

Р. Кантільйон розумів підприємництво як особливу економічну функцію і підкреслював елемент ризику, який завжди властивий підприємству. Визначав підприємця як людину, яка за певну ціну купує засоби виробництва, щоб виробити продукцію і продати її з метою одержання доходів, і яка, беручи на себе зобов'язання щодо витрат не знає, за якими цінами може здійснитися реалізація. Він уперше висунув положення про ризику як основної функціональної характеристики підприємця. Економіст-теоретик вважав, що підприємець – це будь-який індивід, який володіє передбаченням, готовий до ризику, спрямовує свою діяльність у майбутнє, дії якого характеризуються сподіваннями одержати дохід і готовність до втрат.

Особливу роль у розробці теорії підприємництва відіграв відомий німецький соціолог М. Вебер. У своїх працях вчений відтворив ідеальний тип підприємця з яскраво вираженими етичними якостями. Підприємцю нового стилю властиві стриманість, обачність і рішучість, уміння та наполегливість, відданість справі. Одночасно йому протипоказані розкіш і марнотратство. Найвищий критерій веберівського підприємця - почуття добре виконаного обов'язку.

Серед представників німецької класичної школи слід звернути увагу на дослідження Й. фон Тюнена, що викладені у роботі «Ізольована держава в сільськогосподарських та національно-економічних аспектах» (1825/1850/1863), в якій уперше було введено в обіг поняття «інновація». Інновації, за Й. фон Тюненом, є необхідною умовою господарювання підприємців-аграріїв, що віддалені від основних ринків збуту продукції, для забезпечення конкурентоспроможних цін на продукцію. Під інновацією він розуміє постійне прагнення підприємців комбінувати вихідні фактори виробництва, а діяльність підприємців як таку, що претендує на остаточний ризикований й непередбачуваний дохід з прийняттям на себе невизначених

ризиків. Так вперше в науці з'являється змістовне поєднання ризику й інновації як основної характеристики підприємництва, яке приносить підприємцям специфічний підприємницький прибуток.

Підприємець, за міркуванням Й. фон Тюнена, повинен володіти низкою якісних ознак: вміти ризикувати, приймати нестандартні рішення та відповідати за свої дії, тому до загального доходу підприємця входить крім винагороди за ризик і винагорода за підприємницьке мистецтво, в основі якого – діяльність підприємця як новатора. І як новатор-винахідник, підприємець отримує винагороду за цю функцію із вартості економічного ефекту від впроваджуваного ним вдосконалення або винаходу. Об'єднавши в особі підприємця виконання функцій ризику і реалізації нововведень, Й. фон Тюнен подолав однобічність поглядів засновника теорії підприємництва Р. Кантільйона та його послідовників, які вбачали в даному суб'єктові лише виконання функцій ризику при здійсненні господарської діяльності.

На межі ІХ—ХХ ст. відбулося якісне переміщення акценту в науковому трактуванні підприємництва з персональних, особливих та інтелектуальних якостей підприємців, на аналіз підприємництва саме як найважливішої інституційної економічної складової.

Загальноприйнято, що такий підхід у вивченні інституційних основ підприємництва заклав англійський економіст А. Маршалл. Він і його послідовники велику увагу приділяли організаторській функції підприємця і вважали, що не кожен бажаючий може бути підприємцем, виділяючи особливі підприємницькі здібності. А. Маршалл вперше розкриває поняття факторів виробництва і функції підприємництва у діалектичній єдності. Вперше крім трьох класичних факторів виробництва: праці, землі і капіталу – він виокремив четвертий – організацію. Вчений ототожнював підприємництво з менеджментом. У своїй фундаментальній праці «Принципи економіки» (1890 р.) А. Маршалл особливо звернув увагу на інноваційному компонентові та активній ролі самого підприємця в застосуванні нових машин і технологічних процесів.

Унікальне значення для економічної думки ХХ ст. має Йозеф Шумпетер,

якого вважають ідеологом сучасного підприємництва. Він вперше в економічній науці виклав теорію підприємництва як структуроване системоутворювальне явище. Підприємницьку функцію він ототожнював із функцією економічного лідерства і новаторства. Й. Шумпетер постійно підкреслював, що інновація є дітищем підприємництва, а підприємець – творець інновацій.

Концепція підприємництва Й. Шумпетера ґрунтується на трьох головних засадах:

- по-перше, функція підприємництва полягає, головним чином, у революціонізації та реформуванні виробництва шляхом використання різноманітних можливостей для випуску нових або старих товарів новими методами, відкриття нових джерел сировини, ринків, реорганізації виробництва;

- по-друге, підприємництво є унікальною загальноекономічною функцією будь-якої економічної системи та поєднується з виконанням інших видів діяльності (управління, науковими розробками, маркетингом та ін.) і тому «розсіюється» серед багатьох спеціалістів. Статус власника не виступає у Й. Шумпетера визначальною властивістю підприємця;

- по-третє, підприємництво є функцією господарсько-політичного середовища, яке визначає його можливості, типи мотивації.

У своїй праці «Капіталізм, соціалізм і демократія», яка вийшла через 30 років після опублікування «Теорії економічного розвитку», Й. Шумпетер знову підтвердив, що суть підприємництва полягає в тому, щоб впроваджувати нововведення, втілювати в життя інновації.

Теоретичні розробки названих і багатьох інших відомих західних економістів є основою сучасних концепцій підприємництва. Організації підприємницької діяльності ототожнюється з виробництвом нових товарів та послуг, підвищенням їх якості, запровадженням інновацій, нових технологій, вдосконаленням управлінського "ноу-хау".

Незважаючи на певні розбіжності у трактуванні змісту підприємництва, всі дослідники підкреслюють його винятково велике значення для

економічного зростання.

### **3.2. Розвиток малого підприємництва як механізм припинення економічного спаду і структурної перебудови в Україні**

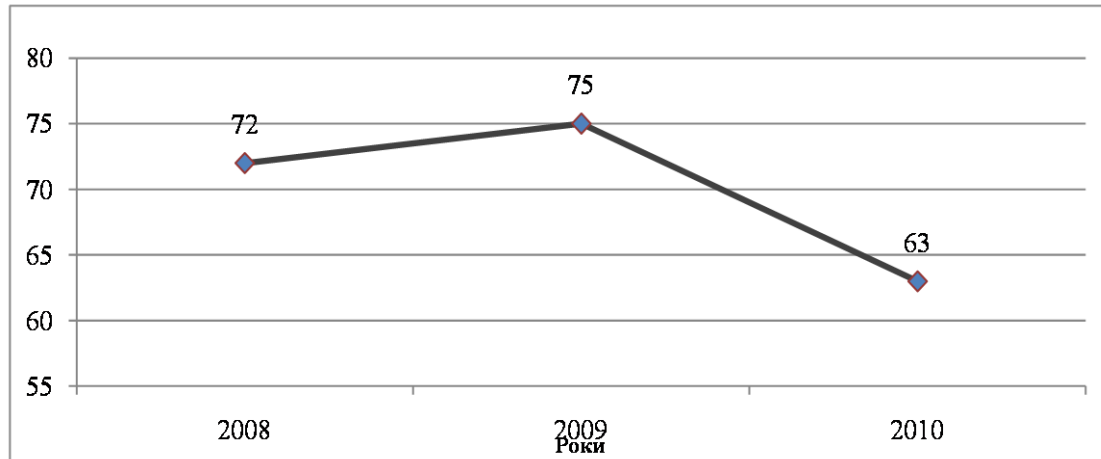
Невід'ємною частиною здійснення радикальних перетворень в Україні є становлення малого бізнесу. В умовах ринкової економіки мале підприємництво має особливе значення: воно стимулює економічну конкуренцію, структурну перебудову економіки, формування нового соціального прошарку підприємців власників. Малий бізнес сприяє економічній та політичній стабільності суспільства. Підприємець може і хоче жити нормальним життям. Він одночасно прагне і до змін, і до стабільності. Це прагнення викликане потребою накопичення і зберігання капіталу. Для розвитку малого бізнесу не потрібно великих коштів із централізованих джерел. Він є сектором виживання, що втягує у господарські та реформаторські процеси мільйони людей. У світовій господарській системі, за даними ООН, малі й середні підприємства забезпечують робочими місцями майже 50 % працюючого населення усього світу, а обсяг виробництва у цьому секторі у різних країнах складає від 33 до 66 % валового внутрішнього продукту.

Розвиток малого підприємництва сприяє зміцненню політичної стабільності в суспільстві, тому що завдяки залученню великої кількості трудових ресурсів швидко формується так званий середній клас, який на даному етапі розвитку практично відсутній в Україні.

Мале підприємництво має високу гнучкість, забезпечуючи швидкість перетікання капіталів з однієї галузі економіки в іншу. Щорічно тисячі дрібних підприємців, зіткнувшись із труднощами розвитку, гинуть, стаючи банкрутами, але на їхньому місці щорічно виникає стільки ж нових.

За даними офіційної статистики, на 10 тис. наявного населення у 2010 році припадало 78 малих підприємств (порівняно з 2009 р. їх кількість збільшилася на 3 підприємства, динаміка є позитивною), тоді як у країнах ЄС забезпеченість становить не менше 300.

За структурою малі підприємства-юридичні особи в Україні становлять лише близько 16%, решта - суб'єкти підприємницької діяльності-фізичні особи. Динаміка кількості малих підприємств у розрахунку на 10 тис. наявного населення країни наочно показана на рис. 3.1[7].



**Рис. 3.1. Динаміка кількості малих підприємств (на 10 тис. наявного населення) за 2008 – 2010 рр.**

Аналіз динаміки кількості малих підприємств свідчить, що до 2009 року кількість малих підприємств на 10 тис. наявного населення України зростала, навіть у 2009 році середня кількість малих підприємств по Україні збільшилася. Проте 2010 рік був несприятливим для малого бізнесу, багато малих підприємств згорнуло свою діяльність.

У малому бізнесі України на сьогодні зайнято більше 2 млн чол., що становить майже 17 % загальної зайнятості, тоді як у країнах ЄС цей показник становить до 65 %.

У 2009 році спостерігалася загальна тенденція погіршення фінансового стану малих підприємств – частка малих підприємств, які одержали збитки, сягнула майже 40 % загальної їх кількості. Хоча у загальному обсязі отриманих підприємствами України збитків у 2009 році частка малих підприємств мала тенденцію до зменшення (з 37,6 % у 2008 році – до 29 % у 2009 році) (табл. 3.1) [7]. Основною причиною такої ситуації є відсутність сприятливого середовища для ефективного функціонування малих підприємств, що зумовлено наявністю економічних та організаційних проблем, викликаних фінансово-економічною нестабільністю в державі.

**Основні індикатори діяльності малих підприємств в Україні за період  
2008-2010 рр.**

Роки	Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	Кількість найманих працівників, тис. осіб	Частка найманих працівників на МП до їх загальної кількості, %	Частка обсягу реалізованої продукції МП, %	Частка прибутку МП, %	Частка збитків МП, %	Частка підприємств, що одержали збитки до загальної кількості МП, %
2008	2237,4	2156,8	24,3	16,3	16,5	37,6	37,3
2009	2152,0	2067,8	25,3	16,7	22,9	29,0	39,9
2010	2073,6	1992,5	26,9	15,8	21,1	29,4	36,2

Аналізуючи табл. 3.1., можна зробити висновок, що частка реалізованої продукції малими підприємствами у загальному обсязі у 2008 році суттєво зменшилася, проте у 2009 році даний показник продемонстрував тенденцію до зростання, хоча й незначну (на 0,4 %). У 2010 році основні показники діяльності малих підприємств дещо погіршилися, що свідчить про негативні тенденції у розвитку малого бізнесу на фоні посткризових явищ в економіці. Частка прибутку, який отримали малі підприємства у 2009 році, у загальному обсязі прибутку зросла на 6,4 %, що пов'язано із величезними збитками великих компаній. Проте у 2010 році дана тенденція змінилася, і частка прибутку, отримана малими підприємствами, знову знизилася.

Слід проаналізувати ситуацію щодо функціонування підприємств в Україні у 2010 році за їх розмірами, що наведені у табл. 3.2. Як бачимо, малі підприємства переважають за своєю чисельністю на 10 тис. наявного населення і займають майже 93% загальної кількості підприємств в Україні, проте за іншими показниками такими як: середньомісячна заробітна плата найманих працівників, обсяги реалізації продукції, частка у загальному обсязі реалізованої продукції, малі підприємства, на жаль, посідають невтішні позиції. Парадокс, але займаючи 92,9% від усієї кількості підприємств, обсяг реалізованої продукції МП у відсотковому відношенні

серед усіх підприємств становить лише 14,2 % [7].

Таблиця 3.2

**Основні показники діяльності підприємств - суб'єктів господарювання за розмірами у 2010 році**

	Великі підприємства	Середні підприємства	Малі підприємства
Кількість підприємств на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	1	4	63
Частка кількості підприємств відповідного розміру у загальній кількості, %	0,6	6,5	92,9
Кількість зайнятих працівників (штатні, позаштатні та неоплачувані), тис. осіб	3305,3	2507,3	2073,6
% до загальної кількості зайнятих працівників	41,9	31,8	26,3
Кількість найманих працівників (штатні та позаштатні працівники), тис. осіб	3305,2	2506,3	1992,5
у % до загальної кількості працівників	42,4	32,1	25,5
Середньомісячна заробітна плата найманих працівників, грн.	2909,35	1866,25	1249,88
Фонд оплати праці, млн грн.	115392,6	56128,2	29885,1
Обсяг реалізованої продукції, (робіт, послуг), млн грн.	1640279,5	1241555,3	478256,7
у % до загального обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг)	48,8	37,0	14,2

Слід зауважити, що оскільки на діяльність малого підприємництва впливає загальний стан економічного середовища на регіональному та місцевому ринку, то тут має місце значна диференціація його розвитку в регіональному розрізі. Різко виділяються регіони з низьким рівнем розвитку малого підприємництва: Вінницька, Волинська, Київська, Луганська, Рівненська, Тернопільська, Хмельницька, Черкаська та Чернігівська області. До регіонів з високим рівнем розвитку малого підприємництва (більше середнього у країні) належать: АР Крим, міста Київ та Севастополь, Донецька, Запорізька, Одеська, Миколаївська, Харківська та Херсонська



області.

### **3.3. Проблеми розвитку малого і середнього підприємництва в Україні**

У цілому результати аналізу розвитку малих і середніх підприємств свідчать про уповільнення темпів розвитку та зниження ефективності діяльності цього сектору економіки, а також підтверджують наявність несприятливого середовища та численних проблем. Існуючі проблеми доцільно поділити на дві групи залежно від сфери їх виникнення. До проблем, які виникають у *зовнішньому середовищі*, належать: недосконале законодавство, неефективна політика підтримки розвитку малого бізнесу на всіх рівнях управління, нерозвинена ринкова інфраструктура, укладений доступ до зовнішніх фінансових ресурсів, відсутність трудових ресурсів або недостатній рівень їх кваліфікації, політична і економічна нестабільність, постійна зростаюча інфляція тощо.

На сьогодні законодавча база, що регулює функціонування малих підприємств в ринкових умовах практично сформована, однак їй притаманна суперечливість і неоднозначність. Об'єктивно підприємства малого бізнесу за своєю природою не можуть бути рівноправними конкурентами великих компаній. Саме тому одним із найважливіших напрямів ринкових трансформацій в Україні є впровадження такої політики державної підтримки малого і середнього бізнесу, яка б, не викривляючи дії ринкових механізмів, забезпечувала створення сприятливого середовища для його динамічного розвитку та успішного функціонування..

Успішний розвиток малого підприємництва значною мірою залежить від забезпеченості підприємців фінансовими ресурсами. Проблема фінансування суб'єктів малого бізнесу полягає в обмеженому доступі до таких традиційних для ринкової економіки джерел фінансових ресурсів, як кошти банківської системи та ринку цінних паперів. Банківські кредити використовуються обмежено через великі процентні ставки та відсутність гарантій для банків.

Важливим напрямом підтримки малого підприємництва є ефективна діюча інформаційно-аналітична інфраструктура, до якої входять інформаційні,

консультативні, юридичні, аудиторські фірми, бізнес-центри. Інформаційно-аналітична інфраструктура має задовольнити дефіцит у сфері інформації, надати консультації з різних аспектів підприємницької діяльності, підвищити професійний рівень працівників малих підприємств. За даними *New York Times*, 45 % компаній у розвинених країнах користуються послугами консультантів, регулярно і 75 % звертаються до них епізодично, у разі потреби.

Політична нестабільність – головний ризик для економічного зростання. Політична дестабілізація призводить до браку стратегічного бачення державної політики, у тому числі щодо підтримки розвитку малого підприємництва. Результатом такої нестабільності є падіння темпів розвитку малих підприємств, погіршення інвестиційного клімату, зниження платоспроможності населення тощо.

*До проблем, які виникають у внутрішньому середовищі, слід віднести недостатню компетентність керівників малих підприємств, відсутність планів розвитку, незадовільну організацію та мотивацію праці, недостатній рівень трудової дисципліни, низьку активність в інноваційній діяльності, незадовільну якість засобів і предметів праці.*

Успіх підприємницької діяльності багато в чому залежить від ділових та особистих якостей керівників. Сучасний керівник вимушений працювати в умовах складного зовнішнього середовища, яке швидко змінюється, зростаючої складності завдань та обмеженого часу на прийняття рішень. Це зумовлює потребу в керівниках нового типу, які мають професіональні, соціально-психологічні, когнітивні та інші здатності.

Проблеми, пов'язані з відсутністю планів, незадовільним рівнем організації на малих підприємствах слід вирішувати через сприяння розвитку інформаційно-аналітичної інфраструктури та проведення тренінгів на актуальну тематику для малого бізнесу, підвищення кваліфікації її працівників [8].

### **3.4. Державна підтримка розвитку малого і середнього підприємництва в Україні**

Державне регулювання та підтримка розвитку малого підприємництва в Україні здійснюється відповідними загальнодержавними, регіональними та місцевими органами влади з метою узгодження інтересів держави і сектору малого підприємництва [8].

В Україні державна політика щодо малого підприємництва визначається головним чином двома основними законами: Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» № 4618- VI від 22 березня 2012 року; Законом України «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» № 2157-III від 21.12.2000 року (із змінами від 17.05.2012 року).

Згідно із статтею 3 Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» метою державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні є:

- 1) створення сприятливих умов для розвитку малого і середнього підприємництва;
- 2) забезпечення розвитку суб'єктів малого і середнього підприємництва з метою формування конкурентного середовища та підвищення рівня їх конкурентоспроможності;
- 3) стимулювання інвестиційної та інноваційної активності суб'єктів малого і середнього підприємництва;
- 4) сприяння провадженню суб'єктами малого і середнього підприємництва діяльності щодо просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній і зовнішній ринки;
- 5) забезпечення зайнятості населення шляхом підтримки підприємницької ініціативи громадян.

Принципами державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні є:

- 1) ефективність підтримки малого і середнього підприємництва;

2) доступність отримання державної підтримки суб'єктами малого і середнього підприємництва;

3) забезпечення участі представників суб'єктів малого і середнього підприємництва, громадських організацій, що представляють інтереси суб'єктів малого і середнього підприємництва, у формуванні та реалізації державної політики в зазначеній сфері;

4) створення рівних можливостей для доступу суб'єктів малого і середнього підприємництва, що відповідають вимогам, передбаченим загальнодержавними, регіональними та місцевими програмами розвитку малого і середнього підприємництва, до участі у виконанні таких програм та для отримання державної підтримки;

5) ефективність використання бюджетних коштів, передбачених для виконання зазначених програм;

6) відкритість і прозорість проведення процедур надання державної підтримки;

7) доступність об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва для всіх суб'єктів малого і середнього підприємництва.

Основними напрямками державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні є:

1) удосконалення та спрощення порядку ведення обліку в цілях оподаткування;

2) запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів малого підприємництва, що відповідають критеріям, встановленим у податковому законодавстві;

3) залучення суб'єктів малого підприємництва до виконання науково-технічних і соціально-економічних програм, здійснення постачання продукції (робіт, послуг) для державних та регіональних потреб;

4) забезпечення фінансової державної підтримки малих і середніх підприємств шляхом запровадження державних програм кредитування, надання гарантій для отримання кредитів, часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами тощо;

5) сприяння розвитку інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва;

6) гарантування прав суб'єктів малого і середнього підприємництва під час здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності;

7) сприяння спрощенню дозвільних процедур та процедур здійснення державного нагляду (контролю), отримання документів дозвільного характеру для суб'єктів малого і середнього підприємництва та скороченню строку проведення таких процедур;

8) організація підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів малого і середнього підприємництва;

9) впровадження механізмів сприяння та стимулювання до використання у виробництві суб'єктами малого і середнього підприємництва новітніх технологій, а також технологій, які забезпечують підвищення якості товарів (робіт, послуг).

Підтримка малого підприємництва здійснюється відповідно до Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні, програми підтримки малого підприємництва в АР Крим, регіональних та місцевих програм підтримки малого підприємництва, які затверджуються відповідно до законодавства.

Програми підтримки малого підприємництва містять наступні складові [4]:

- фінансово-кредитну та інвестиційну підтримку суб'єкті малого підприємництва;

- забезпечення участі суб'єктів малого підприємництва у виконанні поставок для державних, регіональних та місцевих потреб;

- вдосконалення нормативно-правової бази у сфері підприємницької діяльності;

- сприяння створенню інфраструктури розвитку малого підприємництва;

- пропозиції щодо встановлення системи пільг для суб'єктів малого підприємництва, у тому числі пом'якшення податкової політики;
- допомогу в матеріально-технічному та інформаційному забезпеченні.

Проведення регулятивної реформи (дерегулювання) дасть змогу створити якісно нову - ефективну, послідовну, прозору та зрозумілу - систему державного регулювання, що захищатиме інтереси і підприємців, і споживачів. Необхідно зняти перепони на шляху розвитку підприємництва, значно скоротивши витрати, пов'язані з функціонуванням в офіційному секторі економіки. Сьогодні вкрай необхідно передбачити в бюджетах усіх рівнів спеціальні видатки на державну підтримку малого підприємництва із загальним обсягом витрат не менше як 0,5 - 1 % від витратної частини бюджету. Дуже важливо також створити державну кредитно-гарантійну установу з метою стимулювання комерційних банків до кредитування малого бізнесу з мінімальним фінансовим ризиком. Для формування привабливого інвестиційного клімату треба прискорити запровадження європейського страхового законодавства, створити механізми страхування інвестиційних ризиків, Що дасть змогу збільшити кількісні і якісні показники діяльності страхового ринку України.

Реалізація державної політики підтримки розвитку малого і середнього підприємництва в Україні повинна розглядатись як комплекс взаємопов'язаних заходів правової, адміністративної, регуляторної, макроекономічної та інституційної політики. Це призведе до економічного росту, розширення сфери зайнятості на підприємствах малого та середнього бізнесу, відновлення діяльності структур, що цілком або ж частково її припинили, наповнення бюджетів усіх рівнів і зменшення соціальної напруги, спричиненої зростанням безробіття.

### **Література**

1. Варналій З. С. Мале підприємництво : основи теорії і практики : підруч. / З. С. Варналій. – 4-те вид., стер. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2008. – 302 с.
2. Корінев В. Л. Стан, розвиток та державне регулювання діяльності малих підприємств в Україні : Монографія / В. Л. Корінев, М. І. Пивоваров, М. А. Погрібняк, С. І. Брильов. – Запоріжжя : КПУ, 2009. – 244 с.

3. Національна доповідь «Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні» – К. : 2010. – [Електронний ресурс].– Режим доступу : // <http://federation.org.ua>.

4. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: закон України - № 4618-VI від 22 березня 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>.

5. Про затвердження плану заходів з виконання у 2011 році Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні : Розпорядження № 273-р від 06.04.2011 року [Електронний ресурс].– Режим доступу : // <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/273-2011-%D1%80>

6. Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні: Закон України № 2157-III від 21.12.2000 року [Електронний ресурс].– Режим доступу: // <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2157-14>.

7. Статистичні дані Державного комітету служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://www.ukrstat.gov.ua>.

8. Цегелик Г. Г. Державна підтримка розвитку малого підприємництва в Україні / Г. Г. Цегелик, М. Я. Квик // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. Т.2. – № 1. – С.84–89.

## **Тести для самоконтролю**

### **1. Підприємець – це :**

а) найманий працівник, який організовує реалізацію завдань, які перед ним поставлені.

б) самостійний агент ринку, котрийдіє на свій страх і ризик, під особисту відповідальність за результати бізнесової діяльності.

в) агент, який представляє інтереси кількох виробників товарів та котрий діє на свій страх і ризик

### **2. Ким був введений термін “підприємство”**

а) Р. Кантільйоном

- б) Н. Сободем;
- в) М. Бернсом;
- г) Р. Макконелом.

**3. Самостійна, на власний ризик діяльність щодо виробництва продукції, використання робіт, надання послуг та заняття торгівлею з метою одержання прибутку – це :**

- а) маркетинг;
- б) бізнес;
- в) підприємництво;
- г) менеджмент.

**4. Підприємницьку функцію Й. Шумпетер ототожнював з функцією:**

- а) економічного лідерства та новаторства;
- б) запровадження інновацій, нових технологій;
- в) удосконаленням управлінського «ноу-хау»
- г) усі відповіді вірні

**5. До фіскальних проблем належать:**

- а) адміністративні перешкоди;
- б) високі податкові ставки;
- в) корупція;
- г) уникнення сплати податків

**6. Виберіть критерії, відповідно до яких підприємства зараховують до категорії «мале підприємство»:**

- а) розмір статутного капіталу, кількість працюючих;
- б) обсяг реалізованої продукції, організаційно-правова форма господарювання;
- в) розмір виручки від реалізації продукції, розмір статутного капіталу;
- г) середньооблікова кількість працюючих, розмір виручки від реалізації продукції.

**7. Назвіть основні показники малого підприємства, які впливають на оптимальний обсяг готівки:**

- а) виручка від реалізації продукції; кількість працюючих, оборотний капітал;



- б) собівартість реалізованої продукції, амортизаційні відрахування, кількість оборотів оборотних коштів;
- в) прибуток від реалізації продукції, виробничі запаси, дебіторська заборгованість;
- г) кредиторська заборгованість, готова продукція, статутний капітал.

**8. Найвищий критерій веберівського підприємця:**

- а) готовність до економічного ризику;
- б) почуття добре виконаного обов'язку;
- в) діяльність в умовах нестабільності та непередбачуваності.

**9. Організацію підприємницької діяльності ототожнюють з:**

- а) виробництвом нових товарів і послуг;
- б) запровадження інновації, нових технологій;
- в) удосконалення управлінського «ноу-хау»;
- г) усі відповіді правильні.

**10. До проблем розвитку малого і середнього підприємництва, які виникають у зовнішньому середовищі, належать:**

- а) низька активність в інноваційній діяльності;
- б) незадовільна якість засобів і предметів праці;
- в) недосконале законодавство;
- г) нерозвинена ринкова інфраструктура.

**Питання для поглибленого вивчення теми**

1. Які особливості створення нових підприємств у сучасний період?
2. Які документи необхідні громадянину для реєстрації його як приватного підприємця? Де і в який термін підприємець повинен стати на облік?
3. Розкрити сутність державної підтримки малого бізнесу в Україні.
4. Міжнародне співробітництво у сфері малого, середнього бізнесу та тенденції розвитку міжнародних економічних відносин.

## ТЕМА 4. МІЖНАРОДНА ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

- 4.1. Тенденції розвитку міжнародних економічних відносин.
- 4.2. Міжнародний бізнес.
- 4.3. Форми міжнародної підприємницької діяльності.
- 4.4. Спільні підприємства у міжнародному бізнесі.
- 4.5. Механізм функціонування МСП.
- 4.6. Тенденції і проблеми розвитку МСП в Україні.
- 4.7. Регулювання міжнародної підприємницької діяльності.

*Ключові слова: міжнародний бізнес, міжнародні економічні відносини, бартер, кліринг, офсет, міжнародні спільні підприємства*

### **4.1. Тенденції розвитку міжнародних економічних відносин**

Однією з характерних особливостей світового господарського розвитку є все більша взаємозалежність різних країн. Без залучення будь-якої країни до тісних світогосподарських зв'язків неможливий її соціально-економічний розвиток. Формування ринкової системи господарювання країн безпосередньо пов'язане із світовою економікою, а саме із процесами інтернаціоналізації господарської діяльності, яка здійснюється на рівні органів управління та окремих фірм з різними формами власності.

У першому випадку зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) спрямована на встановлення міждержавного співробітництва, а в другому - це діяльність пов'язана з укладанням та виконанням певних угод, контрактів і договорів. Згідно із Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» усім підприємствам і організаціям надано право самостійно здійснювати ЗЕД на основі самофінансування та валютної самокупності.

Усі види зовнішньоекономічних зв'язків ґрунтуються на сплатній і безоплатній основі. Наданий час в Україні зовнішньоекономічні зв'язки здійснюються переважно на сплатній основі. До безоплатних видів зовнішньоекономічної діяльності належать комплекси робіт щодо:

- міжнародної охорони навколишнього середовища;
- міжнародної уніфікації стандартів;
- освоєння багатств світового океану.

Забезпечення планового гармонійного входження українських комерційних структур у систему міжнародного поділу праці повинні сприяти не лише зростанню ефективності економічних відносин, а й зростанню інтенсифікації ринкової системи господарювання у країні.

#### **4.2. Міжнародний бізнес**

Міжнародний бізнес (підприємницька діяльність) - це діяльність, яка передбачає науково-технічну, виробничу, торговельну, сервісну та іншу співпрацю господарських суб'єктів двох або більше країн.

Сучасний міжнародний бізнес охоплює всі сфери діяльності людей, що пов'язані з переміщенням головних чинників виробництва (трудові ресурси, засоби і предмети праці, товари та послуги) через національні кордони.

На сучасному етапі розвитку світової економіки все більших мас штабів набуває міжнародна підприємницька діяльність (бізнес), тобто сфера практичної реалізації форм міжнародних економічних відносин.

У прагматичному значенні міжнародну підприємницьку діяльність (бізнес) можна трактувати як діяльність, що передбачає науково-технічну, виробничу, торговельну, сервісну та іншу співпрацю господарських суб'єктів двох або більше країн. Сучасний міжнародний бізнес фактично охоплює всі сфери діяльності людей, що зв'язані з переміщенням і взаємопроникненням головних чинників виробництва (трудових ресурсів, засобів та предметів праці), товарів і послуг через національні кордони.

Загальними мотивами, що спонукають окремі суб'єкти господарювання брати участь у міжнародному бізнесі, є можливість розширення продажу товарів, придбання (використання) нових джерел ресурсів, диверсифікація виробництва. Постійна присутність на міжнародному ринку дає змогу підприємствам (фірмам) значно збільшувати свій зиск, отримувати великі прибутки. Розвиток міжнародної підприємницької діяльності може бути зорієнтований на реалізацію довгострокових власних інтересів, якщо цілі забезпечення і збереження певної

прибутковості не є пріоритетними.

Виробничі можливості того чи іншого підприємства можуть бути обмежені зменшенням обсягу внутрішнього (національного) ринку через недостатню кількість споживачів або їхню низьку купівельну спроможність. За сприятливої кон'юнктури на світовому ринку національна фірма має можливість нарощувати обсяги продукування і продажу товарів через вихід на міжнародний (світовий) ринок. Як свідчить досвід господарювання, сьогодні понад 40 % обсяг продажу власних товарів великі корпорації здійснюють поза межами національних ринків.

Збільшити ринки збуту (і відповідно свої прибутки) та або інша фірма може за рахунок купівлі за кордоном (у зарубіжних корпораціях) певних видів первинної сировини, напівфабрикатів тощо. У деяких випадках вирішальне значення мають унікальні властивості закордонних товарів або послуг, що використовуються вітчизняними підприємствами.

Різким коливанням у виробничій і комерційно-торговельній діяльності можна зарадити диверсифікацією підприємства, за якої підтримуються оптимальні обсяги продажу продукції (на випадок економічного спаду у своїй країні або фірмі) за рахунок виходу на ринки інших країн, економіка яких перебуває на стадії пожвавлення і піднесення. Крім того, підприємство стає менш залежним від кон'юнктури внутрішнього ринку, якщо певну частину ресурсних компонентів і напівфабрикатів воно одержує через імпорт з-за кордону.

Суб'єктами міжнародного бізнесу є його учасники, які спроможні активно та незалежно працювати з метою реалізації своїх економічних інтересів. До основних суб'єктів такої господарської діяльності належать фізичні та юридичні особи, інституціональні і добровільні об'єднання останніх, держави та міжнародні організації. Відповідно до Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність" суб'єктами такого роду діяльності можуть бути:

- фізичні особи - громадяни України, іноземні та особи без громадянства, які мають громадянську дієздатність і правоздатність;
- юридичні особи, які зареєстровані в Україні та мають на її території постійне місцезнаходження;

- об'єднання фізичних, юридичних, фізичних і юридичних осіб, які не є юридичними особами згідно із законами України, але мають постійне місцезнаходження на території України;

- структурні одиниці суб'єктів господарської діяльності іноземних держав (дочірні фірми, філії, відділення, представництва);

- стильні підприємства, що мають постійне місцезнаходження в Україні.

До цього потрібно додати, що суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності України при господарюванні мають дотримуватись принципів:

- суверенітету народу України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;

- свободи зовнішньоекономічного підприємництва;

- юридичної рівноправності та недопущення дискримінації;

- верховенства закону;

- захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;

- еквівалентності обміну, недопустимості демпінгу у процесі ввозу і вивозу товару.

Виходячи з механізму мотивації та особливостей здійснення міжнародної підприємницької діяльності (бізнесу), можна відокремлювати певні (його) типи і види.

Насамперед, можна назвати два основні типи бізнесу - приватний і державний міжнародний бізнес, їх відокремлення здійснюється через розмежування суб'єктів господарювання за ознакою форм власності. Нині у країнах з перехідною економікою домінує тенденція до поступового збільшення частки приватного міжнародного бізнесу.

За галузево-технологічною і функціональною ознаками розрізняють певні види міжнародного бізнесу: промисловий, аграрний, промислово-аграрний, будівельний, торговельний, транспортно-комунікаційний, фінансовий. Найбільш швидкими темпами розвивається промисловий, торговельний і фінансовий міжнародний бізнес.

#### **4.3. Форми міжнародної підприємницької діяльності**

У теорії і практиці міжнародної підприємницької діяльності (бізнесу)

розрізняють певні форми та рівні інтернаціоналізації різних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Першою і найнижчою за рівнем інтернаціоналізації формою підприємницької діяльності є виконання окремих зовнішньоекономічних операцій - експортно-імпортних, лізингу, різних посередницьких, консультаційних і маркетингових послуг.

Другу репрезентує різноманітна промислова кооперація науково-технічна (у галузі науково-дослідних і дослідно-конструкторських, випробувальних робіт), виробнича, збутова, сервісна (після продажного технічного обслуговування та ремонту), яка також відбиває порівняно невисокий рівень інтернаціоналізації підприємств і організацій.

Широкомасштабною формою міжнародного бізнесу з відносно високим рівнем інтернаціоналізації є спільне підприємництво, що охоплює створення і функціонування спільних підприємств, ліцензування, управління за контрактом.

Іншою формою підприємницької діяльності з найвищим рівнем інтернаціоналізації суб'єктів господарювання є комплекс територіально-виробничих і багатосторонніх зв'язків, серед яких можна назвати прикордонну та прибережну торгівлю, формування консорціумів, реалізацію концесійних договорів тощо.

Економічні зв'язки із зарубіжними фірмами у більшості випадків реалізуються через здійснення комерційних операцій, тобто певних технічних і організаційних прийомів (процедур) для підготовки та ведення міжнародного співробітництва. Традиційною і найбільш поширеною формою зовнішньоекономічної діяльності є зовнішньоторговельні операції: імпорт (імпортні операції) та експорт (експортні операції).

Якщо імпорт – це придбання товарів в іноземних продавців із завезенням у країну покупців, то експорт - продаж товарів іноземному покупцеві з вивозом з країни продавців. При цьому необхідно розрізняти нерегулярний експорт, коли фірма експортує надлишки своїх товарів чи окремі товари, виготовлені на замовлення, та активний експорт, за якого продуцент розширює постійні експортні операції на конкретних міжнародних ринках. Крім того, будь-який

суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності може експортувати свої товари самостійно (прямий експорт) або через міжнародних посередників (побічний експорт).

Обмеженість конвертації національних валют у валюти інших країн, прагнення скоротити валютні ресурси на імпорт зарубіжних товарів спричиняють відносно широкий розвиток так званої зустрічної торгівлі, основними операціями якої є:

- *бартер* – одноразовий або послідовний обмін товарів у натуральній формі без грошей. За такої торговельної операції гроші виступають лише як розрахункова категорія;

- *зустрічна закупівля (паралельний бартер)* – торгівля за одним або кількома контрактами, кожний з яких повинен бути оплачений покупцем негайно, але із зобов'язанням продавця закупити, у свою чергу, певний товар на відповідну суму в покупця. У даному випадку операції оплати і закупівлі розмежовані у часі;

- *кліринг (міжнародний)* – безперервна зустрічна торгівля в обумовлених договорами (угодами) обсягах з використанням системи безготівкових розрахунків, тобто заліку взаємних вимог і зобов'язань;

- *компенсаційна операція* – операція, подібна до бартерної, проте можливе часткове погашення заборгованості грошима;

- *офсет* – такі виробничі взаємовідносини, коли продавець зобов'язується або виготовляти товар, або складувати готовий виріб на місці збуту (в іноземній державі), або купувати певні компоненти (комплектуючі деталі та вузли) для даного товару в конкретних виробників цих компонентів.

Найбільш важливою формою міжнародного бізнесу визнано спільне підприємництво – діяльність, що ґрунтується на співпраці вітчизняних та іноземних партнерів, спільному розподілі прибутків і солідарному ризику від її здійснення.

Необхідні передумови такого підприємництва створюються у процесі інтернаціоналізації суб'єктів господарювання, розвитку експортно-імпортних операцій. До основних видів спільного підприємництва належать ліцензування,

управління за контрактом і спільне підприємство, сутність яких викладено в розділі 8 цього навчального посібника.

Надвисокий рівень інтернаціоналізації, що є важливим чинником зростання ефективності зовнішньоекономічної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, досягається лише в межах останньої (четвертої) форми міжнародного бізнесу. Це пояснюється тим, що саме на цій стадії інтернаціоналізації фактично інтегруються всі інші форми міжнародної підприємницької діяльності; тут можуть не лише виконуватись окремі зовнішньоекономічні операції, мати місце всі види промислової кооперації, а й активно розвиватись спільне підприємництво, доповнюючись специфічними для даного рівня інтернаціоналізації елементами міжнародного співробітництва - створенням і ефективним існуванням вільних економічних зон, міжнародних консорціумів, концесій тощо.

Необхідно усвідомлювати, що практично реалізувати окремі форми міжнародної підприємницької діяльності можна і доцільно двома способами:

- перший – без створення нового підприємства (юридичної особи} у межах міжнародної торгівлі та кооперації (експорт-імпорт товарів чи послуг, ліцензування, управління за контрактом, різні види промислової кооперації). У цьому випадку міжнародні відносини між партнерами регулюються відповідними економічними угодами або контрактами;

- другий – з створенням нового спільного підприємства або зарубіжної філії (представництва), тобто нового суб'єкта господарювання і міжнародного бізнесу.

Вибір конкретного шляху поступового входження певної фірми чи країни в міжнародний бізнес повинен базуватись на факторному обґрунтуванні відповідних форм (альтернатив).

#### **4.4. Спільні підприємства у міжнародному бізнесі**

Різноманітність типів, видів і форм міжнародної підприємницької діяльності зумовлена об'єктивними процесами інтернаціоналізації окремих суб'єктів господарювання та національної економіки в цілому. За масштабами й



ефективністю впливу на міжнародний бізнес передусім варто відокремити спільне підприємництво, а в ньому - міжнародні спільні підприємства.

*Міжнародне спільне підприємство (МСП)* є формою співробітництва з поєднанням зусиль різнонаціональних партнерів щодо інвестування, управління, виробництва продукції (надання послуг, торгівлі тощо), розподілу підприємницьких доходів і ризиків. При цьому важливо усвідомити, що МСП виступає як: а) одночасно форма міжнародного бізнесу і специфічний його суб'єкт; б) спосіб виходу на зарубіжний ринок; в) різновид прямого іноземного інвестування; г) одна з нових форм господарювання для країн з економікою, що активно трансформується на ринкових засадах.

#### *Мотивація, процедура й етапи створення*

Мотиваційний механізм створення МСП формується на макрорівні (через відповідну стратегічну орієнтацію країн базування та країн, що приймають) і мікрорівні (мотивація безпосередніх партнерів).

Для країн базування (ними традиційно є промислово розвинені країни) вирішальним макроекономічним чинником експортної орієнтації підприємницького капіталу є передусім баланс імпорту й експорту інвестиційних ресурсів.

Його формування і фактичний стан визначаються певними політико-, ресурсно- та загальноекономічними чинниками, до яких можна віднести: стабільність політичної системи, ступінь втручання УРЯДУ в економіку, наявність природних ресурсів і географічне положення, рівень інфляції та конвертованість валюти, стан платіжного балансу, розвиненість фондового ринку (ринку капіталів), система оподаткування тощо.

Для країни, що приймає, привабливість МСП зумовлена тим, що вони:

- збільшують матеріальні та фінансові ресурси, виробничі потужності;
- сприяють розвитку національної науково-дослідної бази, поширенню передової технології та управлінського досвіду, підвищенню кваліфікації керівних кадрів і спеціалістів-менеджерів;
- стимулюють конкуренцію і пов'язані з нею позитивні явища (підрих позицій місцевих монополій, підвищення якості імпортозамінної продукції та

зниження цін на неї);

- нарощують експортні надходження у вигляді податків на прибутки спільних підприємств.

Основними мотивами формування і функціонування спільних підприємств як стратегії виходу на зарубіжний ринок можуть бути визнані:

- зниження питомих інвестиційних ресурсів і підприємницького ризику при створенні та використанні нових потужностей;

- розширення діючих виробничих потужностей;

- реалізація переваг меншої вартості факторів виробництва насамперед збереження ресурсів;

- можливість уникнення сезонної нестабільності виробництва пристосування до процесу скорочення життєвого циклу продукції;

- підвищення ефективності маркетингу і започаткування нових каналів торгівлі;

- проникнення на конкретний територіальний ринок і набуття управлінського досвіду на нових ринках.

Мотивація безпосередніх партнерів формується внаслідок узгодження їх інтересів - виробничо-економічних, маркетингових, екологічних, престижних та особистих. Очевидною є виробничо-економічна і маркетингова мотивації партнерів. Варто враховувати також інші (мало декларовані та рідко досліджувані мотиви: екологічні, коли розв'язуються нагальні завдання виведення з експлуатації екологічно брудних (небезпечних для здоров'я людей, довкілля; виробництв; пропагандистські престижні, що притаманні діяльності великих корпорацій (компаній, фірм) за кордоном і міжнародному бізнесу в окремих невиробничих сферах (туризм, сервіс); особисті (персональні), коли спільні підприємства засновуються партнерами однієї національності або на родинних засадах.

Процес створення спільних підприємств базується на чинному законодавстві України, що відображає логіку та порядок аналітично-організаційних робіт (процедур), охоплює узгоджені у часі етапи.

Після прийняття ухвали про заснування міжнародного спільного

підприємства насамперед уточнюють (вибирають) сферу його діяльності. При цьому потрібно орієнтуватись на потенційну можливість спільного підприємства задовольнити потреби ринку у певній продукції належної якості. Оцінка вітчизняного (українського) партнера здійснюється за сукупністю показників, що характеризують: 1) рівень якості продукції порівняно зі світовими аналогами; 2) технічний стан устаткування, наявність окремих будівель і споруд, вільних виробничих площ, що можуть бути зараховані до статутного фонду за його формування; 3) професійну підготовку і спеціалізацію персоналу, необхідного для забезпечення функціонування створюваного підприємства; 4) місце розміщення підприємства щодо постачальників сировини, напівфабрикатів, комплектуючих, забезпечення транспортними комунікаціями.

Пошук зарубіжного партнера має враховувати вихідні умови вітчизняного партнера, який може мати досвід роботи із зарубіжним, коли створюване спільне підприємство стає подальшим етапом розвитку експортно-імпортової діяльності, поглиблення науково-технічної чи виробничої кооперації з іншими зарубіжними фірмами, або не мати такого досвіду. Проте в будь-якому випадку необхідно проаналізувати діяльність можливого партнера за певною системою показників. Для цього можна використати як прямі показники (величина активів і їхня динаміка, частка власних чи позичкових коштів, отримуваний прибуток, чисельність працюючих, кількість підприємств (філій, представництв) фірми, обсяг зарубіжного продажу), так і опосередковані (прибуток щодо поточних витрат виробництва, продуктивність праці, приріст продукції у розрахунку на одиницю інвестицій тощо).

За результатами такого своєрідного аналізу встановлюються безпосередні контакти із зарубіжним партнером і здійснюються попередні переговори. Процес завершується підписанням партнерами протоколу про наміри, в якому мають бути визначені і зафіксовані:

- загальний обсяг виробництва, обсяги поставок на внутрішній і зовнішній ринки;
- розмір статутного фонду і часток учасників у ньому; співвідношення між власними та позичковими коштами; можливий банк-кредитор;

- наявність місцевої кваліфікованої робочої сили та потреба у залученні іноземного персоналу;
- організація продажу виробів і післяпродажного технічного обслуговування, його тривалість;
- забезпечення трансферту прибутку іноземного партнера;
- джерела надходження і напрями використання іноземної, зокрема вільно конвертованої валюти.

Деталізація домовленостей партнерів щодо створення міжнародного спільного підприємства повинна здійснюватись у процесі підготовки відповідного техніко-економічного обґрунтування, зміст і схему якого подано у табл. 4.1.

Таблиця 4. 1

**Приблизна форма техніко-економічного обґрунтування створення міжнародних спільних підприємств**

<b>Основні розділи</b>	<b>Зміст обґрунтування</b>
Назва МСП Назва фірми-партнера	Коротка характеристика іноземного партнера; досвіду співробітництва з ним; основних фірм-конкурентів
Номенклатура продукції: • кількість • вартість	Кількісна і якісна характеристика продукції; її кон'юнктура на ринку (вітчизняному та світовому); очікувані ціни та прогноз обсягу продажу
Технологія: • тип • ефективність	Оцінка існуючих у світі технологій виготовлення аналогічних товарів, їх основних параметрів, прийнятої технології для продукції МСП
Устаткування Форма і метод організації виробництва	Вибір і розрахунки необхідного устаткування, форми та методи організації виробництва
Матеріально-технічне забезпечення	Обґрунтування вибору: форми матеріально-технічного забезпечення; постачальників ресурсів; транспортних засобів
Персонал: • чисельність за категоріями • оплата праці	Необхідна (передбачувана) чисельність місцевих та іноземних працівників; вибрані форми оплати праці та розмір, преміювання, соціальні виплати
Фінансування і статутний фонд • загальна величина • частка партнерів	Частка учасників у статутному фонді за чинним законодавством; загальна величина статутного фонду; частка власних і позичкових коштів
Реклама продукції • види • витрати • канали розповсюдження	Аналоги реклами на дану продукцію, можливості конкурентів на світовому ринку, відібрані види реклами та фінансові можливості її здійснення
Система збуту продукції • вид і способи доставки • обсяг збуту всередині країни та за кордоном	Наявність досвіду організації збуту в партнерів; практика збуту аналогічної продукції іншими фірмами
Очікувані виторг і прибуток: • запланований виторг • очікуваний прибуток	Динаміка рівня цін за стадіями життєвого циклу продукції; очікувані виторг і прибуток; розподіл прибутку між партнерами і порядок його використання

Формування фондів МСП: • фонд технічного розвитку • фонд соціального розвитку • Резервний фонд	Існуючий досвід формування фондів усередині країни і за рубежем; вибір створюваних фондів і їх розрахунки
Економічна ефективність створення і функціонування	Розрахунки й оцінка показників економічної ефективності створення і функціонування МСП за існуючою або власною методикою

У процесі підготовки установчих документів (проектів) треба усвідомити важливість ретельної розробки статуту спільного підприємства, що має визначити: предмет і цілі діяльності СП, його місцезнаходження, склад учасників; розмір статутного фонду і часток партнерів у ньому, порядок його формування; склад і компетенцію органів управління, порядок прийняття рішень та коло завдань, розв'язування яких вимагає єдиної думки; порядок припинення діяльності (ліквідації) СП.

Вищим органом СП є рада, що складається з осіб, призначених його учасниками, тобто з громадян країн-учасниць. Керівництво поточною діяльністю СП здійснює генеральний директор (дирекція), який призначається радою.

Після завершення усіх переговорів і підписання установчих документів проводиться реєстрація СП у валютно-економічному управлінні Міністерства фінансів України. Для реєстрації СП необхідні такі документи, як:

- 1) письмова заява одного з учасників, в якій зазначаються (крім прохання про реєстрацію) всі учасники СП, їх юридичні адреси, керівні органи, особа, якій доручено отримати реєстраційне свідоцтво;
- 2) згода обласної (міської) держадміністрації і керівного органу вітчизняного учасника на створення СП;
- 3) нотаріально засвідчені копії установчих документів;
- 4) техніко-економічне обґрунтування створення СП, що свідчить про його ефективність і валютну окупність;
- 5) документи, що підтверджують реєстрацію іноземного партнера як юридичної особи та його платоспроможність.

Реєстрація проводиться за умови позитивного рішення Державної зовнішньоекономічної комісії Кабінету Міністрів України. Після розгляду і схвалення поданих документів приймається відповідне рішення, видається

свідоцтво про реєстрацію, а спільне підприємство вноситься до спеціального реєстру.

#### **4.5. Механізм функціонування МСП**

Всебічний аналіз розвитку міжнародних спільних підприємств потребує їхньої систематизації з погляду способів і форм організації, структури безпосередніх учасників; джерел, способів і структур, вкладення коштів у статутний фонд; видів діяльності.

Систематизація МСП за сукупністю таких ознак, з одного боку, відбиває макро- та мікромотивації створення, а з іншого-дозволяє поглиблено аналізувати розвиток таких підприємств, методи і специфіку регулювання їхньої діяльності. Названі ознаки мають важливе значення для проведення комплексного аналізу. Наприклад, систематизація МСП за способом організації важлива тому, що законодавче встановлені організаційно-правові форми підприємств можуть значно різнитись у різних країнах, що приймають.

Щодо встановлення мотивації безпосередніх партнерів і ступеня їхнього можливого впливу на подальшу розробку стратегії принципово важливим встановити, на яких засадах партнери братимуть участь у формуванні статутного фонду МСП.

Участь на паритетних засадах треба розглядати як доказ рівноправного співробітництва та взаємного визнання партнерів. Вона практично є майже ідеальним способом організації підприємства з іноземним інвестуванням.

Більша частка іноземного капіталу має місце на підприємстві у випадку, якщо іноземний партнер бажає забезпечити максимальний контроль за господарською діяльністю спільного підприємства. Вона необхідна також у випадку, коли вітчизняний партнер тимчасово не має фінансових коштів для того, щоб збільшити свою частку у статутному фонді МСП. Менша частка іноземного партнера у статутному фонді МСВ є малоприйнятною для зарубіжних фірм. Закордонні інвестори погоджуються з меншою часткою своєї участі в інтегрованому капіталі МСП, як правило, тоді, коли є можливість користуватися суттєвими пільгами для іноземного інвестування.

Класифікація МСП може здійснюватися і за іншими ознаками. Заслужують на увагу такі, як сфера діяльності та розмір. Від того, в якій сфері діє спільне підприємство (промисловість, сільське господарство, виробнича і соціальна інфраструктура, науково-технічні проектування, фінансові послуги тощо), залежать пільги або обмеження, норми регулювання діяльності. Розмір МСП (малі, середні, великі) можуть визначатися за різними параметрами: величина статутного фонду, чисельність персоналу, вартість активів, обсяг продукції. При цьому у період створення таких МСП важливим показником стає розмір декларованих або реально внесених іноземних інвестицій.

На етапі створення МСП у його установчих документах і техніко-економічному обґрунтуванні вирішуються принципові питання управління і кадрового забезпечення, формується організаційно-економічний механізм функціонування.

Зрозуміло, що, функціонуючи у реальному середовищі на території України, різні спільні підприємства мають і певні особливості господарської діяльності, пов'язані з рядом зовнішніх чинників і внутрішньою специфікою. Проте існує загальновизнаний організаційно-економічний механізм функціонування МСП.

Першочерговою і найважливішою функцією директорату має бути управління персоналом. Чисельність персоналу МСП не регламентується, а погоджується партнерами. Самостійно вирішуються питання наймання і звільнення працівників, форми та розміри оплати праці, матеріального заохочення. При цьому умови оплати праці вітчизняних працівників, режим їхньої роботи та відпочинку, соціального забезпечення і страхування регулюються чинним в Україні законодавством. На іноземних працівників МСП поширюється встановлений для них режим роботи та чинне вітчизняне законодавство щодо деяких умов праці. Умови оплати праці і пенсійного забезпечення визначаються, як правило, трудовим договором з кожним іноземним працівником МСП. Платежі для майбутнього пенсійного забезпечення цих працівників перераховуються у відповідні Фонди країн їх постійного проживання у відповідній валюті. Передбачається можливість переказу невикористаної частини заробітної плати іноземців за кордон в іноземній валюті.

Матеріально-технічне забезпечення МСП здійснюється з використанням внутрішнього й зовнішнього ринків. Транспортне обслуговування регулюється нормами та правилами внутрішніх і міжнародних перевезень вантажів.

Успішна міжнародна підприємницька діяльність можлива лише за умови активних маркетингових досліджень. Останні охоплюють здійснювані у певній послідовності такі основні організаційно-економічні заходи: визначення структури власної служби маркетингу; вивчення середовища міжнародного маркетингу; пошук прийнятних ринкових ніш і розробка стратегії виходу на міжнародний ринок; здійснення наступальної реклами, вибір найефективніших її видів і форм оповіщення клієнтів про переваги пропонованих товарів.

МСП самостійно здійснюють стратегічне і поточне планування виробництва, а також визначають порядок реалізації продукції та послуг. Планування виробництва базується на результатах маркетингових досліджень і портфеля замовлень, сформованого укладанням вітчизняних і міжнародних угод (договорів, контрактів). МСП реалізують власну продукцію, використовуючи вітчизняні системи збуту, оптову та роздрібну торгівлю, зовнішньоторговельні організації.

Спільні підприємства особливо ретельно повинні підходити до проблеми розподілу і використання прибутку. Балансовий (валовий) прибуток визначають відрахуванням із загальної виручки від реалізації витрат на виробництво, суми виплати відсотків за кредит, а також величини штрафів, пені, неустойки. З балансового прибутку створюють фонди відтворення і резервний, здійснюють страхові платежі. Залишається прибуток, що підлягає оподаткуванню. Він є джерелом відповідних платежів у бюджет та створення фонду коштів, спрямованих на матеріальне заохочення працівників і соціальний розвиток підприємства.

Після таких операцій формується остаточний (чистий) прибуток, який повинен бути розподілений між партнерами пропорційно внеску до статутного фонду МСП. При цьому можуть передбачатись різні варіанти використання прибутку зарубіжного учасника - трансферт (репатріація) всього або частини прибутку, купівля товарів для власних потреб; за імпортозамінюючої продукції - трансферт прибутку через закупівлю товарів або згідно з конкретними домовленостями.



Склад конкретних фондів, спрямовуваних на відтворення матеріально-технічної бази та соціальний розвиток підприємства, порядок їх утворення і використання фіксуються в установчих документах, додаючи обов'язковість формування резервного фонду в розмірі не менше 25 % статутного фонду, який використовується для забезпечення сталості функціонування МСП і можливості здійснення господарського маневру за нагальної потреби. За умови досягнення зазначеного нормативного рівня відрахування прибутку в резервний фонд припиняються. Зі зміною величини статутного фонду коригується і резервний фонд.

У цілому система оподаткування МСП в Україні відповідає чинному законодавству. Основна ставка податку на прибуток встановлена на рівні 19 %, а з 1.01.2014 р. становитиме 16 %. Існують також податок на додану вартість, акцизний податок, місцеві податки і збори. Раніше зареєстровані МСП не платили податок на прибуток підприємства протягом перших п'яти років. Нині для заново зареєстрованих спільних підприємств таку пільгу скасовано.

Розрахунково-кредитні операції (відносини) регулюються відповідними нормативними актами, діючими у процесі формування банківської системи ринкового типу. Грошові кошти МСП зараховуються на його поточний або валютний рахунок відповідно у Національному банку України і банку для зовнішньоекономічної діяльності. Спільному підприємству нараховуються певні проценти на кошти депозитних рахунків, при необхідності йому можуть надаватись кредити на комерційних умовах вітчизняними або зарубіжними банками.

Фінансові результати діяльності МСП залежать від прийнятої ним системи обліку та якості звітності. МСП несуть відповідальність за дотримання встановленого порядку ведення та правильність обліку і звітності. Документи, що регулюють окремі аспекти обліково-аналітичної діяльності спільних підприємств, враховують їхні певні особливості, зокрема щодо складу витрат, які формують собівартість продукції (послуг). Відокремлюються та деталізуються витрати на рекламу й участь у виставках і ярмарках; витрати, пов'язані з експортом продукції,

зарубіжними відрядженнями, представницькими Функціями, аудиторськими послугами, інноваційною та маркетинговою діяльністю, валютними операціями тощо.

Для функціонування МСП важливе значення має страхування підприємницького ризику, що здійснюється державними і приватними компаніями. Чинним законодавством передбачене страхування: основних засобів (активів); частини оборотних коштів (виробничих запасів на складах МСП, напівфабрикатів власного виробництва); збитків від стихійного лиха; вантажів у процесі транспортування; майна від крадіжки зі зломом. Спільні підприємства зобов'язані оперативно інформувати страхову компанію про істотні зміни щодо об'єктів страхування.

#### **4.6. Тенденції і проблеми розвитку МСП України**

В Україні найбільша кількість спільних підприємств (понад 95 %) діє в обробній промисловості, в тому числі 22 % – у машинобудуванні й металообробці, 12 % – у деревообробній і целюлозно-паперовій галузях .

Найпотужніші спільні підприємства (з максимальною кількістю штатних працівників 373) створені у паливно-енергетичній промисловості, де випускається найбільше продукції у розрахунку на одного штатного працівника. Аналізуючи діяльність міжнародних спільних підприємств, можна дійти таких висновків. Загалом останніми роками діяльність спільних підприємств в Україні була прибутковою. Однак водночас діяльність МСП у промисловості країни була збитковою й дорівнювала 35 %. Така сама тенденція спостерігалась у сільському господарстві та заготівельній галузі. Збитки тут відповідно в 15 та 376 разів перевищували прибутки. Проте зі значними прибутками працювали спільні підприємства в таких галузях, як будівництво (прибутки перевищували збитки в 6,3 раза), наука й наукове обслуговування (в 14,4 раза), а також матеріально-технічне постачання і збут (у 688 разів) .

Оскільки міжнародні спільні підприємства – одна з наймобільніших форм обміну науково-технічними досягненнями, обов'язковою передумовою

ефективної діяльності тут є високий технологічний розвиток кожного з них, а також галузі загалом.

Найбільше зацікавлені іноземні інвестори в розвитку спільних підприємств у сфері торгівлі та громадського харчування (майже 24 %), хоча в цій галузі лише незначна їх кількість виробляє продукцію. Тобто чимало іноземних коштів вкладається у посередницькі послуги, мало пов'язані з обміном технологій. Тимчасом найвигідніше технологічне інвестування тих спільних підприємств, які виробляють продукцію.

Найбільше іноземних інвестицій припадає на промисловість (65,5 %). Для інших галузей народного господарства країни ця частка надзвичайно мала, особливо в таких галузях, як транспорт, зв'язок, охорона здоров'я, фізкультура і соціальне забезпечення. Загалом же значний обсяг іноземних інвестицій, що вкладаються в розвиток міжнародних спільних підприємств, не використовується безпосередньо для технологічного забезпечення виробництва.

Співвідношення іноземних інвестицій, які надходять до України, та тих, що спрямовуються в інші країни, – не на користь нашої держави. У сфері науки й наукового обслуговування 30% підприємств виробляють продукцію, яка містить новіші технологічні ідеї та розробки. Прикладом може бути діяльність спільних підприємств Національної академії наук України. На основі її науково-дослідних організацій засновано 30 спільних з іноземними фірмами підприємств. Територіальна організація спільних підприємств, створених за участю установ НАН України, повторює їх розміщення у країні загалом. Найбільша концентрація МСП характерна для Києва. Протягом останніх років відбулася структуризація основних напрямів діяльності СП за участю установ НАН України. Науково-технічну діяльність і розробку технологій та проектно- конструкторської документації здійснюють 24 МСП (65 %), а виробництво готової продукції – 13 (35 %). Причому деякі підприємства водночас працюють в обох напрямках.

Сьогодні можна констатувати певні тенденції щодо розвитку МСП в Україні, до яких належать:

- відносно висока динаміка процесів створення, розширення масштабів, видів і сфер підприємницької діяльності;
- переважання партнерів по спільному підприємництву, які належать до промислово розвинених країн, що зумовлено потужністю стратегічною орієнтацією і мобільністю капіталу цих країн;
- створення МСП переважно на двосторонній основі і заради здійснення промислової діяльності;
- орієнтація МСП на продукування видів продукції, якими світовий ринок практично насичений (наприклад, комп'ютерна техніка певних класів, офісні меблі) та сферу різноманітних послуг:
- обережність іноземних партнерів щодо великих за обсягом інвестицій (особливо в обробну промисловість), що зумовлена відсутністю надійних гарантій їхнього правового захисту, стратегією виходу на практично малознайомий і тривалий час закритий український ринок;
- активна участь у формуванні МСП малих зарубіжних фірм і компаній, зорієнтованих на швидку віддачу невеликих інвестицій, комерційну вигоду від разових операцій, нерідко суто посередницьких чи відверто спекулятивних;
- активна участь у зосередженні МСП, передусім у науково-технічних і виробничо-промислових центрах та регіонах України, зокрема Києві, Київській, Львівській, Донецькій та Одеській областях, бажання і намагання формувати більш-менш потужні центри підприємницької діяльності.

Заслуговує на увагу виявлений аналітичним шляхом ряд причин недостатньо високої результативності діяльності МСП з погляду вирішення організаційно-економічних завдань і пріоритетів України у сфері спільного підприємництва. Ці причини можна звести до такого:

- потенціал іноземного інвестування виробництва більшості товарів споживчого призначення обмежений загальною експортною орієнтацією найбільш конкурентних корпорацій на світовому ринку;
- участь іноземних інвесторів в активній структурній перебудові економіки України є ненадійною, оскільки триває очевидна їх зацікавленість у місцевій сировині, металі та продуктах первинної обробки;

- масштабне технологічно-технічне переоснащення виробництва, насамперед у пріоритетних галузях народного господарства, ускладнюється завдяки інтегральній (внутрішній) орієнтації інвестиційної політики іноземних фірм, використанні МСП як каналу доступу до науково-технічного потенціалу українських суб'єктів господарювання;

- переваги використання традиційної товарної і територіальної (географічної) структури експортно-імпоротної діяльності обмежують участь МСП у необхідній прискореній диверсифікації виробництва багатьох господарських утворень;

- підготовка та підвищення кваліфікації національних кадрів, здатних ефективно керувати підприємницькою діяльністю, що входять у певне протиріччя із природним прагненням іноземних партнерів використовувати наявних місцевих працівників високої кваліфікації, не вкладаючи відповідні кошти у формування дійової системи управління персоналом.

Практика сучасного господарювання свідчить про наявність політико-правових, організаційно-структурних та соціально-психологічних проблем створення і функціонування МСП на різних рівнях управління спільним підприємництвом - внутрішньовиробничому.

#### **4.7. Регулювання міжнародної підприємницької діяльності**

Інтернаціоналізація комерційно-господарської діяльності зумовлює необхідність існування чіткого механізму регулювання міжнародного спільного підприємництва, здійснюваного відповідними державними структурами і міжнародними організаціями.

Передусім детального розгляду потребує державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні, яке відіграватиме винятково важливу роль у реформуванні економіки і підвищенні ефективності використання сучасної системи господарювання. Ця роль значно зростає нині, коли після ліквідації монополії держави на зовнішньоекономічну діяльність підприємства й організації отримали можливість самостійно і безпосередньо налагоджувати зв'язки з іноземними партнерами.

Можна відокремити такі цілі регулювання зовнішньоекономічної діяльності

суб'єктів господарювання:

- забезпечення збалансованості різних сфер економіки і рівноваги внутрішнього ринку України;
- стимулювання прогресивних структурних змін в економіці, зовнішньоекономічних зв'язків суб'єктів підприємницької діяльності;
- створення пільгових умов для інтеграції економіки України в систему світового поділу праці та її максимально можливе наближення до ринкових структур розвинених країн;
- здійснення захисту економічних інтересів України в цілому й окремих суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності зокрема;
- надання рівних можливостей суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності, розвиток усіх видів підприємництва незалежно від форми власності;
- заохочення конкуренції і подолання монополізму у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

#### *Державні і міжнародні органи*

Регулювання підприємницької діяльності практично здійснюють державні органи законодавчої та виконавчої влади - Верховна Рада України, Кабінет Міністрів, Національний банк, Міністерство зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі, Державне управління митного контролю.

#### *До компетенції Верховної Ради України належить:*

- прийняття, зміна і скасування законів стосовно зовнішньоекономічної діяльності;
- затвердження основних напрямів зовнішньоекономічної політики України;
- розгляд, затвердження і зміна структури органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- ратифікація міжнародних договорів України;
- затвердження нормативів обов'язкового розподілу валютного виторгу між державою і місцевими органами влади, ставок та умов оподаткування, митних тарифів, зборів і процедур щодо здійснення зовнішньоекономічної діяльності;
- встановлення спеціальних режимів зовнішньоекономічної діяльності на

території України;

- затвердження списків товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню і квотуванню або забороняється.

*Кабінет Міністрів України* має такі повноваження:

- здійснює конкретні заходи в галузі зовнішньоекономічної політики України відповідно до чинного законодавства;

- координує діяльність міністерств, державних комітетів і відомств щодо регулювання та здійснення зовнішньоекономічної діяльності; узгоджує роботу торговельних представництв України за кордоном;

- приймає нормативні акти з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених чинним законодавством країни;

- проводить переговори та підписує міжурядові договори (угоди) з питань зовнішньоекономічної і спільної підприємницької діяльності, забезпечує їх виконання всіма органами, підпорядкованими Кабінету Міністрів України;

- забезпечує складання платіжного балансу, валютного плану, а також реєстрацію міжнародних спільних підприємств;

- здійснює заходи, спрямовані на раціональне використання Державного валютного фонду України. *Національний банк України:*

- забезпечує збереження і належне використання золотовалютного резерву України та інших державних цінностей, що використовуються у міжнародній підприємницькій діяльності;

- представляє інтереси України у відносинах з центральними банками інших держав, між банками та іншими фінансово-кредитними установами, а також укладає відповідні міжбанківські угоди;

- регулює курс національної валюти України стосовно грошових одиниць інших країн;

- здійснює облік і розрахунки за виданими та отриманими кредитами, операції з централізованими валютними ресурсами, що надаються йому Державним валютним фондом України.

*Міністерство зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі України:*

- забезпечує проведення єдиної зовнішньоекономічної політики у процесі

виходу суб'єктів господарювання на зовнішній ринок, координацію їх діяльності у сфері міжнародного бізнесу;

- контролює виконання всіма суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності законів і міжнародних договорів України;

- здійснює заходи нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів спільного підприємства.

Процеси інтернаціоналізації підприємств і країн відбуваються за регулюючої участі певних міжнародних союзів, співтовариств, а також конкретних міжнародних організацій. Основні міжнародні організації фінансово-економічного спрямування, що здійснюють певну сукупність функцій щодо регулювання і розвитку спільної підприємницької діяльності, представлені у табл. 4.2 У сукупності вони здатні допомагати сфері міжнародного бізнесу вирішувати його актуальні, насамперед фінансові та інші економічні проблеми.

Таблиця 4.2

**Основні міжнародні фінансово-економічні організації, причетні до розвитку і регулювання спільної підприємницької діяльності**

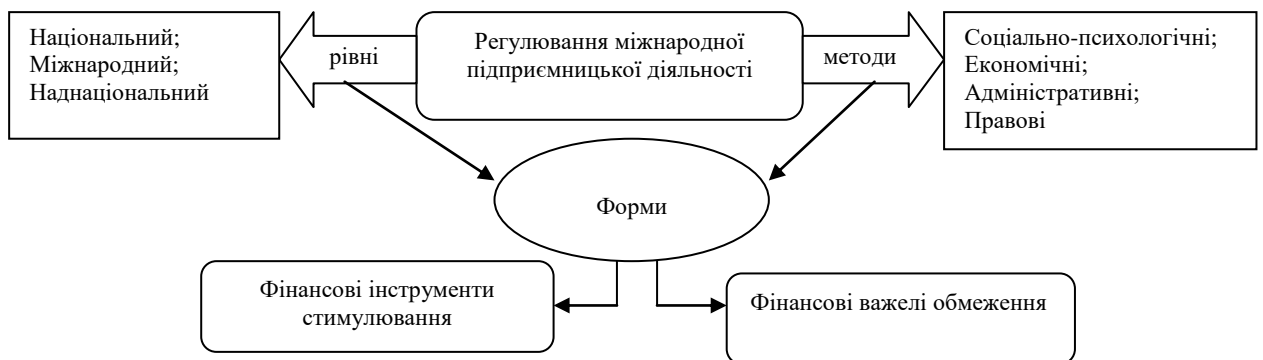
Назва (повна і скорочена)	Рік заснування	Місцезнаходження штаб-квартири	Організаційно-правова форма й основний напрям діяльності
Банк міжнародних розрахунків БМР	1930	Базель, Швейцарія	Міжнародна валютно-кредитна організація, що виконує дві основні функції: сприяння співпраці центральних банків інших країн і здійснення міжнародних фінансових операцій
Міжнародний банк реконструкції та розвитку -МБРР	1945	Вашингтон, США	Спеціалізована установа ООН. Основна мета діяльності - сприяння країнам-учасникам у наданні позик і кредитів, гарантуванні приватних інвестицій
Міжнародний валютний фонд - МВФ	1947	Вашингтон, США (відділення — Париж, Женева)	Міжнародна валютно-кредитна організація, що має статус установи ООН. Мета — сприяння розвитку міжнародної торгівлі і валютних операцій, надання коштів в іноземній валюті
Міжнародна організація праці - МОП	1919	Женева, Швейцарія	Спеціалізована установа ООН для розробки конвенцій і рекомендацій з питань трудового законодавства і поліпшення умов праці
Міжнародна фінансова корпорація МФК	1956	Вашингтон, США	Спеціалізована установа ООН — філія Міжнародного банку реконструкції і розвитку для інвестування приватного сектора економіки



Рада ООН з промислового розвитку - ЮНІДО	1966	Відень, Австрія	Один з головних органів Генеральної Асамблеї ООН, що має сприяти всебічному розвитку виробничої сфери країн-членів ООН
Європейський банк реконструкції і	1991	Лондон, Великобританія	Міжнародна організація - філія Міжнародного банку реконструкції та розвитку, що виконує функції останнього стосовно країн Європи

### *Методи, форми та рівні*

Регулювання міжнародної підприємницької діяльності має здійснюватись за допомогою певної сукупності методів, форм і конкретних інструментів на різних рівнях просторового поля (рис.4.1).



**Рис. 4.1. Методи, форми та рівні регулювання міжнародної підприємницької діяльності**

Правові методи мають відповідне інституціональне забезпечення і охоплюють цивільне та процесуальне право, державний арбітраж тощо. Розширенням і продовженням правових необхідно вважати адміністративні методи, що юридичне визначають господарську суб'єктність МСП, регламентують форму власності майна та результатів діяльності, а також процедурний механізм розв'язування конфліктних соціально-економічних ситуацій у судовому порядку.

Економічні методи реалізуються у системі підприємницької діяльності наданням кредитів і дотацій, здійсненням податкової політики фінансово-економічних операцій регулюючого спрямування.

Соціально-психологічні методи повинні бути орієнтовані на формування певної ідеології, типу менталітету громадян України і суспільства в цілому за допомогою існуючих державних інституцій.

## Література

1.Ерохин В. Л. Международное предпринимательство : ученик / В. Л. Ерохин. – К. : Финансы и статистика, 2008. – 392 с.

2.Кривов'язюк І. В. Підприємництво в умовах ринку: навчальний посібник для ВНЗ / І. В. Кривов'язюк. – К. : Кондор, 2009. – 840 с.

3.Міжнародний менеджмент : методичні вказівки для проведення практичних занять для студентів спеціальностей 8.03050301 «Міжнародна економіка» та 8.03050701 «Маркетинг» усіх форм навчання / Укл. О. Є. Кузьмін, О. С. Скибінський, Н. І. Кара, Н. Я. Петришин. – Львів : Національний університет «Львівська політехніка», ІНЕМ, каф. ММП, 2012. – 45 с.

## Тести для самоконтролю

### 1. Міжнародний бізнес:

а) базується на можливості отримання вигод саме з переваг ділових операцій між країнами;

б) ділові взаємозв'язки організацій або їх підрозділів, що знаходяться в різних країнах;

в) прагнення нових ринків збуту;

г) усі відповіді правильні.

### 2. Головні причини розвитку міжнародного бізнесу:

а) прагнення нових ринків збуту;

б) вихід до родовищ корисних копалин і джерел сировини;

в) доступ до основних ринків робочої сили (ціна, кваліфікація);

г) усі відповіді правильні.

### 3. Найпростіший шлях проникнення на міжнародні ринки:

а) прямі капіталовкладення;

б) міжнародні лізингові угоди;

в) міжнародні контракти на будівництво;

г) експорт.

#### **4. Етапи історичного розвитку міжнародного бізнесу:**

- а) комерційна ера;
- б) ера інтеграції;
- в) ера концесій;
- г) усі відповіді правильні.

#### **5. Особливості менеджменту в провідних міжнародних корпораціях:**

- а) наявність розвинених підприємницьких функцій (складових) організацій;
- б) специфічне адміністрування найбільших акціонерів у вигляді контролю над власністю;
- в) специфічне адміністрування найбільших акціонерів у вигляді контролю над виробництвом та фінансами;
- г) наявність розвинених підприємницьких структур.

#### **6. Місія фірми - це:**

- а) головне її призначення, особлива роль, чітко виражена причина існування, які формують основні напрямки діяльності;
- б) це фактор стабілізації відносин, тому що дає змогу відчуті контроль за ситуацією і знизити невизначеність процесів, що відбуваються у зовнішньому і внутрішньому середовищі;
- в) це основа для вироблення стратегічних планів, проектів і програм, а також основних критеріїв, що використовуються для вибору найбільш обґрунтованих ефективних та необхідних з них, відкинувши все те, що несумісне із загальною стратегією;
- г) взаємопов'язаний комплекс дій, які здійснює фірма для досягнення своїх цілей з урахуванням власного ресурсного потенціалу, а також факторів і обмежень зовнішнього середовища.

#### **7. Система безготівкових розрахунків за товари, цінні папери та надані послуги заліком взаємних вимог – це**

- а) бартер;
- б) зустрічна торгівля;
- в) кліринг;
- г) компенсаційна операція.

## **8. Види міжнародної підприємницької діяльності**

- а) промислова; д) соціальна;
- б) аграрна; е) фінансово-економічна;
- в) фінансова; є) соціально-економічна;
- г) економічна; ж) приватна.

## **9. Офсет – це:**

- а) виробничі взаємовідносини, коли продавець зобов'язується або виготовляти товар, або складувати готовий виріб на місці збуту, або купувати певні компоненти для даного товару в конкретних виробників цих компонентів;
- б) торгівля за одним або кількома контрактами, кожен з яких повинен бути оплачений покупцем негайно;
- в) безперервна зустрічна торгівля в обумовлених договорами обсягах з використанням системи безготівкових розрахунків;

## **10. Які методи не відносяться до методів регулювання МПД:**

- а) правові;
- б) адміністративні;
- в) економічні;
- г) соціально-психологічні;
- д) фінансові.

## **Задачі і кейси**

### **Задача 1.**

Обсяг продукції підприємства склав 900 млн. дол. США при плані 870 млн. дол. США. Вартість напівфабрикатів та комплектуючих, отриманих у порядку кооперування із зарубіжними фірмами 400 млн. дол. США замість 380 млн. дол. США за планом. Визначте, як змінився рівень кооперування напівфабрикатів та комплектуючих у загальному обсязі випущеної продукції?

### **Задача 2.**

Ви – віце-президент компанії із штаб-квартирою у Чикаго. Усі акціонери компанії живуть на території США. На початку цього місяця Ви отримали позику в розмірі 5

млн. канадських дол. у банку міста Торонто для побудови нового заводу у місті Монреалі. На момент одержання кредиту курс обміну раптово впав до 70-ти центів. У результаті цього Ваша компанія отримала прибуток чи зазнала збиток, який саме?

### **Задача 3.**

Підприємство, що мало розмір випуску 2000 т продукції на рік з витратами на виробництво 180 млн. грн., перенесло випуск комплектуючих до зарубіжної філії. У результаті цього собівартість виробу знизилась на 7%. Одночасно у зв'язку з переходом на імпорту сировину підвищились транспортні витрати у розрахунку на одиницю продукції з 5 до 7 тис. грн.. Визначте розмір річної економії від проведених заходів, враховуючи, що випуск продукції зріс на 10%.

### **Задача 4.**

Сталеплавильне підприємство на одному робочому місці виготовляло 6 видів деталей, річний випуск яких складав 6500 т, а витрати – 1250 тис. дол. США. Після перенесення виробничого процесу до філії у країну, де добувають залізну руду, стало вилитись 4 види деталей, річний випуск яких складав 7580 т, а витрати – 1366 тис. дол. США. Розрахуйте, як змінилась собівартість 1 т лиття у результаті впровадження міжнародної спеціалізації.

### ***Кейс «Якщо ти хочеш бути підприємцем»***

В. Кіам – власник компанії „Ramington”, яка виробляла електробритви, сформулював питання, на які необхідно відповісти потенційному підприємцеві, перед тим, як розпочати власний бізнес.

1. Чи я впевнений у собі? Ти повинен вірити в себе. Якщо тобі бракує самовпевненості, знайди трішки. Брак самовпевненості - не хвороба, а симптом. Самоусвідомлення недоліків може зашкодити твоєму моральному здоров'ю.

Зустрічаючись зі своїми недоліками, я одночасно розвиваю свої позитивні риси. Немає чогось такого, чого б я не подолав, приклавши зусилля. Зроби свій список переваг і недоліків, і тоді знайди шляхи перетворення мінусів у плюси.

2. Чи я впевнений у тому, що роблю? Мене спитали: "Коли ви вкладаєте

інвестиції, ви підтримуєте людей чи їхні ідеї?" І те, і те. Ні один підприємець не є чарівником. Ти можеш працювати шістнадцять годин на день, сім днів на тиждень, але якщо твій продукт неякісний, ти марнуєш свій час.

Урок дуже простий: ти не зможеш продати те, що сам не купив би.

3. Чи я готовий піти на жертви? Культуристи мають приказку: "Без зусиль нема досягнень." Цей вислів мав би стати девізом кожного підприємця. Забудь про годинник.

Коли ти відкриваєш власну справу, будь готовим до того, що ти можеш не потрапити додому на обід, а відпочинок на вихідних, стане не таким частим.

4. Чи я рішучий? Підприємець покладається лише сам на себе. Несвоєчасно прийняте рішення – втрати сьогодні і в майбутньому.

5. Чи я помічаю можливості? Необхідно уважно аналізувати усі сторони зробленої тобі пропозиції і бачити, які перспективи вона відкриває.

6. Чи я готовий подавати приклад? Ти не можеш вимагати від своїх підлеглих витратити всі сили на роботу, якщо твій робочий день складається із двох годин в офісі та шести на полі для гольфу. Я ніколи не прошу своїх службовців зробити те, що не готовий зробити сам. Я відчуваю відповідальність, тому працюю навіть важче, ніж вони.

Тепер ти маєш уявлення, якими якостями повинен володіти підприємець. Я говорив про жертви, але і згадував про винагороди. Ти дістанеш задоволення від створення чогось з нічого. Ти будеш удосконалюватися. Ну і звичайно ж будуть фінансові витрати.

### ***Завдання***

1. Сформулюйте питання, на які необхідно відповісти підприємцеві перед тим, як вийти на закордонний ринок.

2. Визначте, які основні моменти необхідно враховувати при підборі кадрів на посади менеджерів у закордонний підрозділ ТНК.

### ***Кейс «Мотивування у міжнародних компаніях»***

Однією з форм організації праці, яка зазнала широке застосування у практиці закордонних та вітчизняних підприємств, є використання гнучких

графіків. В державних установах графства Оксфордшир (Великобританія) на початку 1990-х років, як експеримент, була введена нова форма організації праці, яка надавала працівникам можливість працювати як на робочому місці, так і вдома, в залежності від конкретних обов'язків працівника, і домовленості між ним та його керівником. В деяких випадках кількість годин, які працівник повинен проводити в установі, обговорюється заздалегідь. Можуть бути визначені конкретні години збору всіх співпрацівників підрозділу для обміну інформацією, отримання нових завдань. Такий графік роботи рекомендується, в першу чергу, керівникам. Так, наприклад, контракт керівника бухгалтерії, однієї з установ, припускає наступний розклад робочого дня: 75% (30 годин у тиждень) - в установі, 25% (10 годин у тиждень) – вдома. Керівник бухгалтерії вдома працює лише на комп'ютері, перевіряє цифрові дані фінансових документів, а в установі бере участь в нарадах, та займається іншою роботою, яка потребує контакту із працівниками.

Робота, яка виконується тільки вдома, за комп'ютером, має назву «телеробота». Фірма "Брітш Телеком" прогнозує, що до 2000 року телероботою буде зайнято 15% робочої сили. Якщо цей прогноз здійсниться, то з'явиться колосальний ефект: кількість автомобілів на дорогах зменшиться на 1.6 млн. одиниць, а бензину буде спалено на 7.5 млрд. літрів менше, фірми заощадять по 20 тис. фунтів стерлінгів (біля 33 тис. дол.) на рік на кожному працівникові, а самі працівники будуть економити по 750 фунтів стерлінгів в рік на бензині та витратах на дорогу.

Ще один з дійових методів мотивування - створення груп самоврядування. Для прикладу можна на досвід американської фірми «Digital Equipment», де такі групи сформувалися в управлінні загального обліку, який входить в один з 5-ти центрів управління фінансовою діяльністю. Групи самостійно вирішують питання з планування праці, проведення нарад, координації з іншими відділеннями. Члени груп по черзі беруть участь в нарадах менеджерів компанії.

### ***Завдання***

1. Обґрунтуйте, які особливості культурного середовища необхідно враховувати, обираючи метод мотивування працівників у закордонних компаніях?
2. Які види компенсаційних виплат ви знаєте і чи є можливим їх використання на вітчизняних підприємствах?

### ***Кейс «Управління трудовими ресурсами в компанії «Ford»***

Компанія „Ford” дослідила та розробила модель необхідних умінь. В центрі процесу відбору і найму знаходяться «Критерії лідерства Ford 2000». Це є погоджені знання, досвід, навички, цінності та особисті характеристики, якими повинні володіти працівники, щоб досягти успіху та зробити свій внесок у бізнес компанії. Сукупні вміння, які оцінюються не тільки при прийомі на роботу, але й в процесі подальших службових переміщень, є свого роду особовою справою кожного працівника. «Критерії лідерства Ford 2000» закладають основу, на якій базуються всі системи управління людськими ресурсами компанії. У „Ford” на додаток до основної функціональної освіти та досвіду, особа повинна мати:

- бажання вивчати та задовольняти вимоги клієнтів, що є цінністю для компанії;
- відданість роботі із членами команди з різними перспективами;
- зосередженість, інтенсивність, наполегливість та єдність навіть за скрутних обставин;
- здатність до пошуку альтернативних шляхів ведення бізнесу та випробування „статусу кво”;
- здатність чітко та свідомо обмінюватися інформацією;
- спроможність розв’язувати проблеми з урахуванням взаємозалежності.

При управлінні трудовими ресурсами в компанії суворо дотримуються правил обумовлених в Єдиному міжнародному кодексі правил етики та загальних принципів бізнесу. Кодекс містить сім загальних етичних принципів та шість груп етичних принципів, що стосуються споживачів, працівників, власників, інвесторів, постачальників, конкурентів. Нижче



наведено шість із десяти етичних обов'язків керівників, що стосуються їх ставлення до працівників:

Створювати умови праці, у яких дбають про здоров'я та не принижують гідності працівників.

Бути чесними у спілкуванні з працівниками та відвертим при наданні інформації (винятком є лише комерційні таємниці).

Прислуховуватися та реагувати на дискримінації щодо ідей працівників, їх думок, прохань та скарг.

Уникати дискримінації та гарантувати однакове ставлення й однакові можливості для людей будь-якої статі, віку, нації чи релігії.

Підвищувати людям посади на яких, справді, вони приносять користь.

Бути чутливим до серйозних проблем безробіття, вирішення яких часто уряду.

### ***Завдання***

1. Оцініть представлені критерії відбору кандидатів на вакантні посади і доповніть їх власними.

2. Розробіть власну методику проведення інтерв'ю (співбесіди) з кандидатами, враховуючи особливості міжнародного менеджменту в певній країні.

3. Проаналізуйте вищенаведені принципи бізнесу і доповніть їх.

4. Запропонуйте етичні принципи, які, на вашу думку, необхідно врахувати в Єдиному міжнародному кодексі етичних правил.

### ***Кейс «Особливості контролювання в міжнародних компаніях»***

У 1951р. В. Едвард Демінг провів семінар з контролю за якістю для японських робітників. Він запевняв, що для підвищення конкурентоспроможності, організації повинні починати з якості. Демінг також стверджував, що погана якість є на 85% проблемою поганого менеджменту, і на 15% проблемою робітників. Серед його рекомендацій щодо поліпшення якості можна виділити наступні:

- не допускати жодної толерантності до неякісних матеріалів,

некваліфікованої робочої сили, продукції та послуг;

- під час процесу, не чекаючи його закінчення, збирати статистичні дані про якість. Чим раніше помічено помилку, тим менше коштуватиме її виправлення;

- покладатися на постачальників, які зарекомендували себе реалізацією якісної продукції;

- робити ставку на навчання й підвищення кваліфікації робітників та використовувати статистичні методи в їхній роботі для поліпшення якості;

- заохочувати робітників звітувати про будь-які відхилення від вимог технології.

### ***Завдання***

1. Сформулюйте основні принципи і методи контролювання ресурсів, які необхідно впровадити на підприємстві, з метою забезпечення встановленої якості продукції.

2. Наведіть приклади щодо особливостей контролювання та регулювання на японських та європейських підприємствах.

### **Питання для поглибленого вивчення теми**

1. Проаналізуйте тенденції розвитку міжнародних економічних відносин.
2. Розкрийте поняття «Міжнародний бізнес» та проаналізуйте його.
3. Охарактеризуйте форми міжнародної підприємницької діяльності.
4. Дайте характеристику спільним підприємствам у міжнародному бізнесі та розкрийте механізм їх функціонування.
5. Проаналізуйте тенденції і проблеми розвитку МСП в Україні.
6. Яким чином відбувається регулювання міжнародної підприємницької діяльності?

## ТЕМА 5. ПІДПРИЄМНИЦЬКА ІДЕЯ І МЕХАНІЗМ ЇЇ ВТІЛЕННЯ

- 5.1. Пошук привабливих ідей бізнесу та їх джерела.
- 5.2. Комплексне оцінювання ідей.
- 5.3. Методи пошуку підприємницької ідеї.
- 5.4. Прийняття рішення про визначення типу підприємства.
- 5.5. Особливості створення нових підприємств у сучасний період.

*Ключові слова:* самокерована фірма, підприємницька фірма, підприємницька ідея, споживач, ліцензія

### 5.1. Пошук привабливих ідей бізнесу та їх джерела

Започаткування підприємницької діяльності здійснюється відповідно до певної технології створення бізнесу, що є специфічною для кожного конкретного випадку і залежить від сфери вибраної діяльності. Проте, попри особливості економічного та правового середовища, специфіки сфери діяльності, існують і загальні проблеми, з якими мусять мати справу підприємці. Однією з перших проблем є пошук підприємницької ідеї.

Пошук привабливої ідеї бізнесу - досить важке та відповідальне завдання підприємця, який має віднайти в ідеї можливість реалізувати свої знання і здібності. На цьому важливому етапі започаткування власного діла виникає проблема: де і як шукати нову підприємницьку ідею.

Джерела ідей можуть бути різними, починаючи від спеціальних досліджень і розробок, але найчастіше вони виходять від:

- споживачів;
- працюючих фірм;
- парламентів та урядів.

Споживач є по суті вихідним пунктом формування ідеї нового продукту або послуги. Тому потрібно вести пошук формальних і неформальних способів виявлення його думки, що може призвести до ініціювання споживачем перспективної ідеї бізнесу.

Детальний аналіз діяльності діючих фірм дає змогу знайти нові можливості

вдосконалення продукції, послуг тощо й обґрунтувати концепцію власного бізнесу.

Діяльність парламентів та урядів, періодично оприлюднювані її результати також можуть бути корисним джерелом нових підприємницьких ідей.

Власні або запозичені результати досліджень і розробок є чи не найбільш плідотворним джерелом нових ідей щодо бізнесової діяльності.

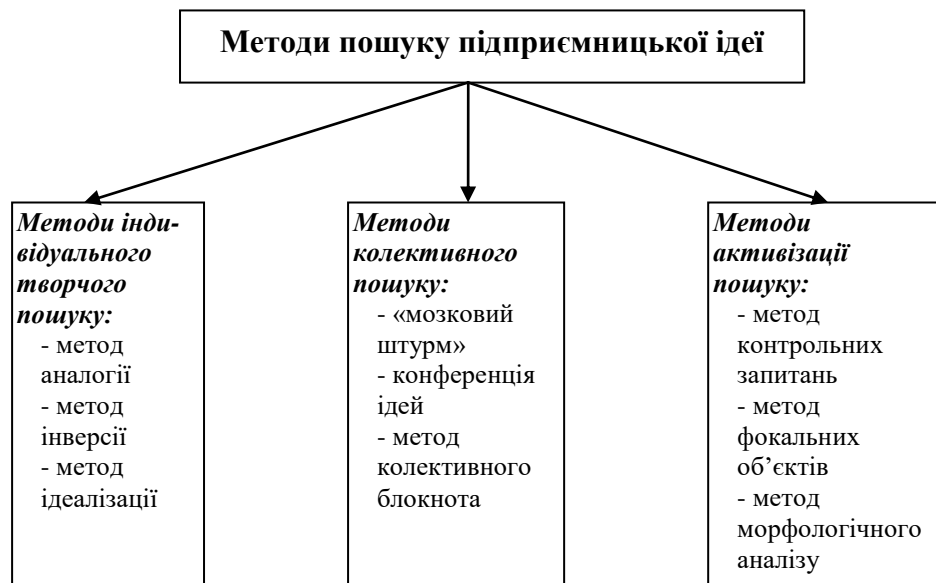
## **5.2. Комплексне оцінювання ідей**

У процесі пошуку і вибору підприємницької ідеї необхідно оцінювати шанси на успіх за практичної реалізації. Оцінювання нової ідеї повинно бути комплексним, тобто її потрібно розглядати з різних поглядів:

- рівня конкуренції на ринку відповідних товарів і послуг;
- наявності споживачів і знання їх потреб зараз та в майбутньому;
- виробничих можливостей фірми щодо продукування тих або інших необхідних ринку товарів;
- реальних можливостей залучення фінансових коштів (за необхідності - іноземних інвестицій);
- стабільності та гнучкості чинного законодавства у галузі господарювання підприємств;
- компетентності, досвіду й управлінських здібностей бізнесменів тощо.

## **5.3. Методи пошуку підприємницької ідеї**

Наука і практика розробили чимало методів творчого (евристичного) пошуку



підприємницької ідеї. Основні з них подані на рис. 5.1.

**Рис. 5.1. Методи пошуку підприємницької ідеї**

Метод аналогії передбачає використання чогось подібного до вже відомого рішення, "підказаного", наприклад, технічною, економічною або іншою літературою чи "підглянутого" у природі.

Метод інверсії – специфічний метод, що передбачає такі підходи до вирішення нової проблеми:

- перевернути "догори ногами";
- "вивернути" на протилежний бік;
- переставити місцями тощо.

Метод ідеалізації базується на ініціюванні уявлення про ідеальне вирішення проблеми, що може "наштовхнути" на усвідомлення якоїсь нової ідеї.

Порівняно з індивідуальними колективні методи є ефективнішими. Вони використовуються у другій групі методів пошуку підприємницької ідеї (рис. 5.1).

Метод "мозкового" штурму зводиться до творчої співпраці певної групи спеціалістів заради вирішення проблеми за допомогою проведення дискусії з конкретного кола питань. При цьому необхідно дотримуватись таких правил:

- не допускати критики і негативних коментарів щодо висловлювань

опонентів;

- не гудити нову ідею, якою б вона не була абсурдною з погляду можливої її практичної реалізації у сучасних умовах.

Метод конференції ідей відрізняється від методу "мозкового" штурму тим, що допускає доброзичливу критику у формі репліки або коментарю. Вважається, що така критика може підвищити цінність висунутих ідей.

Метод колективного блокнота поєднує індивідуальне висунення ідеї з колективною її оцінкою. При цьому кожний учасник отримує блокнот, у якому викладена суть проблеми, що вирішується. Протягом певного часу (місяця) кожний учасник обговорення записує у блокнот власні ідеї щодо вирішення певної проблеми. Потім блокноти отримує керівник групи учасників для узагальнення накопиченої інформації. Лише після завершення цієї процедури організовується творча дискусія і приймається відповідне рішення щодо нової підприємницької ідеї.

З метою активізації творчого процесу пошуку підприємницької ідеї використовується третя група методів:

Метод контрольних запитань. Його сутність полягає у тому, щоб ініціювати вирішення обговорюваної проблеми за допомогою певних запитань, що мають стимулювати власні міркування щодо висунутої нової ідеї. При використанні цього методу бажано мати попередньо розроблені блоки запитань (у багатьох країнах Заходу вони існують).

Сутність методу фокальних об'єктів зводиться до перенесення ознак випадково вибраних об'єктів на об'єкт, що потребує вдосконалення. Останній перебуває у фокусі перенесення і тому його названо фокальним. При цьому може виникнути ряд способів вирішення завдання. Досвід показує, що застосування цього методу дає добрі результати щодо пошуку нових модифікацій відомих технічних ідей і завдяки цьому дозволяє знайти прийнятну підприємницьку ідею відносно розробки й освоєння виробництва нових товарів.

Метод морфологічного аналізу заснований на використанні комбінаторики, тобто дослідженні всіх можливих варіантів, виходячи із закономірностей будови (морфології) об'єкта, що підлягає ви вченню і аналізу. Шляхом комбінування

варіантів можна отримати чимало різних рішень у процесі пошуку підприємницьких ідей. Цей метод уможливорює огляд усіх реальних рішень проблеми і вибір оптимального варіанта.

#### **5.4. Прийняття рішення про визначення типу підприємництва. Вибір типу та організаційно-правової форми підприємства**

Як відомо, підприємства (фірми) мають різну внутрішню виробничу й організаційну структуру залежно від галузевого підпорядкування, організаційно-правової форми та насамперед їхнього типу

При створенні нового підприємства виникає необхідність визначити (вибрати) тип підприємства, що залежить від бажання підприємця вибрати певний спосіб процедури прийняття рішення, яке в приватному секторі можна приймати на колективній основі або на основі єдиноначальності. У зв'язку з цим розрізняють два типи підприємства:

- самокерована фірма (підприємство);
- підприємницька фірма (підприємство).

Самокерована фірма являє собою такий тип підприємницької структури, де рішення щодо діяльності підприємства приймаються на колективній основі.

Підприємницька фірма належить до підприємницьких структур, де сам підприємець виконує функцію одноосібного прийняття рішень. Необхідно зазначити, що коли йдеться про тип підприємства, то мається на увазі спосіб прийняття рішень, а не форма власності (підприємство може належати одній особі, але бути самокерованою структурою).

Варто нагадати, що історично первинним було тривале існування підприємницьких фірм, самокеровані системи з'явилися потім, коли економічне і підприємницьке середовище уможливило реалізацію принципу економічної демократії. У нас спостерігається перехід від "соціалістичного" типу підприємств до самокерованих, а не до підприємницьких, без урахування обставин (історичних) перехідного періоду. За умов такої "економічної демократії", коли приватизація здійснюється через "розпорошення" прав власника між усіма працюючими, демократичні засади в економіці призводять до хаотичного

(невпорядкованого) розвитку виробництва.

Створення нового підприємства регламентується законами, підзаконними актами і судовою практикою. В Україні законодавчою базою для заснування нових підприємств зараз є насамперед Господарським та Податковим кодексами України.

Приймаючи рішення про вибір тієї або іншої організаційно-правової форми, підприємець повинен:

1) визначити потрібний йому рівень і обсяг можливих прав та обов'язків, що залежить від профілю і змісту майбутньої підприємницької діяльності, можливого кола партнерів, співвідношення найбільш доцільної форми організації підприємництва і можливостей, що надаються чинним законодавством. Одна справа, коли підприємець передбачає здійснювати ряд одноразових підприємницьких проектів, зовсім інша - коли підприємницька ідея може бути зведена до довготривалого повторення певного виробничого циклу. Можливий інший випадок: підприємницька ідея може здійснюватися без тісної кооперації з партнерами (наприклад, організація консалтингової фірми) або для практичної реалізації потребує обов'язкової, добре налагодженої виробничої кооперації (наприклад, виробництво будь-якого багатокomпонентного виробу);

2) вирішити питання про форму створення статутного фонду заснованого підприємства, що також залежить від конкретного змісту майбутнього підприємництва, власних можливостей, масштабів діяльності, рівня конкуренції у тій галузі, в яку підприємець має намір проникнути. Зокрема експерти стверджують, що для започаткування будь-якого сучасного виробничого підприємництва потрібно мати достатньо потужний стартовий капітал;

3) ретельно зважити і вибрати найбільш ефективну форму організаційної побудови підприємства, яке бажано створити, і схему управління останнім, спираючись на зарубіжний та вітчизняний досвід підприємницької діяльності.

У правовому відношенні наявна в Україні законодавча база дозволяє підприємцю вибрати будь-яку організаційно-правову форму заснованого підприємства з різною формою власності. При цьому варто наголосити, що коли йдеться про створення нових підприємств, передусім мають на увазі малі форми



підприємницької діяльності. Чинне законодавство у переліку можливих організаційно-правових форм не дає тлумачення поняттю «мале підприємство». Проте малим підприємством може бути визнане й акціонерне товариство, і товариство з обмеженою відповідальністю, і індивідуальне підприємство, оскільки законодавство України зараховує до малих підприємств виробничі структури залежно від кількості їхніх працівників та річного доходу від будь-якої діяльності.

Відповідно до Господарського кодексу України можна заснувати:

- приватне індивідуальне (сімейне) підприємство;
- товариство з обмеженою відповідальністю;
- акціонерне товариство.

Крім того, закон дозволяє створення повного і змішаного командитного товариств, а також об'єднань підприємств. Якщо до такого переліку додати державні і муніципальні підприємства, а також ті, які функціонують на основі оренди та викупу майна трудовими колективами, то отримаємо повний спектр можливих форм підприємницької діяльності.

Важливо зазначити, що підприємницьку діяльність можна здійснювати й без набуття статусу юридичної особи. Проте така форма підприємництва має відповідати двом обов'язковим умовам: перша - відсутність використання найманої праці; друга - обов'язкове реєстрування у місцевих органах влади як індивідуальної трудової діяльності. Можна також створювати кооперативи як товариства з обмеженою відповідальністю. При виборі певної форми підприємницької діяльності треба враховувати переваги і вади кожної форми організації бізнесу, що детально викладені у першому розділі.

### **5.5. Особливості створення нових підприємств у сучасний період**

Нагромаджений вітчизняний і світовий досвід господарювання свідчить про те, що будь-який підприємець на початку існування у сфері підприємницької діяльності має подолати "доріжку" кроків, спрямованих на формування власного бізнесу. У загальному випадку такі кроки за змістом і послідовністю можуть бути такими, як:

- 1) пошук і знаходження своєї господарсько-ринкової ніші на вітчизняному чи світовому ринку;
- 2) свідомий вибір форми підприємницької діяльності (індивідуальне або колективне підприємництво);
- 3) усвідомлення та розробка власних стратегії і тактики вибраного бізнесу, виходячи із загальної ситуації на ринку;
- 4) придбання засобів реалізації підприємницької ідеї - технічних засобів і предметів праці; найм необхідних працівників;
- 5) встановлення ринкової ціни на виріб (надану послугу);
- 6) започаткування конкретного виробництва, визначення каналів збуту власної продукції.

Успішне подолання цих кроків у цілому має засвідчити здатність конкретної особи до здійснення ефективної підприємницької діяльності і дає змогу безпосередньо наблизитись до практичної реалізації формальної акції - підготовки документів для заснування, державної реєстрації та ліцензування діяльності започаткованої власної фірми.

## Література

1. Амосов О. Ю. Економіка підприємства : навчальний посібник для самост. вивчення дисципліни / О. Ю. Амосов, М. А. Латинін - К. : Вид-во ХарРІ НАДУ "Магістр", 2008. - 168 с.
2. Бойчук І. М. Економіка підприємства: навчальний посібник / І. М. Бойчук. – К. : Атіка, 2007. - 528 с.
3. Основи бізнесу : [навчальний посібник] / Я. С. Ларіна, С. В. Мочерний, В. М. Фомішина, С. І. Чеботар – К. : Академвидав, 2009. – 384 с.
4. Чернодон В. І. Внутрішній економічний механізм підприємства: навчальний посібник / В. І. Чернодон. – Тернопіль : «Підручники і посібники», 2010.– 280 с.
5. Шваб Л. І. Основи підприємництва: навчальний посібник / Л. І. Шваб. - К. : Каравела, 2006. - 343 с.

## Тести для самоконтролю

### 1. Джерелами ідеї не можуть бути:

- а) попит споживача;
- б) попит працюючих фірм ;
- в) вимоги парламентарів і урядів;
- г) правильної відповіді немає.

### 2. До методів індивідуального творчого пошуку належать:

- а) метод аналогії;
- б) метод аналізу ;
- в) метод інверсії ;
- г) метод ідеалізації.

### 3. До методів колективного пошуку не належать:

- а) метод "мозкового штурму";
- б) метод фокальних об'єктів;
- в) метод конференції ідей;
- г) метод колективного блокнота.

### 4. Методами пошуку підприємницької ідеї не є:

- а) методи активізації пошуку;
- б) методи колективного пошуку;
- в) методи індивідуального творчого пошуку;
- г) методи математичного моделювання.

### 5. До комплексного оцінювання ідей належать:

- а) рівень конкуренції;
- б) наявність споживачів;
- в) виробничі можливості;
- г) інвесторські можливості;

д) всі відповіді правильні.

**6. Чи має право підприємець відновити загублену ліцензію**

- а) так
- б) в окремих випадках
- в) ні
- г) за рішенням суду

**7. Ліцензія видається на кожний вид діяльності**

- а) так
- б) ні
- в) юридичним особам
- г) громадянам України

**8. Ліцензія видається на строк:**

- а) 1 рік            г) 4 роки
- б) 2 роки        д) безстроково
- в) 3 роки

**Питання для поглибленого вивчення теми**

1. Що таке підприємницька ідея? Охарактеризуйте джерела її утворення.
2. Охарактеризуйте групи методів пошуку підприємницької ідеї.
3. Вкажіть характеристику основних вимог, яким мають відповідати сформульовані цілі підприємництва.
4. Назвіть та охарактеризуйте особливості створення малого підприємства внаслідок відокремлення структурних підрозділів.
5. Охарактеризуйте функції засновників у процесі створення нового підприємства.

## ТЕМА 6. ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ КАПІТАЛ

6.1. Економічна й елементна структура підприємницького капіталу фірми.

6.2. Порядок формування підприємницького капіталу та його особливості у сучасній економіці.

6.3. Джерела формування підприємницького капіталу в Україні.

*Ключові слова:* капітал, основний капітал, оборотний капітал, кредит, позика.

### **6.1. Економічна й елементна структура підприємницького капіталу фірми**

Без наявності стартового капіталу здійснення підприємницької діяльності неможливе. Чим потужніше й ефективніше використовується капітал підприємства, тим значніші результати діяльності фірми.

Капітал може існувати у матеріальній і ментальній (знання, здібності, "ноу-хау") формі.

Капітал – це матеріальні та грошові кошти, а також інтелектуальні надбання, які використовуються у процесі виробництва і його обслуговування та є джерелом і засобом отримання прибутку.

Підприємницький капітал має свою економічну структуру, яка складається з окремих елементів:

1. Технічні засоби виробництва.
2. Матеріальні оборотні кошти виробництва (грошовий обіг, кошти фонду оплати праці, оборотні фонди, кошти на рахунку в банку).
3. Об'єкти інтелектуальної власності (вартість власної підприємницької ідеї, патенти, авторські права на винахід).

За економічним значенням підприємницький капітал поділяють на основний та оборотний.

Основний капітал – це ті засоби виробництва, за допомогою яких фірма виготовляє і реалізує власну продукцію. До нього належать: будинки, споруди, верстати, виробниче обладнання, транспортні засоби.

Оборотний капітал – включає все те, що проходить через фірму і призначене для виробничого й особистого споживання або продажу на ринку (сировина, матеріали, готівка, кошти на оплату праці персоналу, реалізована або нереалізована готова продукція)

Розподіл капіталу на основний і оборотний має практичне значення у зв'язку з різницею у часі, кругообігу та періодом повернення та строком використання.

Організація нового підприємства будь-якого типу неминуче пов'язана з наявністю достатнього капіталу. Обсяг капіталу залежить від планів підприємця, їх складності, масштабності реалізації ідеї на практиці, а також залежить від галузі, в якій впроваджується підприємницька ідея. Наявний підприємницький капітал - це сукупність усіх витрат у грошовій формі, які необхідно здійснити задля реалізації проекту й отримання економічного ефекту. Він може створювати імідж підприємцю як діловій людині, бути гарантом для досягнення комерційного успіху у власній діяльності. Потрібний розмір початкового капіталу визначається на основі економічних розділів щодо конкретного проекту, а конкретний проект розробляється на основі підприємницьких ідей. При визначенні суми стартового капіталу використовують відповідну схему, за якою можна приблизно визначити суму фінансових коштів.

Відштовхуючись від цієї суми, підприємець повинен скласти план інвестицій, тобто обґрунтований план вкладення коштів в усі заходи, які необхідно здійснити для реалізації проекту. Такі розрахунки здійснюються у процесі розробки бізнес плану. При розрахунку інвестиційного плану доцільно використовувати різні можливі варіанти, що впливають на формування окремих складових підприємницького капіталу.

**Приклад 1.** Необхідні приміщення можна купити або взяти в оренду. Якщо приміщення взято в оренду, то орендна плата за нього буде включена у вартість товару фірми. Отже передбачати інвестиції на це не потрібно.

**Приклад 2.** Можна купити не нове обладнання, або придбати його на засадах лізингу, тим самим помітно скоротити стартовий капітал.

**Приклад 3.** При визначенні суми потрібної готівки треба неодмінно враховувати проміжок часу між започаткуванням підприємства й отриманням перших доходів.

Залежно від тривалості такого періоду необхідно корегувати обсяг фінансових коштів, які відповідають статтям передбачуваних витрат. У процесі розрахунків стартового підприємницького капіталу слід не шкодувати часу на аналіз можливих варіантів і вибирати той варіант, який забезпечить мінімальну кількість інвестиційних Ресурсів при найбільшому прибутку від них.

## **6.2. Порядок формування підприємницького капіталу та його особливості у сучасній економіці**

У сучасних умовах функціонування економіки України формування підприємницького капіталу має свої особливості, які зумовлені:

- 1) відсутністю необхідної інфраструктури;
- 2) готовністю держави сприяти практичній реалізації суспільне важливих підприємницьких проектів.

Як свідчить зарубіжний досвід, формування підприємницького капіталу може здійснюватись відповідно до концепції механізму прихованих партнерських зв'язків, зміст якої можна звести до таких дій:

- 1) розгляд конкретного підприємницького проекту;
- 2) розподіл проекту на окремі складові;
- 3) кожна складова проекту розглядається серед партнерів;
- 4) виготовлення товару;
- 5) підприємець здійснює складання операцій (пакування, маркування);
- 6) відправка товару й отримання грошей;
- 7) підприємець розраховується з партнерами.

Після закінчення 1-го циклу «Виготовлення і реалізація продукції» підприємець починає новий цикл, який масштабніший, ніж перший. Використовуючи перелічені умови, настає потреба витратитись на формування власних виробничих потужностей, на оренду, а також на все інше. Тобто виробництво можна почати й без капіталу, але це можливо лише тоді, коли

партнери не вимагатимуть попередньої оплати або можна отримати кредит від посередника.

Концепція механізму прихованих партнерських зв'язків за певних умов вказує вихід зі складного середовища, крім того, вона дозволяє використати можливість формування підприємницького капіталу через прийняття на себе відповідних партнерських зобов'язань (впровадження франчайзингу).

#### *Особливості формування у сучасний період*

За теперішніх умов функціонування економіки України, її галузевих концентрованих утворень (це властиво й іншим країнам, що стали на шлях радикальних ринкових перетворень) формування підприємницького капіталу в перехідний період має свої особливості, зумовлені відсутністю як необхідної інфраструктури, так і готовності (можливості) держави сприяти практичній реалізації суспільного значення підприємницьких проектів.

У ситуації, що склалася, формування підприємницького капіталу може здійснюватись, як свідчить зарубіжний досвід, відповідно до концепції механізму прихованих партнерських зв'язків, її зміст зводиться до таких дій (заходів):

- 1) розробляється конкретний підприємницький проект;
- 2) здійснюється розподіл проекту на окремі складові;
- 3) проводиться розміщення замовлень на виробництво кожної складової загального проекту (окремого виду продукції або послуги);
- 4) у міру виготовлення окремих видів товару партнери поставляють їх автору (розробнику) цілісного проекту;
- 5) підприємець здійснює складальні операції, пакує і маркірує товар;
- 6) підприємець поставляє готовий товар споживачам і отримує від них гроші;
- 7) отримавши гроші, підприємець розраховується зі своїми партнерами;
- 8) після закінчення першого циклу виготовлення і реалізації продукції підприємець розпочинає новий цикл, масштабніший за перший.

Виробництво товару за названих умов можна започаткувати майже з «нульовим» капіталом, оскільки не треба витратись на формування власних



виробничих потужностей, оренду, а також на все інше, що необхідно для виробництва. Однак це можна здійснити тільки тоді, коли партнери-виробники не вимагають попередньої оплати або є можливість отримати кредит від посередника (торгового агента) чи банківський кредит.

З викладеного вище можна зробити важливий висновок: концепція механізму прихованих партнерських зв'язків за певних умов може вказати вихід зі складного становища. Крім того, ця концепція дозволяє використати ще одну можливість формування підприємницького капіталу - через прийняття на себе відповідних партнерських зобов'язань, тобто використання особливої форми підприємницької діяльності - франчайзингу.

### **6.3. Джерела формування підприємницького капіталу в Україні**

Зрештою виникає найголовніше запитання: де можна взяти (як формувати) потрібний підприємницький капітал? Розв'язання цього завдання вимагає шляхом порівняльного аналізу вибрати метод формування підприємницького капіталу, який був би прийнятним і найбільш ефективним. У межах цієї проблеми слід виявити можливі способи формування підприємницького капіталу

- перший - фінансові підсумки попередньої підприємницької діяльності (власної або успадкованої);
- другий - особисті заощадження (не лише у грошовій, а й речовій, товарній формі);
- третій - позичкові кошти, тобто отримані в борг з певними зобов'язаннями (скажімо, сплата встановленого відсотка за рік).

Значного поширення в Україні набуває третій спосіб формування початкового статутного капіталу, це так зване «зростання з нуля». При цьому варто зазначити, що отримати кредит не так просто потрібна тверда гарантія щодо його вчасного повернення. Такої гарантією може бути якість підприємницького проекту, точність економічних розрахунків, висока ймовірність значного ефекту, швидкооборотність і окупність капіталу.

З огляду на економічне розуміння не потрібно плутати (ототожнювати)

терміни "позика" і "кредит" (хоч кредит іноді виступає формі позики - безвідсоткового кредиту).

Позика (позичка) – це вид господарсько-економічної операції, процесі здійснення якої одна сторона (позикодавець) передає іншій стороні (позичальнику) у тимчасову власність гроші або товари (речі: а позичальник зобов'язується повернути таку ж суму чи кількість товару в обумовлений строк. Отже, позика надається завжди їм умовах повернення, але без комерційного зиску, тобто безкоштовні

Кредит – господарсько-економічна операція з надання одною стороною (юридичною особою) іншій (юридичній або фізичній особі) грошей чи певного товару в борг (строкове користування на засадах повернення) і, як правило, за певну плату (сплату встановленого відсотка від загальної суми кредиту). Кредитні операції багатонаправленими і порівняно численними. У зв'язку із цим їх варто групувати (класифікувати) за певними ознаками.

За ознакою залежності від форми забезпечення (застави) насамперед відокремлюють так звані бланкові позички, тобто позички без будь-якого забезпечення (матеріального чи фінансового). Вексельні, підтоварні та фондові кредити означають кредитні операції, що здійснюються під заставу, відповідно, векселів, товарних цінностей (майна) і цінних паперів.

Будь-які кредити можуть мати різні строки повернення. Існують так звані *онкольні кредити*, тобто кредити до запитання, які повертаються на першу вимогу кредитора. *Коротко-, середньо- та довгострокові кредити* надаються на термін: до одного року, від одного до п'яти років, понад п'ять років.

До найчисленнішої категорії позичальників належать фірми (підприємства, організації, установи), яким надаються відповідні кредити для поповнення власних оборотних коштів або для інвестування різних за призначенням об'єктів.

За відносно великими розмірами є сільськогосподарські кредити, які часто отримують колективні господарства і фермери для придбання сільськогосподарської техніки, паливно-мастильних матеріалів, мінеральних добрив, гербіцидів тощо. Кредити посередникам фондового

ринку й іпотечні, що надаються під заставу, відповідно, цінних паперів і нерухомості, набули поширення в Україні в період 2007-2008 р., а на сьогоднішній день їх кількість зменшується.

Основним способом погашення кредитів є разове повернення зі сплатою певного відсотка за користування ними. Разом з тим можливе повернення кредитних ресурсів *на виплат*, тобто здійсненням кількох послідовних платежів у межах загальної суми кредиту з урахуванням відсотка за користування ним.

В Україні визнано за необхідне розрізняти можливі методи стягнення відсотка за кредит. Певний відсоток дозволяється сплачувати в момент надання або повернення кредиту, а також внесками відповідних сум через певні (рівномірні) проміжки часу. Такі методи забезпечують більшу гнучкість і ефективність системи кредитування.

На етапі реалізації підприємницького проекту підприємець приймає Рішення щодо вибору найбільш прийняттого способу формування підприємницького капіталу, яке повинно базуватись на результатах порівняльного аналізу всіх доступних на даний час можливостей Формування капіталу. Доступними вважаються всі виявлені джерела формування капіталу.

Наприклад, при започаткуванні ідеї була вже відома загальна потреба у капіталі. Для прийняття остаточного рішення необхідно побудувати схему можливих джерел формування капіталу. Ілюстративний приклад наведено у табл. 6.1.

Таблиця 6.1

**Схема можливих варіантів формування підприємницького капіталу**

Елементи капіталу	Можливі джерела	Витрати на річне погашення, тис. гривень	Сегментне рішення (1)
1. Будівля	• оренда • купівля • спільне виробництво (2)	100600 150	•»•
2. Обладнання офісів	• оренда, лізинг • купівля	20200	+
3. Устаткування цеху	• купівля (3)	200	+
4. Верстати, прилади та інструменти	• лізинг • купівля	50500	+
Автомобільний транспорт	• лізинг • купівля	30300	+

Загальна потреба у капіталі, у тому числі: на початок реалізації проекту; на кінець року (4)	Підсумкові джерела: купівля — 1 ; купівля – 3; оренда — 2; лізинг - 4; лізинг - 5	900 800 100	X X X
Джерело необхідного капіталу	Підсумки господарської діяльності. Кредит банку. Позичкові кошти партнерів	100500300	X X X

Нижче даються необхідні пояснення:

(1) - сегментним є рішення, що приймається за кожним конкретним пунктом табличної схеми визначенням найбільш доцільного варіанта з усіх наявних ("+" - варіант, якому надається перевага);

(2) - спільним є виробництво (кооперація), що здійснюється на основі договору, за яким підприємець отримує право користуватися будівлею, але певну частину виготовленої продукції передає партнеру-власнику;

(3) - для обладнання цеху є лише одна можливість - купівля технічних засобів виробництва;

(4) - сума витрат на кінець року охоплює платежі за оренду обладнання офісів (20 тис. грн.) і лізинг верстатів, приладів, інструментів (50 тис. грн.), автомобільного транспорту (30 тис. грн.).

У табл. 6.1 наведено умовний приклад формування підприємницького основного капіталу. Те саме необхідно здійснити відносно оборотного капіталу, враховуючи у розрахунках конкретні його складові і можливі варіанти джерел фінансування.

Зрозуміло, що на момент початку реалізації підприємницького проекту виявити (розрахувати) з достатньою точністю всі потреби у фінансових ресурсах досить складно. Тому варто передбачати резервні кошти. При формуванні стартового (початкового) підприємницького капіталу підприємець повинен враховувати не тільки його загальну величину у вартісному виразі, а й прогнозовану економічну вигоду від вкладення у власне діло.

Для цього він має визначити з достатньою вірогідністю очікувані прибутковість підприємницького проекту і строк окупності капіталу (інвестицій), розрахований з використанням показника чистого прибутку.

Реальна можливість сформуванню необхідний стартовий капітал разом з бажанням і здатністю започаткувати власне діло є обов'язковою передумовою здійснення потрібної суспільству ефективної підприємницької діяльності, її активне та вміле використання сприятиме Розвитку економіки України і підвищенню добробуту населення.

## Література

- 1.Кривов'язюк І. В. Підприємництво в умовах ринку : навчальний посібник для ВНЗ / І. В. Кривов'язюк. – К. : Кондор, 2009. – 840 с.
2. Крупка Ю. М. Правові основи підприємницької діяльності: навчальний посібник. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 480 с.
3. Основи бізнесу : [навчальний посібник] / Я. С. Ларіна, С. В. Мочерний, В. М. Фомішина, С. І. Чеботар – К. : Академвидав, 2009. – 384 с.
4. Покропивний С. Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність : навчальний посібник / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. – Львів : Оскарт, 1996. – 352 с.

## Тести для самоконтролю

**1. Матеріальні та грошові кошти, а також інтелектуальні надбання, які використовуються у процесі виробництва і його обслуговування, є джерелом і засобом отримання прибутку - це:**

- а) основний капітал;
- б) оборотний капітал;
- в) інтелектуальний капітал;
- г) усі відповіді правильні.

**2. Обсяг капіталу залежить від:**

- а) планів підприємця і їх складності;
- б) масштабності реалізації ідеї на практиці;
- в) галузі, у якій впроваджується підприємницька ідея;
- г) усі відповіді правильні .

**3. Засоби виробництва, за допомогою яких фірма виготовляє реалізує власну продукцію, - це:**

- а) основний капітал;
- б) оборотний капітал;
- в) інтелектуальний капітал;
- г) правильної відповіді немає.

**4. Господарська економічна операція з надання однією стороною іншій грошей чи певного товару в борг за певну плату - це:**

- а) позика;
- б) кредит;
- в) інвестиція;
- г) правильної відповіді немає.

**5. Кредити, які повертаються на першу вимогу кредитора, тобто кредити до запитання - це:**

- а) короткострокові кредити;
- б) позика;
- в) онкольні кредити ;
- г) правильної відповіді немає.

**6. Довгострокові позички, які надаються під заставу нерухомості (землі та будинків виробничого значення), - це:**

- а) онкольні кредити;
- б) іпотечні кредити;
- в) кредити посередникам фондового ринку;
- г) правильної відповіді немає.

**7. Здатність активів фірми до використання їх як безпосередніх засобів платежу або до швидкого їх перетворення у грошову форму без втрати поточної (реальної) вартості - це:**

- а) ліквідність активів;
- б) капітал;
- в) інвестиції;
- г) лізинг.

**8. Усі грошові витрати, які необхідно здійснити для практичної**

**реалізації підприємницького проекту й отримання очікуваного економічного ефекту - це**

- а) позичковий капітал;
- б) власний капітал;
- в) підприємницький капітал;
- г) початковий капітал.

### **Питання для поглибленого вивчення теми**

1. Дайте визначення поняттю "капітал" і розкрийте його економічну сутність.
2. Охарактеризуйте елементний склад підприємницького капіталу.
3. Розкрийте зміст основного й оборотного капіталу.
4. Відповідно до якої концепції може здійснюватися формування підприємницького капіталу. До яких дій може призвести зміст цієї концепції?
5. Охарактеризуйте особливості формування підприємницького капіталу в сучасний період.
6. Розкрийте зміст факторів, які впливають на обсяг капіталу.

## ТЕМА 7. УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

7.1. Державне регулювання інвестиційної діяльності.

7.2. Завдання і функції процесу управління інвестиційною діяльністю.

7.3. Джерела формування інвестиційного потенціалу.

7.4. Методи фінансування інвестиційних програм і проєктів.

7.5. Аналіз і оцінка інвестиційної діяльності як потенційного об'єкта інвестування

*Ключові слова:* інвестиції, інвестиційна діяльність, інвестиційний потенціал, інвестиційний селенг, інвестиційний лізинг

### 7.1. Державне регулювання інвестиційної діяльності

Раціональна реалізація інвестиційної політики фірми є важливою запорукою успіху підприємницької діяльності, суб'єктами якої є: держава, юридичні особи України та інших держав: українські та іноземні громадяни, а об'єктами можуть бути створювані і (модернізовані) основні засоби, поповнення до нормативного рівня обігових коштів, науково-технічна продукція, інтелектуальні цінності.

Підвищення інвестиційної активності повинна стати основною проблемою інвестиційної політики фірми. Воно потребує створення певних передумов: зниження рівня (темрів) інфляції; стабілізації національної валюти; вдосконалення системи оподаткування; збільшення заощаджень населення; стабільності протягом тривалого часу основних законодавчо-нормативних актів, що регулюють різні аспекти інвестиційної діяльності.

Держава повинна активно здійснювати заходи щодо стимулювання приватних інвестицій, включаючи спеціально створювані інвестиційно-фінансові інституції. Активна інвестиційна діяльність завжди є важливою ознакою динамічного розвитку підприємництва і позитивно впливає на зростання його соціально-економічної ефективності. Створення сприятливого інвестиційного клімату в державі, галузі, регіоні або в окремій фірмі пов'язане з чітким регулюванням інвестиційної діяльності.

Поряд з правами фірм-інвесторів чинне законодавство передбачає певні їхні



обов'язки. Зокрема, інвестор повинен: подавати до фінансових органів декларацію про обсяги та джерела здійснюваних ним інвестицій; отримати необхідний дозвіл державних органів і спеціальних служб на капітальне будівництво; мати висновки (результати) обов'язкової експертизи інвестиційних проектів щодо дотримання технологічних, санітарно-гігієнічних, радіаційних, екологічних та архітектурних вимог; придбати ліцензію на виконання спеціальних видів робіт

Крім того, суб'єкти інвестиційної діяльності зобов'язані: дотримуватись державних норм і стандартів; подавати своєчасно відповідним органам бухгалтерську та статистичну звітність; не допускати недобросовісної конкуренції; виконувати вимоги антимонопольного регулювання.

Прийняття законів та інших нормативних актів, що регулюють інвестиційну діяльність, належить до найважливіших умов інвестиційної політики. Законодавчі акти цієї політики регулюють інвестиційну діяльність суб'єктів підприємництва у різних організаційно-економічних формах (рис. 7.1).

1. *Регулювання об'єктів і сфер інвестування* визначає загальні вимоги до їх вибору та формує найбільш пріоритетні напрями вкладання капіталу.

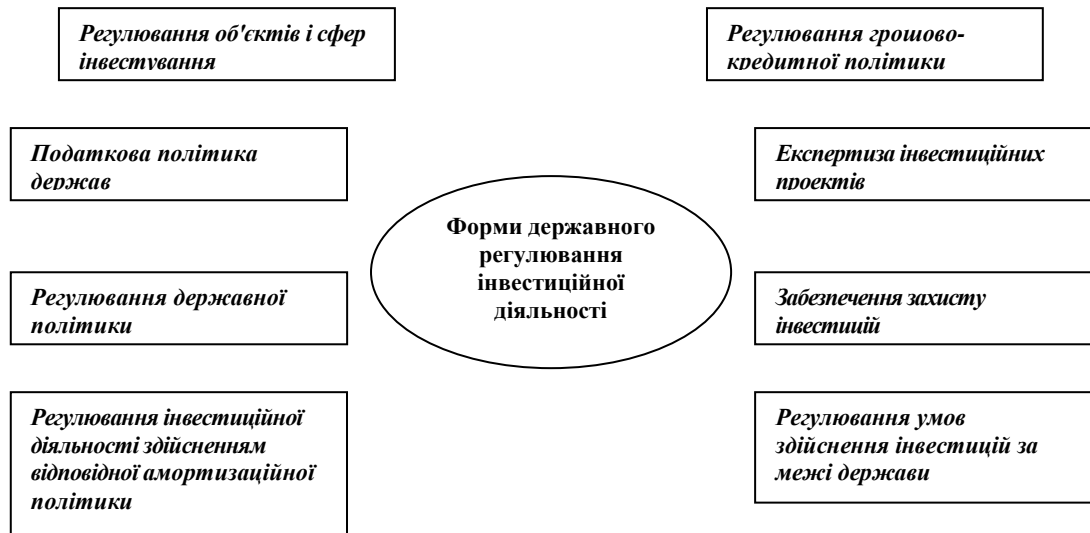
Умови договорів, укладених між суб'єктами інвестиційної діяльності, зберігають свою чинність на весь строк дії цих договорів і у випадках, коли після їх укладення законодавством встановлено умови, що погіршують становище суб'єктів або обмежують їх права, якщо вони не дійшли згоди про зміну умов договору.

Державні органи та їх посадові особи не мають права втручатися в діяльність суб'єктів інвестиційної діяльності, крім випадків, коли таке втручання допускається чинним законодавством і здійснюється в межах компетенції цих органів та посадових осіб.

2. *Податкова політика держави* вважається одним із найвагоміших напрямків регулювання інвестиційної діяльності.

Важлива роль в активізації інвестиційної діяльності засобами податкової політики належить загальному рівню оподаткування та ставкам окремих податків, які формують обсяги прибутків господарюючих суб'єктів.

Стратегічною метою податкової політики є створення стабільної податкової системи, яка забезпечувала б достатній обсяг надходжень до бюджетів усіх рівнів, ефективне функціонування економіки, створення умов для подальшого інтегрування України до світової економіки.



**Рис. 7.1. Основні форми діяльності державного регулювання інвестиційної діяльності**

3. *Регулювання державної політики* у сфері приватизації спрямовується на: заміну фіскальної моделі приватизації інвестиційною та інноваційною; приватизацію великих підприємств та підприємств-монополістів за окремими планами шляхом продажу контрольних пакетів акцій промисловим інвесторам; технічне та технологічне поновлення підприємств за рахунок частини коштів, що надійдуть від приватизації;

4. *Регулювання інвестиційної діяльності здійсненням відповідної амортизаційної політики.*

Значний вплив на рівень інвестиційної активності в Україні має й амортизаційна політика, яка має бути спрямована на підвищення фінансової заінтересованості суб'єктів господарювання у здійсненні інвестицій в основний капітал за рахунок коштів власних амортизаційних фондів.

Основними напрямками державної амортизаційної політики є:

- створення економічної та правової бази для запровадження раціональних рівнів споживання, відшкодування та оновлення основного капіталу;

- обмеження державного регулювання у сфері амортизаційної політики та стимулювання інвестиційної ініціативи суб'єктів господарювання;

- розмежування практики нарахування амортизаційних відрахувань відповідно до її економічної та податкової ролі;

- стимулювання суб'єктів господарювання до застосування прискореної амортизації та її інвестиційного спрямування у шляхом надання податкових знижок;

5 *Регулювання грошово-кредитної політики*, яка проводиться Національним банком України, і в рамках якої можуть застосовуватися інструменти прямого державного регулювання. Основними напрямками державної грошово-кредитної політики в стимулюванні інвестиційних процесів в Україні мають бути:

- створення правового механізму регулювання економіки, який забезпечить фінансово-кредитним установам належне місце в регулюванні інвестиційного процесу;

- створення системи законодавчих актів, які б створювали умови для поєднання фінансових ресурсів, банківського та промислового капіталів, реалізації інвестиційних проектів за рахунок позичкових коштів, забезпечували б гарантії та захист у відносинах банків із клієнтами, розширювали зону банківських операцій та послуг на інвестиційному ринку;

- визначення державної політики щодо оподаткування фінансового капіталу, зокрема, оптимізації податків на прибуток кредитних установ, які здійснюють інвестиційне кредитування;

- врегулювання ризику й рівня прибутковості операцій, пов'язаних з інвестиціями, а також правових умов перетворення короткострокових фінансових ресурсів у довгострокові.

б. *Експертиза інвестиційних проектів* є обов'язковою в Україні для об'єктів, що реалізуються за рахунок бюджетних і позабюджетних коштів. Інвестиції за

рахунок інших джерел підлягають державній експертизі щодо дотримання екологічних і санітарно-гігієнічних вимог. Особливі вимоги ставляться до експертизи іноземних інвестицій. Такі інвестиційні проекти повинні:

- сприяти створенню нових робочих місць на підприємствах;
- забезпечувати впровадження ресурсозберігаючих і екологічно безпечних технологій;
- орієнтувати на зниження енерговитрат і раціональне використання сировинної бази України;
- бути конкурентоспроможними на міжнародному ринку.

Експертизу таких проектів здійснює Агентство міжнародного співробітництва та інвестицій (АМСІ), спираючись на висновки створюваної цією ж організацією незалежної експертної комісії.

7. *Забезпечення захисту інвестицій* здійснюється державними органами управління економікою України у різних формах. Передусім Держава гарантує такий захист усім інвесторам (інституціональним та індивідуальним). Останні мають однаковий правовий режим інвестиційної діяльності. Законодавство передбачає умови і порядок вивезення вкладених цінностей і результатів інвестування (прибутку). Приватні інвестиції не можуть бути безкоштовно націоналізовані чи реквізовані. У передбачених чинним законодавством випадках це може зробити держава з відшкодуванням у повному обсязі всіх збитків, пов'язаних з припиненням інвестиційної діяльності, включаючи втрачений зиск і моральні втрати.

8. *Регулювання умов здійснення інвестицій за межі держави* покладено на Національний банк України. Відповідно до чинних нормативних актів існують певні правила (умови) надання індивідуальних ліцензій на здійснення резидентами інвестицій за кордоном. Зокрема:

- резиденти (постійно функціонуючі представники) можуть здійснювати інвестиції за межі України: взявши участь у спільно створюваних з іноземними юридичними (фізичними) особами підприємствах; створивши за кордоном фірми (філії), що повністю належать вітчизняним інвесторам; придбавши нерухоме та рухоме майно, цінні папери тощо;

- інвестиції за кордоном здійснюються резидентами виключно за рахунок власних коштів; використання для цього позичкових коштів заборонено;
- усі види грошових інвестицій за кордон мають здійснюватися лише у безготівковій формі і тільки через кореспондентські рахунки вповноважених банків у банках країн інвестування;
- усі надходження в іноземній валюті (прибуток, дивіденди) від інвестиційної діяльності за кордоном повинні бути зараховані на валютні рахунки резидентів.

## **7.2. Завдання і функції процесу управління інвестиційною діяльністю**

Інвестиційна політика будь-якої фірми виробничого профілю значною мірою характеризується чинниками формування обсягів і формами здійснення інвестицій.

Від чого залежать обсяги інвестицій? Розглянемо чинники, що впливають на обсяг інвестицій фірми, основними з яких є:

- 1) співвідношення розподілу доходу (прибутку) на споживання > нагромадження (заощадження);
- 2) очікувана норма чистого прибутку. Це пов'язано з тим, що прибуток є основним спонукальним мотивом інвестування;
- 3) ставка позичкового відсотка на капітал. Якщо очікувана норма чистого прибутку більша за ставку позичкового відсотка, то за інших однакових умов інвестування буде ефективним; збільшення ставки зумовлює зниження обсягу інвестицій і навпаки;
- 4) передбачуваний темп інфляції. Чим вищим буде її рівень, тим більше знецінюється майбутній прибуток від інвестування і відповідно до цього залишається менше стимулів для збільшення обсягів інвестицій.

Інвестиції в об'єкти підприємницької діяльності здійснюються у різних формах. З метою обліку, аналізу, планування і контролю використання їх класифікують (групуєть) за певними ознаками. Така класифікація відображає найбільш істотні їхні ознаки, але при необхідності може бути більш деталізована залежно від інвестиційної політики фірми і визначених цілей.

Потрібно звернути увагу на сутнісну характеристику окремих форм (видів) інвестицій, ідентифікованих за трьома найважливішими ознаками: об'єктами вкладення коштів; характером участі в інвестуванні; формою власності інвестиційних ресурсів.

Залежно від об'єктів вкладення коштів розрізняють реальні та фінансові інвестиції. Реальні інвестиції – це вкладення капіталу в різні сфери народного господарства з метою відтворення реальних матеріальних і нематеріальних (інноваційного характеру) активів фірми, їх ще називають виробничими, проте у практиці господарювання за ними закріпилась інша назва, що стала найбільш поширеною, - капітальні вкладення.

Фінансові інвестиції означають використання наявного капіталу Для придбання різних цінних паперів, що випускаються підприємствами або державою.

За характером участі в інвестуванні всі інвестиції поділяються на прямі і непрямі. Прямі інвестиції – це вкладення капіталу в певні об'єкти інвестором самостійно (без допомоги фінансових посередників).

За формою власності інвестиційних ресурсів розрізняють приватні, державні, іноземні та спільні інвестиції.

Приватні інвестиції – це вкладення коштів, здійснюване громадянами, а також фірмами недержавних форм власності.

Іноземні інвестиції – це всі види цінностей, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності на території України.

Спільними є інвестиції у вигляді інвестиційних сертифікатів, що випускаються в обіг інвестиційними фондами та компаніями, продаються за готівку або обмінюються на приватизаційні майнові сертифікати. До цього необхідно додати, що з огляду на функціональну спрямованість розрізняють валові і чисті капітальні вкладення.

Валові капітальні вкладення – це загальна сума одноразових витрат капіталу на просте і розширене відтворення виробничих основних засобів та об'єктів соціальної інфраструктури, а чисті - витрати лише на розширене їх відтворення.

### 7.3. Джерела формування інвестиційного потенціалу

Формування інвестиційного потенціалу за рахунок різних джерел і застосування перевірених методів фінансування інвестиційних програм (проектів) належать до важливих функцій (елементів) інвестиційної політики фірми на будь-якому етапі її становлення і розвитку.

Усі джерела інвестиційних ресурсів розподіляють на три групи: власні, позичкові, залучені (рис. 7.2).

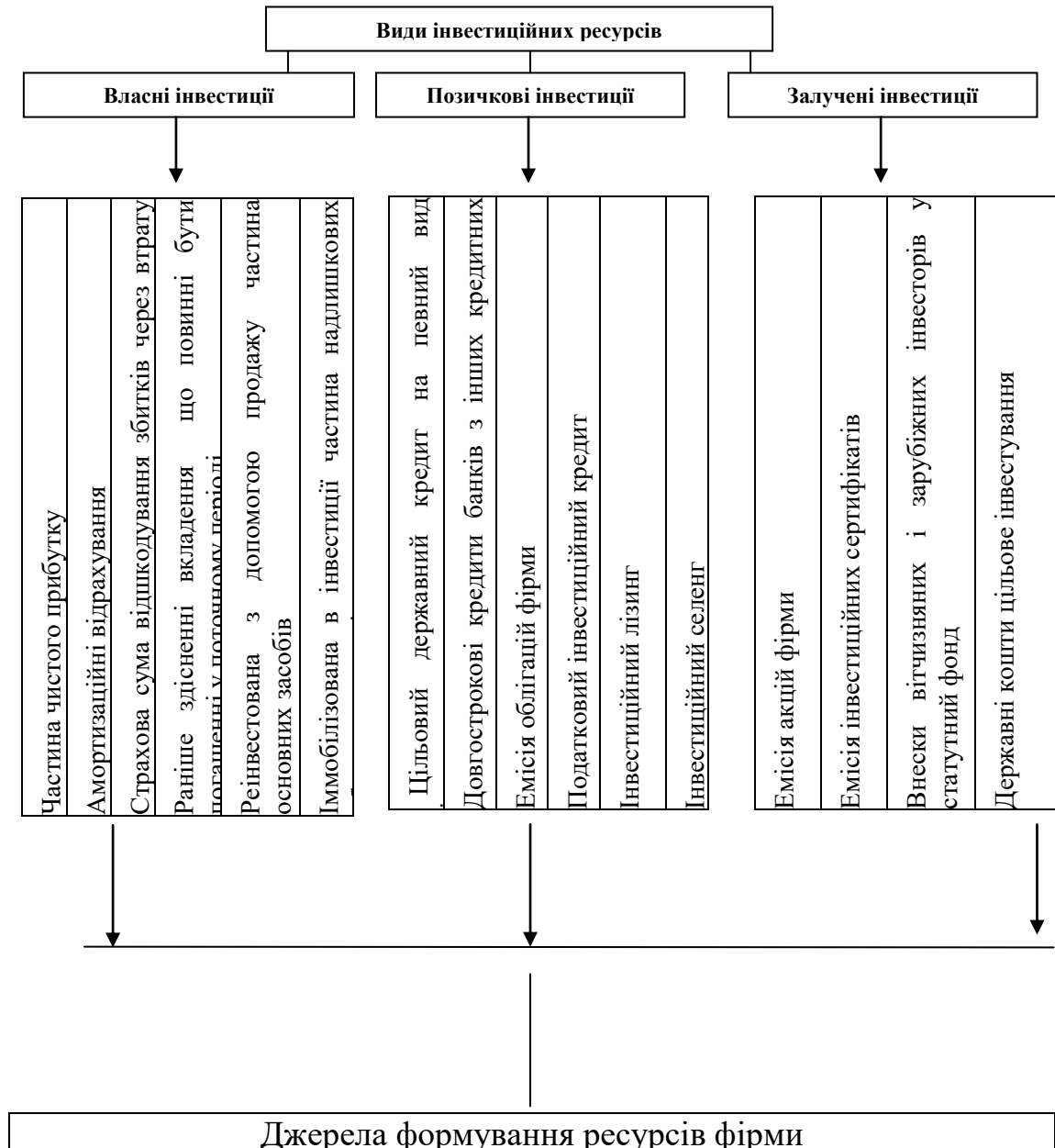


Рис. 7.2. Джерела формування інвестиційних ресурсів фірми

Серед власних джерел формування інвестиційних ресурсів важливу роль, безумовно, відіграє прибуток, що залишається у розпорядженні фірми після сплати податків, тобто чистий прибуток. Другим за значенням джерелом власних коштів є амортизаційні відрахування, розмір яких залежить від обсягу використовуваних фірмою основних засобів і прийнятої політики їх амортизації (застосування методів прямолінійної чи прискореної амортизації).

Певне практичне значення для формування власних інвестиційних ресурсів мають інші джерела коштів, до яких належать: страхова сума відшкодування збитків через втрату майна; раніше здійснені вкладення, що мають бути погашені у поточному році; реінвестована шляхом продажу частина основних засобів; іммобілізована в інвестиції частина надлишкових оборотних активів.

Визначальним джерелом формування позичкових інвестиційних ресурсів є довгострокові кредити банків, але за умови кризового стану економіки країни їх можна використати лише в обмежених масштабах.

Емісія облігацій фірми як джерело формування інвестиційних ресурсів є доступною тільки фірмам з великими розмірами статутного фонду. Відповідно до законодавства України емісія не повинна перевищувати 25 % суми статутного фонду. Проте це джерело формування інвестицій не набуло поки що великого поширення через нерозвиненість фондового ринку і незначні розміри статутного фонду багатьох фірм.

Інвестиційний лізинг є однією з перспективних форм залучення позичкових ресурсів. Це один із різновидів довгострокового кредиту, що надається у натуральній формі, тобто як довгострокова оренда різноманітного устаткування і транспортних засобів.

Інвестиційний селенг – це порівняно нова форма залучення інвестиційних ресурсів, яка полягає у передачі власником права користування і розпорядження своїм майном за певну плату. До такого майна можуть належати будівлі, споруди, сировина і матеріали, цінні папери, продукти інтелектуальної праці.

Із залучених джерел фінансування інвестицій насамперед необхідно назвати емісію акцій (акціонерний капітал) та інвестиційних сертифікатів. Яку можуть здійснювати виробничі фірми та інвестиційні фонди чи компанії. Для підприємств



інших організаційно-правових форм (крім акціонерних товариств) основною формою додаткового залучення капіталу може стати збільшення статутного фонду за рахунок нових внесків (паїв) вітчизняних і зарубіжних інвесторів.

Вітчизняний і зарубіжний досвід, а також аналітична оцінка свідчать про те, що, розробляючи інвестиційну політику (стратегію) фірми, з усього розмаїття джерел формування інвестиційних ресурсів необхідно вибирати найдоступніші, найреальніші, найефективніші тощо.

#### **7.4. Методи фінансування інвестиційних програм і проектів**

Визначення методів фінансування інвестиційних програм і проектів дозволяє розрахувати пропорції у структурі джерел інвестиційних ресурсів. При розробці інвестиційної політики фірмою беруться до уваги п'ять основних методів фінансування окремих інвестиційних програм і проектів:

1. Повне самофінансування передбачає здійснення інвестування виключно за рахунок власних (внутрішніх) джерел. Цей метод фінансування використовується переважно для реалізації невеликих реальних інвестиційних проектів, а також для фінансових інвестицій.

2. Акціонування як метод фінансування використовується для здійснення порівняно великомасштабних реальних (виробничих) інвестицій за умови галузевої чи регіональної диверсифікації інвестиційної діяльності.

3. Кредитне фінансування економічно вигідно використовувати при інвестуванні у швидкоздійснювані реальні проекти з високою нормою прибутковості. Цим методом можна користуватися і для фінансових інвестицій за умови, що рівень їх дохідності (прибутковості) перевищує ставку кредитного відсотка.

4. Лізинг або селенг. Ним користуються здебільшого за умови нестачі власних фінансових коштів для реального інвестування, а також при інвестиціях у проекти зі швидкооновлюваною технологією або нетривалим періодом експлуатації виробничих об'єктів.

5. Змішане фінансування базується на можливій комбінації вищезазначених методів і може застосовуватись для всіх існуючих форм і видів інвестування.

З урахуванням названих методів фінансування окремих інвестиційних програм і проектів фірми визначаються пропорції у структурі джерел інвестиційних ресурсів.

### **7.5. Аналіз і оцінка інвестиційної діяльності як потенційного об'єкта інвестування**

Кінцевим етапом вивчення ринку капіталів є аналіз і оцінка інвестиційної привабливості окремих фірм як потенційних об'єктів інвестування. Така оцінка здійснюється інвестором (інвесторами) при визначенні доцільності капітальних вкладень у технічне переозброєння, реконструкцію або розширення діючих підприємств; виборі для придбання альтернативних об'єктів приватизації; купівлі акцій тієї або іншої фірми.

У сучасній практиці господарювання застосовується двоаспектний підхід до аналізу й оцінки інвестиційної привабливості фірми (підприємства).

Перший аспект пов'язаний з встановленням і оцінкою стадії життєвого циклу фірми на момент проведення оцінки, а другий – передбачає здійснення повного аналізу її фінансової діяльності за відповідний проміжок часу.

Оцінка інвестиційної привабливості діючої фірми виробничого спрямування передусім має встановити стадію її життєвого циклу. Теорія ринку розрізняє шість таких стадій: 1) «народження» (тривалість до 1 року); 2) «дитинство» (від 1 до 2 років); 3) «юність» (3-5 років); 4) «рання зрілість» (6 - 10 років); 5) «остаточна зрілість» (11 - 20 років); 6; «старіння» (21-25 років).

Інвестиційне привабливими вважаються фірми, що перебувають у процесі зростання, тобто на перших чотирьох стадіях свого розвитку. Це означає, що пріоритетним повинне бути інвестування в об'єкти фірм, які перебувають на стадіях «народження» - «рання зрілість». На стадії «остаточної зрілості» інвестування буде доцільним лише у тому випадку, коли продукція підприємства матиме позитивні маркетингові перспективи, а обсяг інвестицій у технічне переозброєння відносно невеликий і вкладені кошти можуть окупитися у найкоротші строки. На стадії "старіння" інвестування загалом недоцільне, за винятком випадків, коли виробництво підлягає диверсифікації, потребує значно

менших інвестиційних ресурсів порівняно з новим будівництвом.

Визначення стадії життєвого циклу підприємства здійснюється проведенням динамічного аналізу. Із цією метою аналізуються показники динаміки за кілька останніх років: обсягу загальної суми активів, величини власного капіталу. За темпами зміни цих показників можна зробити конкретні висновки щодо стадії життєвого циклу фірми. Найбільш високі темпи приросту показників характерні для стадій «юність» і «рання зрілість»; стабілізація притаманна стадії «остаточна зрілість», а зниження - стадії «старіння».

Поряд із встановленням стадії життєвого циклу фірми оцінка її інвестиційної привабливості передбачає проведення детального фінансового аналізу діяльності. Такий аналіз дозволяє оцінити можливу прибутковість і строки інвестованих коштів, а також виявити найбільш значимі за фінансовими наслідками ризики. Безпосередньо для оцінки інвестиційної привабливості фірми як об'єкта інвестування пріоритетне значення мають лише деякі показники її стану та підприємницької діяльності.

1. Оборотно́сть активів. Ефективність інвестування значною мірою визначається тим, наскільки швидко вкладені у виробництво кошти обертаються у процесі господарської діяльності фірми. Період обороту активів в основному зумовлюється внутрішньовиробничими чинниками діяльності фірми, ефективністю маркетингової, виробничої та фінансової стратегій і тактичного управління.

2. Прибутковість капіталу. Забезпечення високого прибутку на вкладені кошти є однією з головних цілей інвестування. У сучасних умовах фірма може значно варіювати показник прибутку, залишаючись у цілому ефективно господарюючою підприємницькою структурою. Проте у процесі аналізу доцільно ретельно дослідити потенціал його (прибутку) формування порівняно із вкладеним капіталом.

3. Фінансова стійкість. Аналіз фінансової стійкості фірми дає можливість оцінити інвестиційний ризик, пов'язаний із структурою формування інвестиційних ресурсів, виявити раціональність джерел фінансування поточної виробничої діяльності, що фактично склалася.

4. Ліквідність активів. Оцінка і прогнозування ступеня ліквідності дозволяють визначити (передбачити) здатність підприємства оплачувати короткострокові зобов'язання, запобігати можливому банкрутству за рахунок швидкої реалізації окремих видів наявних активів.

Стан ліквідності активів характеризує рівень ризиків у короткостроковому періоді.

Необхідно зазначити, що оборотність активів оцінюється двома показниками: кількістю оборотів за рік і тривалістю одного обороту у днях.

Загальна оборотність (кількість оборотів) відповідно до всіх використовуваних і поточних активів (оборотних коштів) визначається діленням обсягу реалізації продукції на середню вартість цих активів, тривалість одного обороту - діленням кількості днів в оцінюваному періоді (рік - 360; квартал - 90) на кількість оборотів відповідно до всіх і поточних активів. Алгоритм обчислення показників прибутковості капіталу, фінансової стійкості фірми та ліквідності її активів детально висвітлений у темі 10, базуючись на вихідних даних балансу підприємства. Узагальнення агрегованих групових показників в один інтегральний показник для оцінки інвестиційної привабливості тієї або іншої фірми може бути здійснено з використанням коефіцієнтів вагомості, відносно значення яких становить: оборотність активів – 0,15; прибутковість капіталу – 0,50; фінансова стійкість фірми – 0,15; ліквідність активів – 0,20. У межах діапазону коливань розрахункових значень інтегрального показника кожна оцінювана фірма може бути віднесена до групи з пріоритетною, досить високою, середньою або низькою інвестиційною привабливістю.

### Література

1. Вініченко І. І. Формування системи управління інвестиційною діяльністю підприємства / І. І. Вініченко // Інвестиції: практика та досвід 2008. - №4. - С. 9–13.

2. Данилишин Б. М. Державна підтримка та податкове регулювання підприємницької діяльності в Україні : монографія / Б. М. Данилишин, О. М. Кондрашов. – Донецьк : Юго-Восток, 2010. – 296 с.

3. Покропивний С. Ф. Підприємництво: стратегія, організація,

ефективність : навчальний посібник / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. – Львів : Оскарт, 1996. – 352 с.

## Тести для самоконтролю

### **1. Інвестиції - це:**

- а) всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються у виробництво;
- б) всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються у виробництво для отримання матеріальної вигоди;
- в) всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, у результаті якої створюється прибуток або досягається соціальний ефект;
- г) всі відповіді правильні.

### **2. За об'єктом вкладення інвестиції поділяються на:**

- а) реальні;
- б) фінансові;
- в) прямі;
- г) непрямі;
- д) державні.

### **3. За способом участі в інвестиційному процесі інвестиції бувають:**

- а) реальні;
- б) фінансові;
- в) прямі;
- г) непрямі;
- д) державні.

### **4. Сукупність практичних дій громадян-юридичних осіб і держави, спрямованих на реалізацію інвестиційних програм з метою отримання доходу або прибутку, - це:**

- а) інвестування;



- б) емісія акцій фірми;
- в) експертиза інвестиційних проектів;
- г) усі відповіді правильні.

### Питання для поглибленого вивчення теми

1. Охарактеризуйте методика аналізу та оцінки інвестиційної діяльності як потенційного об'єкту інвестування.
2. Охарактеризуйте методи оцінки ефективності виробничих інвестицій.
3. Охарактеризуйте форми державного регулювання інвестиційної діяльності.
4. Вкажіть та проаналізуйте методи фінансування інвестиційних програм та проектів.
5. Проаналізуйте чинники, що впливають на обсяги інвестицій фірми.

### Задачі

#### Приклад 1.

За даними табл.7.1. встановити доцільність інвестицій у будівництво нового заводу за показниками абсолютної ефективності.

Таблиця 7. 1.

Показники	Кількість(вартість)
Обсяг випуску продукції в натуральних одиницях, тис. шт	100
Оптова ціна виробу, грн	200
Собівартість виробу, грн	160
Обсяг капітальних вкладень, млн. грн	14
Вартість виробничих фондів, млн. грн	12,5

*Розв'язування.*

Визначення абсолютної ефективності капіталовкладень у будівництво нового заводу:

$$E_p = \frac{\Pi}{K} = \frac{(200 - 160) \times 100000}{14000000} = \frac{4000000}{14000000} = 0,28$$

Абсолютну ефективність можна також обчислити через ефективність використання діючих виробничих фондів:

$$E_{\phi} = \frac{\Pi}{S_{сер} + S_{поз}} = \frac{4000000}{12500000} = 0,32$$

Обчислені коефіцієнти економічної ефективності капітальних вкладень значно перевищують нормативний коефіцієнт  $E_n=0,15$ , тому інвестиції у будівництво нового заводу є доцільними.

### Приклад 2.

Програма заходів з автоматизації виробництва на підприємстві розрахована на чотири роки і розроблена у двох варіантах. За даними табл.7.2 оберіть економічний варіант програми, якщо норматив приведення капіталовкладень по фактору часу  $E_{пр} = 0,1$ .

Таблиця 7.2

Показники / Варіанти	Перший	Другий
Капітальні вкладення, млн.грн в тому числі по роках:	1,6	1,6
1-ий	0,4	0,4
2-ий	0,4	0,2
3-ій	0,4	0,3
4-ий	0,4	0,7

### Розв'язування

Для вибору економічнішого варіанту треба обчислити, за варіантами, капіталовкладення, приведені до початку здійснення заходів по автоматизації:

$$K_{прив} = \sum_{t=1}^T \frac{K_t}{\alpha^t},$$

$$\text{де } K_{прив1вар.} = 0,4 + \frac{0,4}{(1-0,1)^{2-1}} + \frac{0,4}{(1+0,1)^{3-1}} + \frac{0,4}{(1+0,1)^{4-1}} = 1,396 \text{ млн.грн.};$$

$$K_{прив2вар.} = 0,4 + \frac{0,2}{(1-0,1)^{2-1}} + \frac{0,3}{(1+0,1)^{3-1}} + \frac{0,7}{(1+0,1)^{4-1}} = 1,356 \text{ млн.грн.}$$

Економічно доцільнішим є другий варіант інвестування заходів по автоматизації виробництва, оскільки сума капітальних затрат, приведених до моменту початку їх освоєння, є меншою.



### Приклад 3.

За даними табл. 7.2. необхідно визначити внутрішню норму дохідності розрахунком дисконтної ставки, за якої теперішня вартість грошового потоку протягом усього періоду реалізації інвестиційного проекту буде приведена до суми інвестованих коштів.

*Розв'язування.*

Розв'яжемо два рівняння:

$$1) \frac{17050}{(1+x)^{3-1}} = 14000; \quad 2) \frac{15645}{(1+x)^{4-1}} = 13400,$$

де  $x$  — невідома величина внутрішньої норми дохідності за альтернативними проектами.

На основі проведених розрахунків розмір внутрішньої норми дохідності за варіантами (проектами) «А» і «Б» становить відповідно:

$$ВНД^A = 10,1\%$$

$$ВНД^B = 5,2\%.$$

Отже, внутрішня норма дохідності за проектом «А» майже вдвічі вища порівняно з її величиною за проектом «Б».

### Задача 1

Розрахувати за даними табл. 7.3. абсолютну економічну ефективність капітальних вкладень в електронну промисловість і виявити їх економічну доцільність, якщо в електронній промисловості  $E_n = 0,2$ .

Таблиця 7.3

Показники	Сума, млн.грн
Обсяг капітальних вкладень в галузь на 2010-2015 рр.	3000
Обсяг чистої продукції за:	
2004-2009 рр	1000
2010-2015 рр	1540

### Задача 2

За даними табл. 7.4. визначити ефективніший варіант капітальних вкладень у будівництво об'єкту при різному розподілі їх за роками.  $E_{np} = 0,1$

Таблиця 7.4

Рік будівництва	Варіант					Сума, млн.грн.
	1	2	3	4	5	
перший	5	7	10	13	15	50
другий	15	13	10	5	3	46

### Задача 3

Ринкова вартість простих акцій компанії становить 800 тис. грн, привілейованих акцій — 300 тис. грн., а загальний позиковий капітал — 500 тис. грн. Вартість простих акцій дорівнює 18%, привілейованих акцій — 11%, а облігацій компанії — 9%.

Визначте середньозважену вартість капіталу компанії при відсотковій ставці 30 %.

### Задача 4

Проведіть оцінку ефективності інвестиційного проекту організації виробництва нового виду продукції. Акціонерне товариство «Імпульс» планує реалізувати інвестиційний проект вартістю 100 тис. грн., практичне здійснення якого спрямовано на організацію виробництва нового виду продукції. Фінансування проекту здійснюватиметься на початок першого року його реалізації. Очікуються такі грошові потоки на кінець року : 1-го - 50 тис. грн.; 2-го - 40 тис.грн.; 3-го - 50 тис.грн. За розрахунковий період береться початок 4-го року.

Необхідно визначити :

- майбутню чисту приведену вартість інвестиційного проекту за дисконтної ставки 25%;
- внутрішню ставку дохідності проекту;
- термін окупності вкладених інвестицій.

### Задача 5.

Обчисліть за скільки років окупляються затрати на придбання ліцензії на виготовлення побутової кухонної машини, якщо вартість ліцензії становить

\$ 30 тис., а капітальні затрати на освоєння її випуску 250 тис.грн. Собівартість машини 98 грн., рентабельність 16 %. Річний обсяг виробництва 1200 шт. Коефіцієнт переводу іноземної валюти в гривні 5,3.

### Задача 6

Для збільшення обсягу виробництва на 50 тис. виробів в рік розроблено чотири варіанти реконструкції і розширення діючого підприємства. За даними табл. 7.5. визначити оптимальний варіант за строком окупності капітальних вкладень.

Таблиця 7.5

Варіанти	Приріст продукції в оптових цінах, млн.	Собівартість річного обсягу приросту продукції, млн грн.	Капітальні вкладення млн.грн.
1	50,0	48,0	12,0
2	50,0	47,0	17,4
3	50,0	46,0	22,0
4	50,0	45,5	25,7

### Задача 7

Підприємство розглядає кілька варіантів інвестиційних проектів з придбання промислового устаткування.

Капітальні вкладення по кожному проекту становлять 300 тис. грн. На підприємстві використовується прямолінійний метод амортизації основних фондів у розмірі 20% за рік. До кінця п'ятого року залишкова вартість проектного устаткування за всіма варіантами проектів дорівнюватиме нулю, й не передбачається наявність ліквідаційних грошових потоків. Величина грошових припливів за інвестиційними проектами подана в табл.7.6.

Таблиця 7.6

#### Грошові потоки й прибуток інвестиційних проектів, тис. грн.

Період часу, років	Проект А		Проект Б		Проект В	
	Грошовий потік	Прибуток	Грошовий потік	Прибуток	Грошовий потік	Прибуток
1	180		60		120	
2	150		90		120	
3	120		120		120	
4	90		150		120	
5	60		180		120	

Рентабельність фінансово-господарської діяльності підприємства становить 22%.

Визначте щорічну величину прибутку за кожним проектом, середньорічний прибуток кожного проекту, а також оцініть привабливість запропонованих інвестиційних проектів, використовуючи показник коефіцієнта ефективності інвестицій.

### Задача 8

Обґрунтуйте заміну зношеного й морально застарілого обладнання більш продуктивними новими основними фондами, використовуючи коефіцієнт порівняльної економічної ефективності. Обсяг старих капітальних вкладень дорівнює 650 тис. грн., нових інвестицій — 810 тис. грн. Собівартість продукції на старому устаткуванні становитиме 4600 тис. грн., а на нових основних фондах — 4150 тис. грн. Нормативний показник ефективності капітальних вкладень на підприємстві — 13%.

### Задача 9

Підприємство планує інвестувати в основні фонди 100 тис. грн. Розглядаються чотири варіанти інвестиційних проектів (А, Б, В, Г), інформацію про суму інвестицій і чистий наведений дохід яких подано в табл. 7.7.

Таблиця 7.7

#### Вихідні дані для вирішення завдання по варіантах

Показники	Варіант для рішення				
	1	2	3	4	5
Сума інвестицій, тис. грн.:					
- проект А	25	50	44	67	22
- проект Б	44	54	70	41	45
- проект В	33	20	23	12	51
- проект Г	21	70	49	57	10
Чистий наведений ефект, тис. грн.					
- проект А	13	21	20	31	11
- проект Б	15	13	18	15	18
- проект В	16	18	2	8	26
- проект Г	8	9	21	21	4

Необхідно:

1.Скласти оптимальний план розміщення інвестицій з використанням методу просторової оптимізації у випадках, якщо:

- проекти піддаються діленню;
- проекти не піддаються діленню.

2.Скласти оптимальний план розміщення інвестицій на два роки з використанням методу тимчасової оптимізації інвестицій, якщо розмір інвестицій першого року не повинен перевищувати 80 тис. грн.

3. Розрахувати сумарну величину чистого приведенного доходу від реалізації обраних проектів.

### Задача 10

Підприємство розглядає кілька варіантів фінансування в інвестиційний проект. Фінансування планується здійснювати за рахунок додаткового випуску звичайних і привілейованих акцій, а також за рахунок залучення позикових коштів.

Структура капіталу й ціна окремих його компонентів у розглянутих варіантах подані в табл. 7.8.

Таблиця 7.8

#### Вихідні дані для вирішення завдання

Джерела фінансування	Варіанти фінансування				
	1	2	3	4	5
Сума фінансування всього, тис. грн., у тому числі:	250	250	250	250	250
Прості акції					
- ринкова вартість, тис. грн.	120	120	120	180	30
- ціна джерела фінансування, %	18	21	14	18	18
Привілейовані акції					
- ринкова вартість, тис. грн.	20	20	20	30	180
- ціна джерела фінансування, %	11	14	9	11	11
Позиковий капітал					
- сума, тис. грн.	110	110	110	40	40
- ціна джерела фінансування, %	22	24	18	22	22

Виберіть найбільш ефективний варіант фінансування інвестиційного проекту, розрахувавши середньозважену вартість інвестиційного капіталу.

Як саме ціна джерела фінансування впливає на середньозважену

вартість капіталу?

### Задача 11

Підприємство має два альтернативних варіанти інвестиційних проектів – „А” і „Б”. За даними табл. 7.9. оцінити ефективності проектів та очікувану суму чистого приведенного доходу за ними. Для дисконтування сум грошового потоку проекту „А” ставка відсотку прийнята в розмірі 10%, а проекту „Б” – 12%.

Таблиця 7.9

#### Дані інвестиційних проектів

Показники	Інвестиційні проекти	
	„А”	„Б”
Обсяг інвестиційних засобів, дол.США.	7000	6700
Період експлуатації інвестиційного проекту, роки	2	4
Сума чистого грошового потоку всього, дол. США, в т.ч.:	10000	11000
1-й рік	6000	2000
2-й рік	4000	3000
3-й рік	-	3000
4-й рік	-	3000

## ТЕМА 8. ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

8.1. Функції процесу управління.

8.2. Планування у системі підприємницької діяльності.

8.3. Взаємозв'язок ринкових відносин і державного регулювання підприємництва.

8.4. Система планів підприємницької діяльності підприємства (фірми).

8.5. Тактичний план фірми, його типові розділи.

8.6. Оперативне планування діяльності фірми.

**Ключові слова:** *планування, організація, контроль, управління, стратегія, тактика*

### 8.1. Функції процесу управління

Зміст процесу управління найповніше можна розкрити через його функції. До функцій, які має виконувати будь-який керівник, треба відносити: планування, організацію, директорування та контроль.

Планування – процес визначення мети і передбачення майбутнього розвитку підприємства, що воно є запорукою успішного здійснення всіх наступних рішень у сфері бізнесу. Саме тут формується базис, на якому ґрунтується, ведеться і спрямовується діяльність фірми (малого підприємства, товариства, корпорації).

Організація – специфічна діяльність з формування структури певного суб'єкта господарювання, координації внутрішніх підрозділів (відділів, служб, цехів, дільниць), розподілення повноважень і відповідальності між конкретними керівниками та виконавцями.

Директорування належить до помітно інтегрованого виду діяльності, що охоплює три компоненти: мотивацію, лідерство, комунікацію. *Мотивація* – це процес, що спонукає керівників і виконавців до спільних погоджених дій, спрямованих на досягнення цілей фірми. *Лідерство* – процес ефективного формального і неформального впливу на людей у зв'язку з реалізацією місії підприємства. *Комунікація* – міжособистісне й організаційне спілкування, обмін

необхідною для управління інформацією, її передача від однієї людини (групи людей) до іншої.

Контроль – процес вимірювання досягнутих за певний проміжок Часу результатів діяльності, зіставлення фактично досягнутого із запланованим, коригування оцінюваних показників.

У зв'язку з цим більшість зарубіжних експертів у галузі менеджменту дотримуються такого визначення поняття: управління – це постійно здійснюваний інтегрований процес планування, організації, директорування та контролю, що необхідні для досягнення місії і множинних цілей фірми (підприємства, установи, закладу).

За умов ринкової системи господарювання значення чинника менеджменту, управлінської культури і філософії набагато зросло. Посилення позицій у конкурентній боротьбі та на ринку істотно залежить від організації і якості управління. Тому раціональна організація і вдосконалення системи управління всіх без винятку суб'єктів господарювання мають бути найважливішими чинниками підвищення ефективності виробництва та взагалі будь-якої сфери діяльності

## **8.2. Планування у системі підприємницької діяльності**

У системі підприємницької діяльності важливе місце має належати плануванню, що є центральною ланкою будь-якої системи управління підприємством в умовах ринку. Планування - це процес формування множинних цілей розвитку та засобів їх досягнення за даний період; воно пов'язує всі елементи виробництва у цілісну виробничо-господарську систему і забезпечує її необхідний передбачуваний розвиток, узгоджує потенційні можливості фірми з потребами товарного ринку.

В умовах ринкової економіки, яка швидко народжується і міцніє, винятково важливого значення набуває внутрішньофірмове планування. Будь-яку сучасну фірму без детально розробленого плану роботи можна порівняти з кораблем без керманіча. В існуючій системі підприємництва розумне та виважене планування є об'єктивно необхідним.



Планування має виконувати дві основні функції: забезпечення узгодженого розвитку підрозділів фірми; керівництво діяльністю всіх ланок виробництва з урахуванням дії чинників зовнішнього середовища.

Самостійне планування фірмою своєї діяльності потребує усвідомлення необхідності постійного моніторингу стану ринку, передбачувану у планах готовність до ринкових коливань. Із започаткуванням державного економічного регулювання має значно посилюватись і поглиблюватись планування на базовому рівні - фірмі в цілому та її виробничих підрозділах з метою забезпечення реалізації стратегії саморозвитку й економічного виживання у процесі постійної конкуренції.

За умов ринкової економіки мають активно використовуватись методи стратегічного менеджменту - насправді інтегрованої сукупності методів планування на різних і передусім вищих рівнях ієрархії управління. Розширення сфери застосування стратегічного менеджменту дасть можливість подолати існуючі недоліки планування, побудувати плановану систему господарювання, зорієнтовану на тривалу перспективу. Тоді планування повною мірою виконуватиме свої функції передбачення напрямів розвитку фірми та більш-менш чітко відповідатиме на запитання:

1. Де фірма знаходиться тепер?
2. Куди фірма хоче (мусить) рухатись?
3. Як фірма збирається це зробити?

Сутність такого методологічного підходу до посилення ролі планування базується на відмові переважної більшості керівників від переконання, що підприємницький успіх фірми залежить від раціональної організації виробництва продукції (надання послуг), підвищення продуктивності праці, зниження поточних витрат тощо. Насправді ж, цей успіх визначається якістю планування, що повинно враховувати взаємодію чинників зовнішнього та внутрішнього підприємницького середовища.

Крім того, необхідно дотримуватись загальних основоположних принципів планування, якими є:

- наукова обґрунтованість планів;

- орієнтація планів на зростання кінцевих позитивних результатів підприємницької діяльності фірми;
- оптимізація планів як неодмінна умова досягнення фірмових цілей у можливо короткі строки;
- забезпечення необхідної пропорційності у розвитку виробничих ланок фірми;
- визначальна і пріоритетна роль перспективного планування (стратегічного менеджменту) порівняно з поточним (тактичним).

Поряд із загальними існують суто методологічні принципи планування, які треба враховувати у процесі його здійснення:

- безперервність процесу планування діяльності фірми;
- комплексний аналіз і оцінка досягнутого рівня розвитку фірми;
- виявлення провідної ланки (об'єкта, напрямку) планування діяльності фірми.

### **8.3. Взаємозв'язок ринкових відносин і державного регулювання підприємництва**

У будь-якій країні ринок повинен бути регульованим державою. Це зумовлено тим, що не всі функції та дії, необхідні для ефективного функціонування системи господарювання, можуть бути реалізовані через механізм ринкових відносин. У зв'язку з цим, ринкові відносини певною мірою доповнюються державним регулюванням підприємництва. Зміст і форми практичної реалізації державного регулювання економіки в цілому, і зокрема підприємницької діяльності, знаходять свої відображення в певних виконуваних державою економічних функцій. Однією з регулюючих економічних функцій держави є індикативне макроекономічне планування із системою державних контрактів.

Головний зміст індикативного макроекономічного планування становлять наукове обґрунтування та розробка множинних цілей пріоритетів і пропорцій соціально-економічного розвитку країни на певний перспективний період. Індикативні плани розвитку народного господарства та його окремих галузей на відміну від директивних є орієнтовними: вони за своїм змістом охоплюють певну

сукупність кількісних і якісних показників, які мають необов'язковий характер для суб'єктів господарювання, а також узгоджених засобів опосередкованого та прямого впливу на певні сфери господарської діяльності через систему економічних важелів та стимулів і за допомогою державного підприємництва.

Розробка індикативного плану на макроекономічному рівні здійснюється за притаманною тільки йому методологією. З огляду на ступінь обґрунтованості одні блоки такого плану можуть реально відображати кількісну характеристику соціальних і економічних явищ у динаміці, інші - мають характеризувати лише певні тенденції тих процесів, які важко передбачити з достатньою вірогідністю аби представити кількісно. Методологія розробки індикативного плану передбачає, що переважна більшість його показників фіксується з окресленням певної ймовірності їхньої величини (менше, більше тощо). Частина показників плану може характеризувати максимальний або мінімальний рівень можливих абсолютних значень.

Незначний вітчизняний досвід свідчить, що індикативний план може мати таку структуру (типові розділи):

1. Природно-економічні особливості країни й окремих регіонів (галузей): поточний і перспективний стан.
2. Структурні зміни в економіці, найважливіші пропорції і пріоритети. Перспективи розвитку окремих галузей.
3. Основні напрями соціального розвитку суспільства та соціального захисту окремих верств населення.
4. Перелік загальнодержавних, галузевих і регіональних цільових програм із зазначенням необхідних для їхньої реалізації ресурсів.
5. Розвиток окремих видів ринків (за ознаками їхньої структуризації), характер кон'юнктури.

Особливості формування та загальна характеристика фінансового плану і державного бюджету, застосовувані економічні регулятори.

Затверджені Верховною Радою України показники індикативного плану доводяться в установленому порядку до всіх суб'єктів господарювання. Вони є для керівників підприємницьких структур певними орієнтирами та рекомендаціями

щодо розробки й обґрунтування перспективних і поточних планів підприємств (фірм).

Важливим елементом існуючої системи централізованого регулювання підприємницької діяльності є державні контракти як форма задоволення загальнодержавних потреб у певних видах продукції. Державний контракт – це письмовий документ, що засвідчує намір (бажання) держави в особі вповноважених Кабінетом Міністрів України галузевих і функціональних міністерств, державних комітетів та прирівняних до них інших інституціональних утворень закупити (придбати) на певних умовах конкретні обсяги продукції для поповнення державних резервів і забезпечення потреб споживачів, діяльність яких фінансується за рахунок державного бюджету.

Будь-який державний контракт за своїм змістом визначає права й обов'язки контрагентів щодо здійснення поставок продукції (виконання робіт, надання послуг). У ньому зазначаються такі реквізити: найменування продукції (роботи, послуги), обсяг у натуральних показниках, якісна характеристика; договірна (прийнятна для обох сторін) ціна; термін поставки продукції (виконання робіт, надання послуг); штрафні санкції за порушення умов договору тощо.

Державні контракти укладаються: у промисловості - на кінцеві продукти споживання; капітальному будівництві – на спорудження об'єктів виробничо-технічного та соціально-культурного призначення; сільському господарстві – на продовольство. Нині існує порядок формування обсягів поставок продукції (виконання робіт, надання послуг) за державними контрактами. Виходячи з певної кількості заявок замовників, державна корпорація «Укрресурси» формує обсяги державних контрактів за тими видами продукції, баланси виробництва і споживання якої вона розробляє. Щодо іншої номенклатури продукції замовники подають свої заявки-пропозиції відповідним міністерствам і відомствам для укладання державних контрактів з підприємствами-виконавцями, які входять до сфери управління цих міністерств та відомств.

Державні контракти можуть укладатись і на конкурсній основі. Підприємствам-монополістам заборонено відмовлятися від укладання державного контракту на поставку відповідної продукції.

#### 8.4. Система планів підприємницької діяльності підприємства (фірми)

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин у процесі планування підприємницької діяльності менеджерами та спеціалістами відповідного фахового спрямування розробляються фірмові плани, що відрізняються за ознаками тривалості (горизонту) планового періоду й об'єктами планування (табл. 8.1). Кожний вид плану має свої особливості щодо змісту, конкретної технології складання, сукупності розрахункових техніко-економічних показників.

Таблиця 8.1

**Види фірмових планів підприємницької діяльності**

Класифікаційні	Види планів
• Тривалість (горизонт) планового	• Стратегічні (довгострокові) плани • Тактичні (поточні) плани
• Об'єкти планування	• Загальнофірмові (зведені) плани • Внутрішньофірмові (виробничих підрозділів)

Стратегічний план фірми – сукупність взаємоузгоджених заходів і дій, що відображають довгострокові цілі й основні напрями діяльності з обґрунтуванням ресурсного забезпечення.

Стратегічне планування (розробка стратегії) на будь-якому підприємстві здійснюється поетапно, у певній послідовності. Перелік і послідовність основних етапів стратегічного планування зводяться до:

- визначення місії та формулювання стратегічних цілей діяльності підприємства;
- аналізу середовища та ринкових чинників - попиту, пропозиції і рівня конкуренції;
- оцінки підприємницького потенціалу і перспективи розвитку фірми, їх адекватності цілям діяльності;
- вибору генеральної стратегії та аналізу стратегічних альтернатив;
- розробки ресурсних і функціональних субстратегій підприємства;
- практичної реалізації плану, контролю і оцінки соціально-економічних результатів.

Стрижнем будь-якого стратегічного плану є базова (генеральна) стратегія. Останню формують за допомогою одного з методів так званого однопродуктового (в умовах монопрофільної діяльності) або «портфельного» (задиверсифікованого виробництва) аналізу. Для розробки стратегії можуть бути використані методи: кривих освоєння, циклу життя виробу, матричні.

### 8.5. Тактичний (поточний) план фірми, його типові розділи

Тактичний план фірми – це певна сукупність кількісних, якісних і ресурсозабезпечувальних завдань, що конкретизують і доповнюють стратегічний її план на більш короткий проміжок часу. У практиці господарювання і підприємницької діяльності розробляють тактичні плани за певною сукупністю типових розділів (рис. 8.1). Під час розробки тактичних планів фірми найголовніша методологічна проблема полягає у ретельному виборі системи натуральних і вартісних, кількісних та якісних, абсолютних і відносних планових показників.

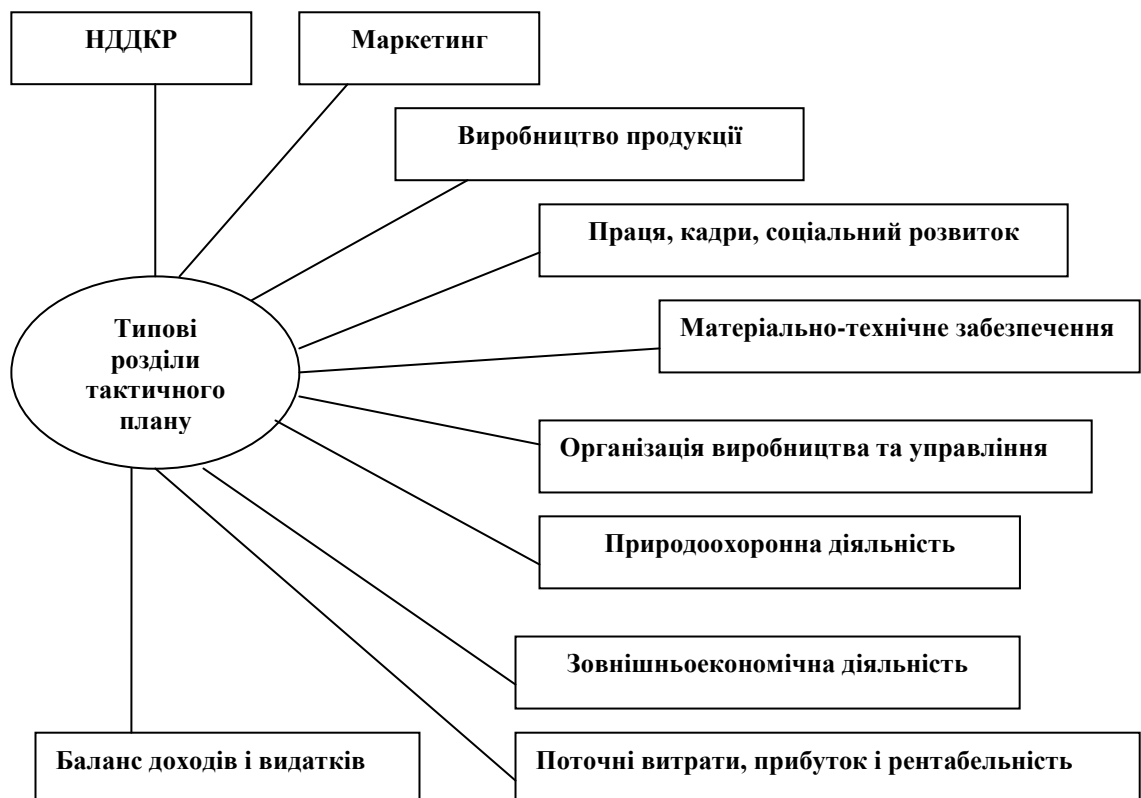


Рис. 8.1. Типовий (альтернативне можливий) перелік розділів тактичного (поточного) плану підприємства

## 8.6. Оперативне планування діяльності фірми

Це процес розробки заходів і дій для виконання завдань стратегічних та поточних планів, що поєднує у собі два напрями роботи: перший - календарне планування (складання детальних оперативних планів і графіків виготовлення та випуску продукції); другий - диспетчеризація (оперативний облік, контроль і регулювання ходу виробничих процесів).

Як правило, відокремлюють міжцехове (встановлення і дотримання необхідних виробничих пропорцій між цехами підприємства) та внутрішньоцехове (розробка календарних планів виробництва для ділянок, контроль і регулювання технологічних процесів) оперативне планування.

Залежно від типу виробництва й особливостей продукції, що виготовляється, розрізняють три основні системи оперативного планування: подетальну, комплектну і на замовлення.

Подетальна система за планово-облікову одиницю бере деталь певного найменування; комплектна - об'єднаний за певною ознакою комплект деталей (вузлів), а система оперативного планування на замовлення - саме замовлення (для підприємства в цілому) або комплекти деталей для певних замовлень (для окремих цехів).

У більшості випадків складання і виконання оперативних планів здійснює (забезпечує) виробничо-диспетчерський відділ підприємства. У сучасних умовах господарювання стратегічні плани складають на період від 3 до 5 років (інколи до 10-15 років), тактичні (поточні) - на 1-3 роки, а оперативні - на термін менше одного року (короткі проміжки часу).

Зарубіжний досвід свідчить, що в багатьох фірмах (компаніях, корпораціях) з розвиненими ринковими принципами господарювання належну увагу приділяють внутрішньовиробничому плануванню. Плани розробляють з використанням кількісних і якісних показників за стандартною формою. Вони містять таку інформацію на 3-5 років (горизонт планування):

1. Передбачення. Кількісна оцінка такого кола питань: умови ринку, ціноутворення, вартість робочої сили, транспорт, сировина і матеріали, виробниче устаткування тощо.

2. Зведений фінансовий звіт (звіт про доходи).
3. Прогноз обсягу і частки ринку з окремих видів продукції. Чинники, що можуть вплинути на ці показники.
4. Критична оцінка стану фірмової мережі реалізації товарів, устаткування. Виробничі потужності фірми, їхня достатність і рівень використання.
5. Основні цілі та стратегічні програми фірми в цілому і найбільших виробничих її підрозділів. Опис головних проблем діяльності фірми.
6. Основні конкуренти (конкуруючі фірми). Порівняння підприємницького потенціалу й основних показників діяльності фірми та головних конкурентів.
7. Дослідження та розробки. Перелік усіх поточних і передбачених проєктів із зазначенням можливостей їхнього виконання та конкретних виконавців.
8. Необхідні інвестиції (передусім капітальні вкладення); розподіл останніх між об'єктами за раніше затвердженими і новими проєктами.
9. Об'єктивний аналіз стану кадрів (персоналу). Потреба у робочій силі на передбачувану перспективу.
10. Оцінка стану матеріальних і товарних запасів (окремо - вартості сировини, незавершеного виробництва, готової продукції та сумарних запасів).

Структура плану може змінюватись залежно від особливостей фірми і ситуації на ринку. Для розробки плану повинна бути використана інформація, отримана на основі аналізу підприємницького потенціалу, фінансового стану, організації управління фірмою, кон'юнктури ринку, рівня конкуренції тощо. Процес планування здійснюється з дотриманням певної логічної послідовності розробки плану. Основними етапами планування діяльності фірми на поточні один-два роки є:

- аналіз результатів підприємницької діяльності та виявлення резервів її підвищення;
- розробка заходів щодо підвищення підприємницького успіху;



- вивчення ринку і формування портфеля замовлень на продукцію (послуги); укладання прямих угод;
- обґрунтування окремих розділів плану і розрахунки основних техніко-економічних показників;
- розгляд проекту плану радою трудового колективу;
- відображення відповідних положень затвердженого плану в колективному договорі;
- доведення основних техніко-економічних показників плану до внутрішньофірмових підрозділів.

В основу планування підприємницької діяльності покладено маркетинговий підхід. Цілі маркетингу як ринкової концепції управління підприємством мають знайти відображення у довготривалих і короткострокових планах фірми. До кількісних цілей можна віднести: збільшення обсягу продажу продукції (надання послуг), зростання маси прибутку, зниження витрат, підвищення продуктивності. Якісними можуть бути: підвищення іміджу фірми, піклування про охорону навколишнього природного середовища, підтримання високого професійного рівня кадрів тощо. Пріоритетність цілей визначається ступенем впливу тих або інших показників на рівень прибутковості фірми.

## Література

1. Бутенко А. І. Підприємництво в Україні : монографія / А. І. Бутенко, І. М. Сараєва, С. В. Якимов - О. : Фенікс, 2007. — 68с.
2. Основи підприємництва : [навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів] / В. І.Депутат, О. О.Кожемяченко, Л. В.Овчаренко, Т. П.Ткаченко. – К. : КНТ, 2009. – 64с.
3. Пляшко О. С. Підприємницька діяльність : облік, оподаткування, звітність : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / О. С. Пляшко, М. Ф. Денищук - Рівне : Волинські обереги, 2007. — 320с.
4. Покропивний С. Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність : навчальний посібник / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. –

## Тести для самоконтролю

### **1. До функцій процесу управління належать:**

- а) планування;
- б) аналіз;
- в) організація;
- г) економіка
- д) контроль.

### **2. Видами фірмових планів підприємницької діяльності є наступні плани:**

- а) стратегічні;
- б) цільові;
- в) тактичні;
- г) внутрішньофірмові;
- д) всі відповіді правильні.

### **3. За тривалістю планового періоду плани бувають:**

- а) зведені;
- б) поточні;
- в) оперативні;
- г) однонаправлені;
- д) довгострокові.

### **4. Тактичний план має такі розділи:**

- а) НДДКР;
- б) вибір генеральної стратегії;
- в) інвестиційні ресурси;
- г) усі відповіді правильні
- д) правильної відповіді немає.

**5. Оперативний план складається на:**

- а) 10-15 років;
- б) менше 1-го року;
- в) 1-3 роки;
- г) правильної відповіді немає.
- д) усі відповіді правильні.

**6. Система оперативного планування поділяється на:**

- а) подетальну;
- б) колективну;
- в) на замовлення;
- г) правильної відповіді немає;
- д) усі відповіді правильні.

**7. Методи для розробки стратегії:**

- а) освоєння кривих;
- б) маркетинговий;
- в) контролюючий;
- г) матричний
- д) усі відповіді правильні.

**8. Оперативне планування діяльності фірми - це:**

- а) процес розробки заходів і дій для виконання стратегічних та поточних планів;
- б) сукупність взаємоузгоджених заходів і дій, що відображають довгострокові цілі та основні напрями діяльності з обґрунтуванням ресурсного забезпечення;
- в) усі відповіді неправильні.

**9. Матричний метод:**

- а) будується матриця, на одній осі якої фіксуються оцінки перспектив розвитку ринку;
- б) враховує залежність розмірів витрат на виробництво його обсягу і дозволяє визначити суму додаткових витрат на освоєння, точку беззбитковості продукування виробів;
- в) враховує критичну оцінку стану фірмової мережі реалізації товару, устаткування;
- г) всі відповіді неправильні.

#### **10. Державний контракт - це:**

- а) це процес формування множинних цілей розвитку та засобів їх досягнення за певний період;
- б) письмовий документ, що засвідчує намір держави в особі впроваджених Кабінетом Міністрів України галузевих та функціональних міністерств, державних комітетів і прирівнених до них інституціональних утворень закупити на певних умовах конкретні обсяги продукції для поповнення державних резервів і забезпечення потреб споживачів, діяльність яких фінансується за рахунок держбюджету;
- в) усі відповіді правильні.

#### **Питання для поглибленого вивчення теми**

1. Охарактеризуйте методика формування системи управління підприємницької діяльності.
2. Охарактеризуйте типи організаційних структур управління.
3. Проаналізуйте методологію розробки бізнес-планів.

## ТЕМА 9. ВЗАЄМВІДНОСИНИ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ

9.1. Види договорів і їх характеристика у ринковій системі господарювання.

9.2. Тверді та вільні оферти - особлива форма укладання договору.

9.3. Системи підприємницьких дій щодо реалізації проекту.

9.4. Найважливіші форми співробітництва у різних сферах підприємницької діяльності.

*Ключові слова:* підприємницький дохід, установчий договір, оферта, факторинг, комерційний трансферт

### **9.1. Види договорів і їх характеристика у ринковій системі господарювання**

В усіх галузях економічного, соціального, культурного та політичного життя суспільства взаємовідносини юридичних і фізичних осіб мають переважно договірний характер. При цьому необхідно зазначити, що в усіх сферах господарювання організація підприємницької діяльності базується виключно на договірних взаємовідносинах.

Договір (контракт, угода) – форма закріплення партнерських зв'язків, а саме предмета договору, взаємних прав і обов'язків, наслідків порушення домовленостей.

Договір має забезпечувати оптимальне співвідношення волі людини, її інтересів з інтересами і потребами контрагентів (партнерів) суспільства. Так, партнерські зв'язки підприємця розвиваються за двома основними напрямками:

- перший – відносини з постачальниками всього необхідного для організації процесу виробництва;

- другий – відносини зі споживачами (клієнтами) всього того, що продукується підприємцем для ринку.

Увесь спектр таких взаємовідносин (зв'язків) здійснюється на основі дотримання власних прав і намагання виконувати ті зобов'язання, які підприємець гарантує своїм партнерам при встановленні з ними будь-яких конкретних форм

співробітництва. Такі права й обов'язки закріплюються у договорі, що має бути підписаний підприємцем і його партнерами.

Договір опосередковує взаємини відносно праці, виробництва та реалізації продукції (послуг) і є основною формою практичного здійснення ринкових відносин між контрагентами діючої системи господарювання.

З розвитком суспільства та зміною його формацій одразу виникає об'єктивна необхідність договору як адекватної форми зв'язків між членами суспільства, людиною і державою у царині господарської діяльності.

Договори використовують у різних сферах права (трудовому, господарському законодавстві тощо), оскільки відіграють важливу роль щодо регулювання людських взаємовідносин. Саме у ринковій економіці вони є визначальною і майже єдиною правовою формою (оснотою) партнерських взаємовідносин.

Істотне розширення ринкових відносин, велика різноманітність договорів між партнерами вимагають водночас збереження фундаментальних принципів договірних взаємин, які роблять договір універсальною формою існування ринку.

В основу будь-якого договору покладено зобов'язання, відповідно до яких одна особа (кредитор) має право вимагати від іншої особи (боржника) здійснення певних дій або отримання зиску від їхнього виконання. Дієвість договору забезпечується виконанням передбачених для нього вимог: угода сторін; дієздатність партнерів; предмет договору; юридична основа договору, її становить мета, якої мають досягти партнери, та відшкодування, очікуване кожним партнером в обмін на його зобов'язання.

Договір вважається укладеним і юридичне чинним з моменту його підписання партнерами.

#### *Структуризація і порядок укладання договорів*

З метою організації людських взаємовідносин у різних сферах застосовуються різні види і форми договорів. У ринковій системі господарювання існує два види договорів: установчий і підприємницький.

Установчий договір – письмовий документ, що свідчить про

волевиявлення фізичних або юридичних осіб щодо створення (заснування) нової організаційно-правової структури задля реалізації будь-якої конкретної підприємницької ідеї.

Підприємницький договір відображає волевиявлення сторін не стосовно організації (створення, заснування), а безпосереднього здійснення підприємницької діяльності; він не передбачає (не вимагає) об'єднання сторін, що домовляються між собою, у певну організаційну форму.

Зміст прав і обов'язків партнерів залежить від предмета договору. Ним можуть бути, наприклад, купівля-продаж, оренда, кооперування, посередництво тощо. Виходячи з цього, підприємницький договір відповідно до його предмета завжди має якусь конкретну форму.

Підприємець намагається визначити типові форми договорів, які він міг би використати як основу для укладення певного конкретного договору.

За сферами діяльності можна відокремити такі групи підприємницьких договорів:

- 1) купівля-продаж, оренда і лізинг;
- 2) підрядні послуги;
- 3) трудові відносини;
- 4) страхування;
- 5) розрахунки і кредитування;
- 6) зовнішньоекономічна діяльність;
- 7) інші види договорів.

Найбільшу частку документально оформлених взаємовідносин у підприємстві становлять договори сфер внутрішньогосподарської та зовнішньоекономічної діяльності (відповідно: купівля-продаж-оренда, лізинг; декларування, ліцензування, консигнація, імпорт-експорт), предметом яких виступають конкретні матеріальні цінності - продукція, майно, товари. Решта господарських та інших взаємовідносин оформляється у вигляді договорів, контрактів або угод стосовно підрядних послуг (інформаційних, юридичних, аудиторських, брокерських, рекламних); трудових відносин (колективні

договори, тарифні угоди, контракти про наймання керівника чи працівника).

Сутнісна характеристика переважної більшості договорів (контрактів, угод) є зрозумілою вже з самої назви. Тому потрібно викласти сутність і особливості окремих договорів, змістова спрямованість яких недостатньо чітко сформульована в їхній офіційній назві. Договір на поставку товарів через посередника укладається на поставку фірмою-посередником певних товарів покупцям з обумовленою формою оплати. Він за структурою містить розділи:

- 1) предмет договору та інші загальні умови;
- 2) зобов'язання сторін;
- 3) організація поставок продукції;
- 4) надання послуг покупцеві;
- 5) ціни і порядок розрахунків;
- 6) майнова відповідальність;
- 7) заключні положення (адреси, вивантажувальні і банківські реквізити тощо).

Договір про аукціонний продаж товарів є документальним оформленням угоди (операції) щодо прилюдного продажу товару (поштучно або лотами) виробника за найвищу ціну з виплатою до початку аукціону його організаторові певної винагороди.

Державний контракт із засобом забезпечення потреб споживачів, що фінансуються за рахунок державного бюджету, і поповнення державного резерву. За своїм змістом він визначає права й обов'язки сторін при виконанні поставок продукції. Здебільшого в ньому міститься кілька груп показників (найменування, обсяг у натуральних показниках, прийнятна для обох сторін ціна, термін поставки), порядок відшкодування збитків за умови господарського ризику тощо.

Лізингова угода – договір між продуцентом і споживачем щодо довгострокової оренди машин, устаткування, приладів, транспортних та інших технічних засобів виробництва, у якому визначаються: кількість, якість, строки та порядок надання і повернення технічних засобів; розрахунки за користування; додаткові послуги; майнова відповідальність; додаткові умови; юридичні адреси і розрахункові рахунки.



Колективний договір – це угода між трудовим колективом в особі профспілки й адміністрацією підприємства (фірми, установи), що укладається або уточнюється щорічно. Він регулює виробничі, трудові й економічні відносини між суб'єктами господарювання (колективом і адміністрацією). У ньому передбачаються заходи щодо створення сприятливих і безпечних умов праці, впровадження нових технологій і устаткування, що полегшують працю та поліпшують стан довкілля, забезпечення зростання продуктивності й оплати праці, професійної підготовки і підвищення кваліфікації персоналу, соціального захисту працівників.

Тарифна угода – це договір між представниками сторін переговорів з питань оплати праці та соціальних гарантій. Тарифні угоди укладаються на трьох рівнях: міжгалузевому (генеральна тарифна угода між урядом і Федерацією профспілок України); галузевому (галузева тарифна угода); фірмовому (як складова частина колективного договору).

Договір обов'язкового медичного страхування може укладатися між страховою медичною установою (страховиком) і підприємством в особі його керівника (страхувальником) щодо страхування персоналу. Предметом договору є оплата страховиком медичних послуг громадянам-працівникам страхувальника та сплата страхувальником певних внесків в обумовлені договором строки.

Кредитний договір укладається між відповідним банком (інвестиційним фондом) і підприємством про надання певної суми кредиту на умовах, визначених даним договором, зі сплатою певного відсотка за користування позиковими коштами. Його детальний зміст визначається обов'язковими розділами, це: предмет договору; умови кредитування; права й обов'язки сторін; порядок укладення договору; додаткові умови договору; юридичні адреси і розрахункові рахунки сторін.

Договір поручительства укладається між трьома сторонами (поручителем, кредитором і боржником) та кваліфікується як доповнення до кредитного договору. Його підставою дійсна вимога кредитора до боржника за зобов'язаннями останнього, встановленими кредитним договором. Поручитель

зобов'язується відповідати перед кредитором так, як і боржник; він повинен протягом обумовленого терміну з моменту настання строку платежу відшкодувати кредитору несплачену боржником суму.

Ліцензійний договір загального типу укладається між ліцензіаром (власником новацій) і ліцензіатом (особою, яка хоче набути права на їх використання) щодо надання виключної ліцензії на використання винаходів, захищених авторськими свідоцтвами або патентами, а також «ноу-хау» за певну винагороду у вигляді паушального платежу чи роялті. Ліцензійний договір є складним за змістом документом і містить, як правило, такі розділи:

1. Визначення термінів.
2. Предмет договору.
3. Технічна документація.
4. Вдосконалення і поліпшення (щодо винаходів, «ноу-хау», продукції за ліцензією).
5. Гарантії та відповідальність.
6. Технічна допомога в освоєнні виробництва продукції за ліцензією.
7. Платежі, збори та податки.
8. Інформація і звітність.
9. Забезпечення конфіденційності.
10. Захист відступлених прав.
11. Реклама.
12. Вирішення суперечок.
13. Термін дії договору й умови його скасування.
14. Інші умови.

Договір про спільну діяльність належить до порівняно нескладних документів господарського призначення, згідно з якими організується спільна діяльність без створення для цієї мети юридичної особи. За укладеним договором про спільну діяльність створюється фактично просте товариство, учасники якого об'єднують майно і зусилля задля досягнення загальної господарської або іншої мети. У ньому істотною є умова щодо здійснення учасниками майнових або грошових внесків, які стають загальною пайовою

власністю. Порядок розподілу доходів, покриття витрат і збитків, що виникають у процесі спільної діяльності, визначаються за згодою між її учасниками.

Оскільки договір будь-якого типу характеризує певний компроміс сторін, то й форма, за якою його укладають, має вільний (типовий) характер. Типові форми договорів позбавлені обов'язковості (директивності), їх використовують як основу для укладання конкретного договору. Водночас необхідно зазначити, що існують певні вимоги, які треба виконувати при підготовці і юридичному оформленні будь-якого договору. Як правило, будь-який договір включає: 1) преамбулу (вступну частину); 2) основну частину (з відокремленням загальних і специфічних умов договору); 3) заключну частину.

Оскільки зміст договору визначається його предметом, то як приклад можна навести зміст договору купівлі-продажу, що включає такі складові:

- 1) предмет договору;
- 2) кількість товару;
- 3) якість пропонованої на продаж продукції;
- 4) продажна (договірна) ціна одиниці товару;
- 5) форма оплати;
- 6) термін поставки;
- 7) упаковка (перелік вимог щодо цього);
- 8) порядок приймання товару;
- 9) штрафні санкції;
- 10) форс-мажорні обставини;
- 11) арбітраж;
- 12) інші умови договору.

Необхідно знати, що правове регулювання відносин, які виникають у процесі реалізації економічних інтересів партнерів, покладено на особливу галузь права - договірне право.

## **9.2. Тверді та вільні оферти - особлива форма укладання договору**

Укладанню будь-якого договору передують переговори сторін. Вони можуть проводитися в усній (по телефону, при зустрічі) або у письмовій формі.

Ведення переговорів у письмовій формі означає, що одна із сторін готує пропозицію іншій стороні у вигляді проекту договору. Останнє прийнято називати офертою (наміром, пропозицією щодо укладання договору).

При цьому офертою вважають не будь-який проект, а лише той, що підписаний однією стороною – оферентом (автором оферти). Розрізняють тверді і вільні оферти.

Тверда оферта направляється на одну адресу і перетворюється у договір лише тоді, коли:

- 1) вона підписана іншою стороною (покупцем);
- 2) після підписання відправлена оференту;
- 3) отримана оферентом.

Необхідно брати до уваги і те, що кожна оферта має певний термін чинності (дії), який фіксується у її тексті. Наприклад, тверда оферта дійсна протягом 30 днів з моменту її відправлення. Це означає, що всі три умови (зазначені вище) мають бути дотримані впродовж 30 днів з дати відправлення оферти (опублікування у пресі). Це стосується також і вільної оферти.

Вільна оферта направляється кільком адресатам. Причому покупець, навіть підписавши її, ще не отримує гарантії щодо поставки товару, що є предметом оферти (партія товару одна, а пропозиції надіслані багатьом потенційним покупцям). У зв'язку з цим вільна оферта стає договором при дотриманні не лише трьох раніше зазначених умов, а й ще однієї (додаткової) умови - потенційний покупець має підписати оферту і надіслати її на адресу оферента, а останній - повідомити покупця про згоду оцінювати (вважати) підписану ним оферту як договір.

З цією метою у тексті вільної оферти завжди фіксується термін, протягом якого оферент зобов'язується надіслати таке підтвердження (наприклад, протягом трьох днів з моменту закінчення дії оферти). Для самого оферента така вказівка має важливе значення у тих випадках, коли всі адресати повернуть йому підписані оферти і треба буде вибрати, яку з них вважати договором.

Для покупця це також важливо, бо після підписання оферти він бере на себе конкретні зобов'язання. Проте, якщо протягом трьох днів покупець не

отримає від оферента підтвердження, він може вважати себе вільним від зобов'язань.

### **9.3. Системи підприємницьких дій щодо реалізації проекту**

Робота з формулювання умов договору належить до підготовчого періоду. На цій стадії підприємець формулює умови договору не лише у вигідній для себе, а й у прийнятній для партнера формі. Однак для проведення цієї підготовчої роботи необхідно знати, в яких можливих формах можна формулювати ту чи іншу умову договору. Виконання укладеного договору повинно строго відповідати його умовам. Для того, щоб визначити ступінь виконання або невиконання прийнятих сторонами зобов'язань, необхідно встановити точний зміст цих умов. Жодна зі сторін не повинна тлумачити їх по-своєму. Тому у формулюванні договорів і їхніх умов, як правило, беруть участь кваліфіковані юристи, інші спеціалісти та досвідчені практики.

У країнах «загального права» ці питання вирішуються на основі вже розроблених і широко використовуваних стандартів та інших нормативних документів. Саме про це йтиметься далі.

На практиці існують певні вимоги, яких партнери мають дотримуватись у процесі підготовки умов договору передусім це стосується структури документа. Як уже зазначалось, будь-який договір складається з преамбули, основної і заключної частин.

Преамбула це своєрідний вступ до самого договору, в якій повинні бути зазначені:

- назва договору (договір купівлі-продажу, бартерний договір тощо);
  - вказівка щодо місця і часу укладання договору;
  - фіксування факту укладання договору згідно з тими умовами, які викладені у самому тексті;
  - юридична назва підприємницьких утворень (партнерів, сторін договору);
- причому виробник (посередник) записується першим, а покупець (споживач) - відповідно другим.

Основна частина договору складається зі специфічних і загальних умов.

До специфічних належать лише ті умови, які є характерними для конкретної угоди (наприклад, ціна товару).

Як правило, специфічні умови договору охоплюють:

- предмет договору і кількість товару;
- якість товару;
- знижка з ціни або надбавка до ціни (якщо вони застосовуються);
- базові умови поставки;
- форма оплати;
- термін поставки;
- маркірування, пакування, тара;
- здавання-приймання товару;
- відповідальність сторін;
- наявні застереження (наприклад, заборона перепродажу товару).

Саме специфічні умови договору становлять тему і зміст обговорення партнерами. Ось чому конкретну форму кожної зі специфічних умов ретельно обмірковує підприємець при підготовці до переговорів про укладання угоди (договору).

До загальних умов договору належать ті його положення, що є стандартними і фіксуються в усіх договорах незалежно від їхнього змісту. Ними є:

- арбітражний припис (застереження);
- форс-мажорні обставини тощо.

У заключній частині договору містяться:

- усі юридичні адреси сторін (партнерів);
- усі додатки, що є невід'ємними частинами договору (ескізи товару, зразки тощо);
- підписи сторін (партнерів);
- місце і дата укладання договору (як переговори. У деяких випадках вони укладаються майже автоматично, коли партнери навіть не відчують договірного характеру своїх взаємин.

Від точності і повноти формулювання потенційно можливих умов

договору (контракту) залежить ефективність підприємницької діяльності, заснованої на договірних взаємовідносинах партнерів. Тому ретельне визначення і формулювання конкретних умов для певних розділів договору можна вважати визначальним етапом підготовки його проекту.

Детальніше розглянемо формулювання конкретних специфічних і загальних умов договору за окремими його розділами.

Предмет договору. Формулювання цієї умови залежить від виду угоди (операції). Наприклад, у підприємницькому договорі щодо купівлі-продажу ця умова може мати назву «предмет договору» або «кількість товару». Зміст полягає у зобов'язанні продавця поставити певну кількість конкретного товару, а покупця - прийняти та оплатити його.

Крім того, у тексті цього розділу договору мають бути зроблені застереження щодо одиниць виміру товару, допусків, кількості (для вантажів великої маси - деревина, вугілля, руда тощо), врахування природної втрати ваги, відповідальності за неї.

Якість продукції. Якість товару, що обумовлюється у договорі, залежить насамперед від його виду та функціонального призначення (для марганцевої руди - відсотковий вміст марганцю; для паперу - тип, щільність і вага).

Найчастіше у договорах використовуються такі формулювання:

- товар повинен мати торговельну марку конкретної фірми і продукуватися на одному з підприємств або філій фірми;
- якість товару має відповідати вимогам міжнародних стандартів або стандартів, прийнятих у країні продавця;
- якісні характеристики всієї маси товару повинні відповідати якості його зразка;
- якість товару повинна відповідати вимогам покупця чи технічним умовам виробника.

Якість товару, що поставляється за укладеним договором, має бути документально підтвердженою. Відповідним документом - сертифікат якості, що містить такі дані: опис товару, що відповідає визначеному в договорі чи специфікації; місце і дата навантаження транспортні реквізити; кількість місць,

вага нетто і брутто; дата виготовлення продукції відповідно до її маркірування. Для купівлі продажу продуктів харчування або живих тварин обов'язково додається і другий документ - санітарно-ветеринарне свідоцтво.

Ціна товару. Встановлення ціни за договором передусім залежить від стратегії підприємництва, так званого «зняття вершків» (на нові товари встановлюються спочатку найвищі можливі ціни, які потім знижуються поступово при уповільненні темпів збуту), або стратегії міцного закріплення на відповідному ринку (встановлення порівняно доступних цін задля залучення якнайбільшої кількості покупців і завоювання міцної позиції на ринку).

В основу формування ціни товару може бути покладений географічний принцип, коли встановлюються різні ціни для певних регіонів (областей). При формуванні цінового показника підприємець має враховувати існування цін пропонування і попиту.

Формулювання умови договору щодо цінового показника передбачає вибір певного методу фіксації ціни у самому договорі: методу твердої ціни (фіксується ціна, рівень якої потім не змінюється) або базисної ціни (ціновий показник стосовно певних якісних характеристик). Застосування методу базисної ціни обов'язково передбачає її відповідну корекцію шляхом використання боніфікації (надбавки) або рефакції (знижки). Зрештою, з урахуванням основних ринкових чинників в угоді чи контракті фіксується договірна ціна за згодою партнерів.

Форма платежу. Залежно від об'єктивно існуючих інтересів партнерів (продавців і покупців) у договір включається умова про повну (часткову) передоплату або умова про оплату фактично поставленого товару.

Практиці підприємництва відомі дві основні форми платежу:

- кредитна, коли партнери (сторони) домовляються про поставку товару у певний визначений термін і про оплату поставленої продукції впродовж певного часу; у цьому випадку загальна сума платежу має складатися з ринкової ціни товару та відсотка за користування кредитом;

- готівкова, коли сторони домовляються, що платіж повинен передувати поставці товару або ж відбуватися негайно після неї.



Готівкові платежі здійснюються використанням певного способу розрахунків (зокрема чеків або депозитних сертифікатів).

Розрахунки можуть здійснюватись також векселями. Нерідко застосовується й така форма розрахунків, як акредитив, тобто доручення банку сплатити певну суму грошей негайно за умови виконання зобов'язань, зафіксованих у спеціальному акредитивному листі.

Іншою формою платежу є інкасо, коли платіж здійснюється банками покупця на основі передачі банком продавця відповідних платіжних документів.

Термін поставки товару. При встановленні такого терміну партнери у процесі підготовки договору повинні враховувати власні реальні можливості і очікувану потребу товару в часі. Можуть застосовуватися такі формулювання термінів поставки товару: 1) негайно (протягом кількох днів після підписання договору); 2) не пізніше конкретної дати; 3) у конкретний період часу (місяць, квартал); 4) у точно обумовлений строк (конкретні число, місяць і рік). Окремі застереження можуть бути зроблені щодо строків поставки товарів при здійсненні експортно-імпортних операцій.

Упакування і маркірування товарів. Упакування здійснюється з метою реклами, захисту від пошкоджень (руйнування), зручності транспортування та вантажно-розвантажувальних робіт. Треба розрізняти внутрішню товарну упаковку (коробки, сумки, пакети тощо) і зовнішню упаковку, тобто тару (контейнери, піддони, ящики тощо). При виборі та фіксації у договорі форми і виду упаковки необхідно враховувати існуючі вимоги до процесу упакування. Основні з них такі: 1) упакуванню має передувати консервація товару, якщо це необхідно; 2) товар повинен бути упакований з урахуванням габаритів транспортних засобів, що здійснюватимуть його перевезення; 3) упаковка повинна запобігати можливим пошкодженням і корозії; 4) упаковка має бути пристосована для перевантаження товару механічними навантажувачами (кранами).

Маркірування наноситься на упаковку й охоплює узгоджені сторонами договору відомості: назва виробника; назва покупця (споживача); номер договору (замовлення); номер пакувальної одиниці; місце призначення; точні

габарити; умовне позначення правил на-вантаження-розвантаження товарного місця (наприклад, «не кантувати», «верх», «обережно – скло» тощо). Щодо експортованих товарів, то має бути позначена країна походження виробу (наприклад, «Вироблено в Україні»).

Здавання-приймання товару. Здебільшого будь-який договір має передбачати конкретну форму здавання-приймання товару. Найпростішою і найпоширенішою формою є підписання прийомоздавального акта сторонами договору купівлі-продажу. Остаточне приймання поставлених товарів здійснюється після їхнього прибуття на склад покупця. У цьому випадку перевірка кількості і якості отриманих товарів може завершуватися складанням акта експертизи.

Штрафні санкції. У цьому розділі підписаного договору сторони обумовлюють конкретні штрафні санкції (сплата штрафу, пені тощо) за порушення передбачених у ньому умов. Штрафи встановлюються у відсотках до конкретної вартості товару і мають верхню межу. Претензії щодо штрафу можуть бути пред'явлені не пізніше обумовленого строку (наприклад, трьох місяців).

Форс-мажор. Цим терміном прийнято позначати обставини непереборної сили (пожежа, стихійне лихо, війна, економічна блокада, заборона експорту або імпорту), за яких стає неможливим виконання умов договору. Тому в договорі повинно бути обумовлено, що з настанням таких обставин строк виконання договірних зобов'язань відкладається на час їх дії. Доказом наявності таких обставин та їхньої тривалості є довідка Торговельно-промислової палати країни продавця чи покупця. Якщо форс-мажорні обставини триватимуть понад три місяці, то кожна сторона договору має право відмовитися від подальшого виконання зобов'язань за ним.

Арбітраж означає порядок розгляду і вирішення суперечок. У тексті договору обумовлюється порядок вирішення суперечок, що виникають у зв'язку з виконанням зобов'язань. Може бути зазначено, наприклад, що обидві сторони намагатимуться долати суперечки чи розбіжності, якщо такі виникатимуть, власними силами шляхом дружніх переговорів. У випадку, коли сторони не зможуть дійти згоди, то всі суперечки розглядатиме Вищий арбітражний суд

України або відповідний орган іншої країни. Рішення арбітражного органу буде остаточним і обов'язковим для обох сторін.

Інші умови. У цьому (заключному) розділі договору можуть міститися домовленості про заборону перепродажу товару та його реекспорту, про порядок внесення необхідних змін і доповнень до договору, а також запис щодо кількості примірників, які мають однакову юридичну силу.

#### *Партнерські зв'язки та угоди (операції)*

Підприємець, який має максимально можливий рівень економічної свободи, у процесі розробки підприємницької схеми визначає економіко-правову форму досягнення поставленої мети. Під цим розуміють конкретний вид угоди, яка може бути прийнята партнером і сприяти досягненню підприємницької мети.

Угода – комерційний (тобто з метою отримання зиску) обмін результатами праці між партнерами або об'єднання зусиль партнерів з ініціативи конкретного підприємця для тієї ж мети. У ній втілено дію, спрямовану на встановлення, зміну або припинення правовідносин юридичних чи фізичних осіб у сфері підприємницької діяльності. У практиці господарювання користуються двома видами угод: односторонніми (наприклад, заповіт, дарування, довіреність тощо) і взаємними (дво- і багатосторонніми) угодами, що передбачають участь у них двох чи кількох юридичних або фізичних осіб. Найбільш поширеними у різних сферах діяльності людей є двосторонні угоди. Угоду треба відрізнити від простої безоплатної передачі продукції, майна тощо. Якщо існує домовленість з партнером про те, що ви будете виробляти напівфабрикати, а він з них - готову для споживання продукцію, то це треба оцінювати як економічну угоду. Якщо ж комусь ви передаєте певну кількість продукції або майна безкоштовно (тобто взамін нічого не отримуєте), то таку операцію треба кваліфікувати як просту передачу.

Угоди можуть бути вигідні, частково вигідні і не вигідні. Від чого залежить комерційний результат виконання угоди? Певна річ, від того, які конкретні умови передбачені в такій угоді, якої економіко-правової форми набирає сама підприємницька мета і засоби її досягнення. У зв'язку з цим треба відрізнити форми партнерських зв'язків від форм угод як засобу зовнішнього оформлення

таких зв'язків. Форму партнерських зв'язків завжди пропонує один з партнерів (ініціаторів) іншому, тобто кожний підприємець у своїй діяльності повинен запропонувати певну форму співробітництва або дати відповідь партнеру на його пропозицію. Проте для того, щоб запропонувати конкретну форму співробітництва або відповісти на пропозицію партнера щодо цього, необхідно досить повно уявляти собі всю можливу різноманітність партнерських зв'язків, яка реально існує у сфері бізнесу.

#### **9.4. Найважливіші форми співробітництва у різних сферах підприємницької діяльності**

##### *Основні напрями співпраці партнерів*

Усю різноманітність партнерських зв'язків у підприємстві можна згрупувати за чотирма основними напрямками (сферами) підприємницького співробітництва. У межах цих напрямів і повинне здійснюватись підприємницьке партнерство.

Насамперед підприємці можуть співробітничати у сфері виробництва. Другим напрямом співробітництва можна вважати сферу товарообміну. Торгівля – це третій напрям у розвитку співробітництва партнерів. До четвертого - належить співробітництво у сфері фінансів.

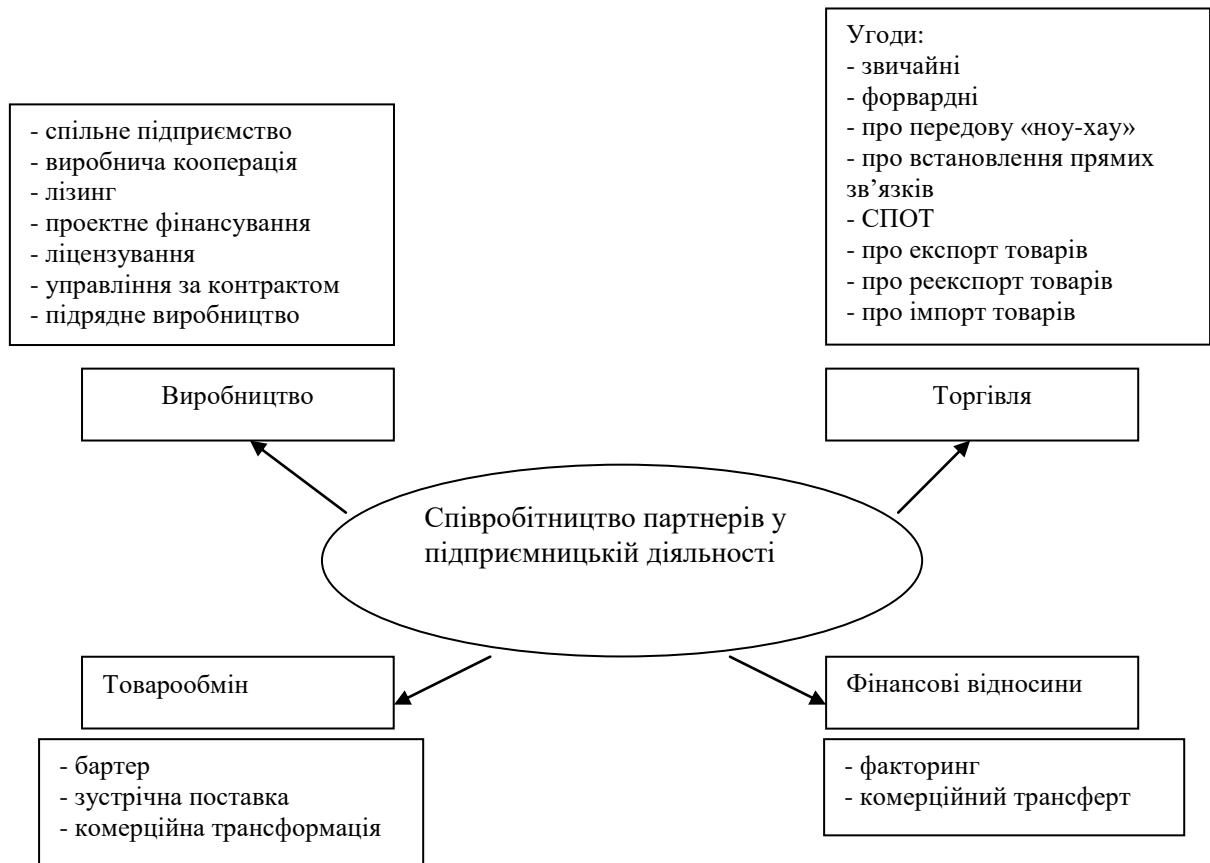
Співробітництво на основі укладеної угоди реально здійснюється, коли на кожному зі сторін покладені певні (визначені угодою) права й обов'язки. Правові наслідки укладеної угоди (права й обов'язки сторін) починають виявлятися одразу після підписання договору про укладання угоди. Саме через це кожна зі сторін добровільно бере на себе цілком певні зобов'язання (просунути на ринок товар, заплатити за поставку інших товарів), невиконання яких або неналежне виконання зумовлює необхідність застосування до винуватця штрафних санкцій на користь іншої сторони.

Зміст і форма угоди (договору) залежать від конкретного напрямку співробітництва підприємців. Наприклад, договір про обмін товарів відрізнятиметься від договору про співпрацю у виробничій сфері тощо. У цілому щодо цього діє така логіка: спочатку підприємець-ініціатор визначає

сферу (напряг) співробітництва, потім обґрунтовує його конкретну форму, а після цього пропонує укласти угоду у формі договору.

### *Форми співробітництва у різних сферах*

Підприємницька діяльність може ефективно здійснюватись у різноманітних напрямках, кожний з яких охоплює певні конкретні форми співробітництва. В узагальненому вигляді найбільш важливі форми співробітництва за окремими напрямками зображені на рис. 9.1.



**Рис. 9.1 Найбільш важливі форми співробітництва партнерів з окремими напрямками підприємницької діяльності**

*Форми співробітництва у сфері виробництва.* Сутність усіх форм, що відображають цей напрям у співробітництві, може бути зведена до бажання інтегрувати і координувати свої економічні інтереси, практична реалізація яких за кооперування забезпечує комерційну вигоду. Такі відносини можуть будуватись лише на довготривалій основі.

У цьому напрямі співробітництва відокремлюють кілька конкретних його форм. Основними з яких є:

а) спільне підприємство - підприємство, статутний фонд якого створюється за рахунок пайових внесків двома або більшою кількістю засновників, які представляють різні форми власності або один з них є іноземною фізичною чи юридичною особою;

б) виробнича кооперація - форма співробітництва, коли створюється закінчений виробничий цикл усіма співпрацюючими партнерами, а кожний з них виконує свою частку робіт у рамках єдиного виробничого процесу. Отримуваний після повного завершення циклу дохід (прибуток) розподіляється між партнерами відповідно до внеску кожного у загальний обсяг робіт;

в) лізинг – особливий вид оренди, об'єктом якої у більшості випадків виступає устаткування, транспортні засоби тощо.

Проектне фінансування – форма партнерських зв'язків, за якої одна із сторін бере на себе зобов'язання фінансувати реалізацію проекту іншого партнера або одна сторона, що має власний розроблений проект, пропонує іншій стороні здійснювати його практичну реалізацію і зобов'язується фінансувати всі роботи. Проте в обох випадках інша сторона має повернути кредит, як правило, у товарній формі (тобто за рахунок частини вироблених товарів після реалізації відповідного проекту).

Ліцензування – форма співробітництва, за якої суб'єктами відносин виступає ліцензіар (власник певних прав) і ліцензіат (той, кому такі права передаються на постійній чи тимчасовій основі). Ліцензіар укладає угоду з ліцензіатом, відповідно до якої останньому передаються права на використання патенту, товарного знака, іншої значущої новації за певну плату. Передача таких прав полегшує ліцензіару вихід на новий ринок, а ліцензіату використання купленої ліцензії в інтересах власного бізнесу.

Управління за контрактом – форма відносин, сутність якої зводиться до такого: один з підприємців передає іншому «ноу-хау» у галузі управління, а другий – забезпечує інвестування; за своєю суттю вона є експортом управлінських послуг, а не капіталу.

Підрядне виробництво – це взаємини між підприємцями, коли один із них здійснює цільове виробництво товару за прямою вказівкою замовника.

*Форми співробітництва у сфері товарообміну.* Товарообмінними вважаються такі операції, за яких основу взаємовідносин партнерів становить рух (просування) товарів, але при цьому повністю виключається грошова форма розрахунків, тобто здійснюється прямий обмін одного товару на інший з дотриманням цінового паритету.

Товарообмінні операції іноді ототожнюють із зустрічною торгівлею. Зустрічна торгівля - це певна сукупність угод, спрямованих на досягнення відповідного балансу у взаємних поставках товарів. Різновидами зустрічної торгівлі вважають такі угоди економічного спрямування, як:

1. Бартер, бартерні операції. Під бартером розуміють конкретну угоду, яку сторони здійснюють, заздалегідь узгодивши номенклатуру обмінюваних товарів; пропорції обміну певного товару на інший; строки взаємних поставок продукції. Виходячи з цього, бартерна угода - це комерційна операція з обміну певної кількості одного товару на еквівалентну за вартістю кількість іншого. Особливість бартерної угоди полягає у підписанні партнерами (сторонами) одного договору, зміст якого відображає повну домовленість з усіх аспектів (складових частин) товарообміну.

2. Зустрічна поставка як різновид бартеру. Бартерні операції можуть здійснюватись дещо на інших умовах (домовленостях), а саме: сторони визначають, який товар повинен бути поставлений однією стороною іншій, а що конкретно має бути поставлено іншою стороною - вирішується пізніше й окремо і оформляється у вигляді додатку до договору. Такі угоди отримали назву зустрічних поставок, різновидом яких є так звані зустрічні закупівлі.

3. Комерційна тріангуляція, сутність якої полягає у тому, що у здійсненні бартерних операцій можуть брати участь не дві сторони, а три чи більше, якщо цього вимагає пошук необхідного товару.

*Форми угод у сфері торгівлі.* До них належать:

- угода звичайна (угода про купівлю-продаж); за цієї угоди взаємовідносини оформляються у вигляді договору поставки того або іншого товару;

- угода форвардна (угода, термінова щодо практичної реалізації);

- комерційна операція щодо купівлі-продажу на визначений термін здійснення та поставки товару в обумовлений договором час;
- угода про передачу інформації у вигляді «ноу-хау» за винагороду, умови і розміри якої передбачені контрактом;
- угода про встановлення прямих зв'язків - економічні взаємини фірм (підприємств, організацій), що базуються на безпосередньому співробітництві у конкретній сфері діяльності;
- угода СПОТ - вид операції щодо купівлі-продажу наявного товару з надтерміновою оплатою і доставкою споживачеві;
- угода про експорт товару - договір про поставку товару партнеру іншої країни;
- угода про реекспорт - відносини, за яких один з партнерів купує товар за кордоном з метою його поставки партнеру з третьої країни;
- угода про імпорт товару - операція, в основі якої лежать відносини між партнерами щодо ввезення товару з іншої країни.

*Форми співпраці у сфері фінансових відносин.* Партнерські зв'язки у сфері фінансових відносин охоплюють факторинг і комерційний трансферт.

Факторинг – система взаємовідносин, що встановлюється між підприємцем і фактор-фірмою, що бере на себе дебіторську заборгованість підприємця або купує у підприємця його вимогу до того чи іншого партнера щодо оплати боргу.

У ролі фактор-фірми найчастіше виступають банки. Сьогодні чимало банків об'єднуються у групи і здійснюють комплексне фінансове обслуговування клієнтів, засновуючи у своїй структурі факторингові, лізингові, інжинірингові і консалтингові контори.

Факторинг – це, по суті, різновид торговельно-комісійних операцій, що супроводжуються кредитуванням оборотного капіталу клієнта купівлею фактор-фірмою (компанією) рахунків фактур клієнтури.

Комерційний трансферт використовується в міждержавних відносинах і означає взаємне придбання партнерами капіталу в національній валюті у визначених розмірах за договірною ціною. Однак при цьому не відбувається



фізичного переміщення капіталу через національні кордони, а куплена валюта зараховується на рахунок покупця у національному банку країни-продавця. Ця форма партнерських взаємовідносин застосовується в системі міжбанківських зв'язків (заснуванні так званих кореспондентських рахунків) і міждержавних відносин.

## Література

1. Бутенко А. І. Підприємництво в Україні : монографія / А. І. Бутенко, І. М. Сараєва, С. В. Якимов - О. : Фенікс, 2007. — 68с.
2. Пляшко О. С. Підприємницька діяльність : облік, оподаткування, звітність : навч. посіб. для студ. вищих навч. закл./ О. С. Пляшко, М. Ф. Денищук - Рівне : Волинські обереги, 2007. — 320с.
3. Основи підприємництва : [навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів] / В. І. Депутат, О. О. Кожемяченко, Л. В. Овчаренко, Т. П. Ткаченко. – К. : КНТ, 2009. – 64с.
4. Покропивний С. Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність : навчальний посібник / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. – Львів : Оскарт, 1996. – 352 с.

## Тести для самоконтролю

### 1. Оферта буває:

- а) тверда і вільна;
- б) тверда і гнучка;
- в) вільна і регульована;
- г) правильної відповіді немає.

### 2. Договір - це:

- а) форма закріплення партнерських зв'язків;
- б) намір, пропозиція щодо укладання угоди;
- в) правильної відповіді немає;
- г) комерційний обмін.

**3. Система взаємовідносин, що встановлюється між підприємцем і фактор-фірмою, яка бере на себе дебіторську заборгованість підприємця або купує у підприємця його вимогу до того чи іншого партнера щодо оплати боргу, - це:**

- а) факторинг;
- б) комерційний трансферт;
- в) угода СПОТ;
- г) форвардна угода.

**4. У практиці господарювання користуються двома видами угод:**

- а) односторонніми і багатосторонніми;
- б) відкритими і закритими;
- в) вигідними, невигідними, частково вигідними;
- г) правильної відповіді немає;

**5. Комерційний обмін результатами праці між партнерами або об'єднання зусиль партнерів з ініціативи конкретного підприємця для такої ж мети - це:**

- а) договір;
- б) угода;
- в) контракт;
- г) правильної відповіді немає.

**6. Форми співробітництва підприємницької діяльності у сфері фінансових відносин:**

- а) бартер;
- б) факторинг;
- в) зустрічна поставка;
- г) лізинг.

**7. Форми співробітництва підприємницької діяльності у сфері виробництва:**

- а) бартер;
- б) факторинг;
- в) зустрічна поставка;

г) лізинг.

**8. Форми співробітництва підприємницької діяльності у сфері товарообміну:**

а) бартер;

б) факторинг;

в) зустрічна поставка;

г) лізинг.

**9. Угода між трудовим колективом в особі профспілки й адміністрацією підприємства, що укладається або уточнюється щорічно – це**

а) контракт;

б) колективний договір;

в) тарифна угода;

г) ліцензійний договір.

**10. Комерційна тріангуляція – це**

а) одна з форм співробітництва (партнерських зв'язків) у сфері товарообміну, за якої у здійсненні бартерних операцій можуть брати участь не дві, а три чи більше сторін, якщо цього вимагає пошук необхідних видів (груп) товарів.

б) форма партнерських зв'язків у сфері виробництва;

в) тарифна угода;

г) вид торгово-посередницьких послуг, коли посередник (у даному випадку - консигнант) реалізує товар із власного складу на основі договору-доручення.

**Питання для поглибленого вивчення теми**

1. Підготовка підприємства до укладання підприємницької угоди.
2. Форми співробітництва у сфері виробництва.
3. Форми співробітництва у сфері товарообігу.
4. Форми співробітництва у фінансових відносинах.

## ТЕМА 10. ЕФЕКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

10.1. Аналітична оцінка економічної і соціальної ефективності підприємництва.

10.2. Основні етапи проведення комплексного аналітичного аналізу.

10.3. Об'єкти економічного аналізу підприємницьких виробничих структур.

10.4. Система показників оцінки ефективності виробничо-господарської, бізнесово-фінансової діяльності підприємництва.

10.5. Розрахунки прибутку й інтегрального економічного ефекту

10.6. Принципові положення визначення ефективності створення та діяльності спільних виробничих підприємств.

*Ключові слова: ефективність, платоспроможність, фінансова стійкість, прибутковість*

### **10.1. Аналітична оцінка економічної і соціальної ефективності підприємництва**

Визначення економічної ефективності підприємницької діяльності, яка відбувається за різними напрямками, повинна опиратися на власну методичну основу. Але на Україні не існує офіційної методики комплексної оцінки результатів різних видів підприємницької діяльності. Тому можна орієнтуватися на такі основні положення (принципи):

1. Аналітична оцінка економічної та соціальної діяльності повинна базуватися на результатах комплексного аналізу діяльності підприємницьких структур, які відбуваються за певний час.

2. У ринкових умовах господарювання аналіз проводиться за стислою схемою і називається експрес-аналізом, головна мета якого - визначити динаміку змін у показниках, що характеризують ефективність господарювання, дати належну оцінку змінам (показникам, результатам), вжити заходів щодо вдосконалення управління, які призводять до покращання показників.

3. В економічній практиці використовують два основних методи комплексної оцінки ефективності:

- порівняльний аналіз;
- метод, в якому використовується еталонна модель.

4. Відокремлюються дві системи показників, що характеризують ефективність:

- виробничо-господарської і бізнесово-фінансової діяльності (виробничої сфери);
- підприємницької діяльності (невиробничої сфери господарювання).

5. При побудові показників ефективності підприємництва базуються на наступних принципах:

- показники ефективності підприємницької діяльності необхідно отримувати шляхом співвідношення або різниці результатів і витрат діяльності;
- кількісні результати повинні повністю враховувати всі елементи, які вже не повторюватимуться у наступних розрахунках;
- поточні витрати не повинні містити будь-яких елементів результату;
- усі показники ефективності підприємницької діяльності необхідно ділити на ресурсні та витратні.

Не потрібно відкидати факту, що між окремими показниками ефективності виробництва сфери підприємництва існує взаємозв'язок (рис. 10.1).

6. Для оцінки інвестиційного аспекту підприємницької діяльності, а саме розрахунку економічної доцільності реальних інвестицій використовують показник - строк окупності або коефіцієнт економічної ефективності (індекс доходності) реальних капітальних вкладень. Оцінюючи доцільність виробничих капітальних вкладень, встановлюють ставку дисконту (капіталізації), яка характеризує норму прибутку. При обчисленні ефективності капіталовкладень обов'язково враховують темпи інфляції, зменшуючи дисконтну ставку на їх величину.

## 10.2. Основні етапи проведення комплексного економічного аналізу результатів діяльності фірм

Процес проведення комплексного аналітичного аналізу складається з п'яти етапів:

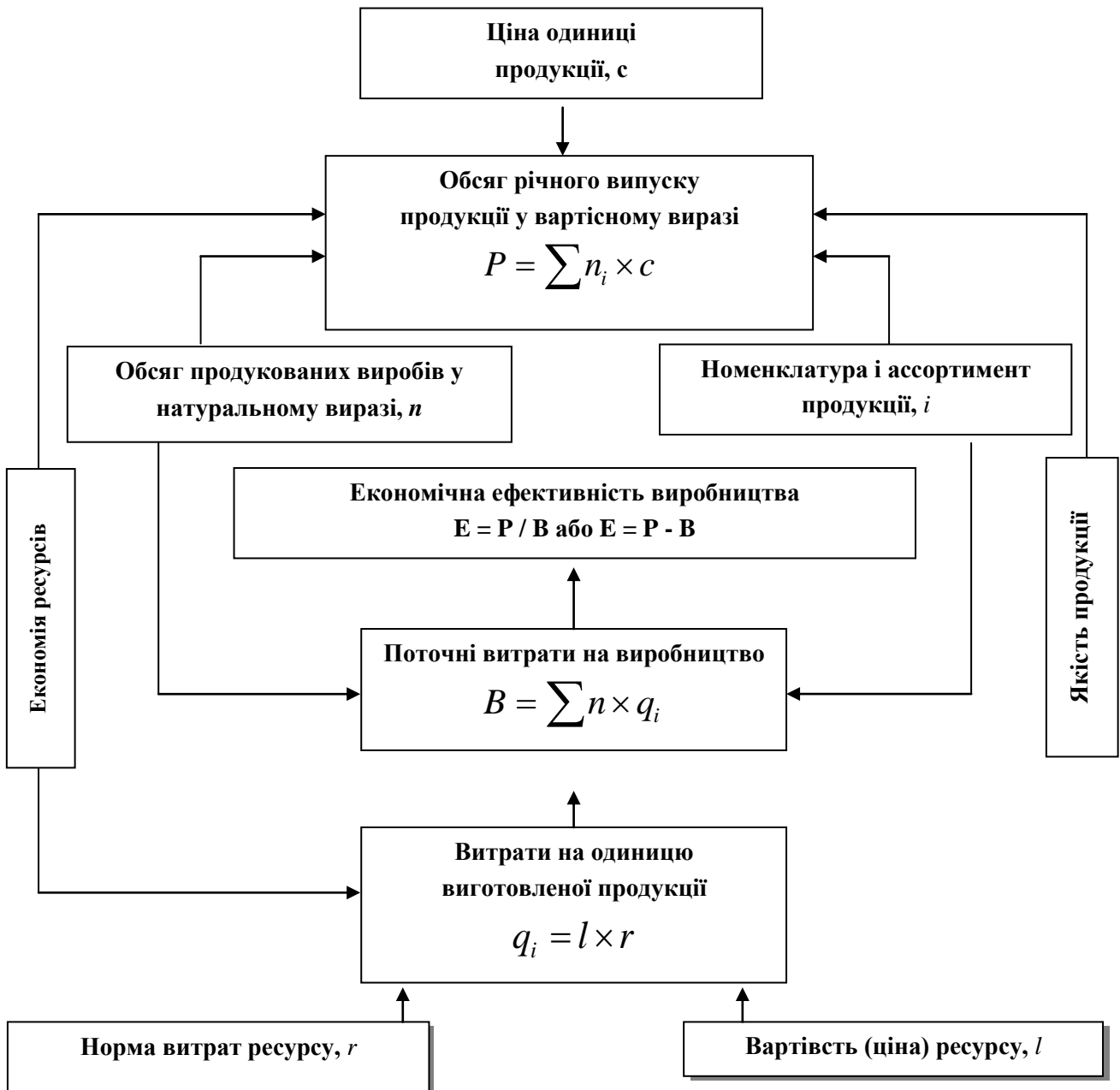


Рис. 10.1. Економічна ефективність виробничого підприємництва та типовий взаємозв'язок між його складовими

1 етап - складання плану економічного аналізу передбачає:

- визначення теми аналізу і напрямів використання його результатів;

- розробка програми і календарного плану, розподіл роботи між виконавцями;
- визначення джерел інформації;
- розробка макетів аналітичних таблиць, методичних вказівок щодо їх заповнення, методів графічного оформлення матеріалів аналізу.

2 етап - підготовка матеріалів для аналізу включає в себе:

- збирання інформації та визначення додаткових джерел її отримання;
- перевірка вірогідності інформації;
- аналітична обробка інформації.

3 етап - попередня оцінка результатів аналізу. На цьому етапі складається:

- загальна характеристика фірми;
- характеристика зміни показників порівняно з попереднім періодом або з іншими подібними підприємствами.

4 етап - аналіз причин динамічних змін показників діяльності характеризується:

- визначенням і групуванням чинників, що впливають на діяльність фірми;
- виявленням зв'язків і залежності між окремими чинниками;
- елімінуванням впливу чинників, що не залежать від об'єкта аналізу;
- вимірюванням впливу чинників;
- виявленням невикористаних можливостей для позитивних змін показників діяльності.

5 етап - остаточна оцінка результатів аналізу. На цьому етапі формулюються:

- висновки з результатів аналізу;
- пропозиції для підвищення ефективності діяльності фірми.

### **10.3. Об'єкти економічного аналізу підприємницьких виробничих структур**

Об'єктами економічного аналізу більшості підприємницьких структур виробничого спрямування повинні бути:

- 1) організаційно-технічний рівень і обсяг виробництва;
- 2) використання основних засобів і виробничих потужностей, матеріальних ресурсів;
- 3) досягнутий рівень продуктивності праці (виробничої системи);
- 4) собівартість продукції (поточні витрати виробництва); прибутковість, рентабельність;
- 5) фінансовий стан і його стійкість.

Економічний аналіз діяльності підприємницького організаційного утворення завершується складанням відповідної аналітичної записки, у якій подаються:

- опис-характеристика змін показників діяльності оцінюваного підприємства та інших підприємницьких структур галузі за розрахунковий період;
- чітко сформульовані висновки, що базуються на результатах проведеного економічного аналізу;
- виявлені у процесі аналітичної оцінки резерви підвищення економічної ефективності виробництва та обґрунтовані пропозиції щодо їхнього практичного використання у найближчій перспективі господарювання.

### **10.4. Система показників оцінки ефективності виробничо-господарської, бізнесово-фінансової діяльності підприємництва**

Усі показники ефективності підприємницької діяльності є розрахунковими, тому потребують первинних даних для обчислення (рис.10.2.). Як правило, для таких розрахунків використовують дані бухгалтерського, оперативного обліку всіх видів ресурсів і витрат, результатів діяльності. Особливо цінну інформацію для такого аналізу



містять баланс і звіт про фінансові результати підприємства (табл.10.1.-10.2.)



**Рис. 10.2. Показники ефективності виробничо-господарської діяльності**

Таблиця 10.1.

**Баланс станом на 2013 рік  
Форма 1**

<b>Актив</b>	<b>Код рядка</b>	<b>На початок звітного періоду</b>	<b>На кінець звітного періоду</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи:			
- залишкова вартість	010	68	3535
- первісна вартість	011	362	3785
- накопичена амортизація	012	( 294 )	( 250 )
Незавершене будівництво	020	9394	3976
Основні засоби:			
- залишкова вартість	030	380359	353578
- первісна вартість	031	717419	738636

- знос	032	( 337060 )	( 385058 )
Довгострокові біологічні активи:			
- справедлива (залишкова) вартість	035	0	0
- первісна вартість	036	0	0
- накопичена амортизація	037	( 0 )	( 0 )
Довгострокові фінансові інвестиції:			
- які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	040	0	0
- інші фінансові інвестиції	045	1652	1652
Довгострокова дебіторська заборгованість	050	0	0
Справедлива (залишкова) вартість інвестиційної нерухомості	055	0	1
Первісна вартість інвестиційної нерухомості	056	0	1661
Знос інвестиційної нерухомості	057	( 0 )	( 1660 )
Відстрочені податкові активи	060	0	5733
Гудвіл	065	0	0
Інші необоротні активи	070	0	0
Гудвіл при консолідації	075	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>080</b>	<b>391473</b>	<b>368475</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Виробничі запаси	100	72691	66286
Поточні біологічні активи	110	0	0
Незавершене виробництво	120	1056	1680
Готова продукція	130	67225	26886
Товари	140	12	12
Векселі одержані	150	0	0
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги:			
- чиста реалізаційна вартість	160	98270	130251
- первісна вартість	161	102731	136186
- резерв сумнівних боргів	162	( 4461 )	( 5935 )
Дебіторська заборгованість за рахунками:			

- за бюджетом	170	7700	2
- за виданими авансами	180	7719	7756
- з нарахованих доходів	190	100	99
- із внутрішніх розрахунків	200	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	210	7640	8025
Поточні фінансові інвестиції	220	0	0
Грошові кошти та їх еквіваленти:			
- в національній валюті	230	15090	59721
- у т.ч. в касі	231	0	0
- в іноземній валюті	240	55582	27943
Інші оборотні активи	250	4575	3351
<b>Усього за розділом II</b>	<b>260</b>	<b>337660</b>	<b>332012</b>
<b>III. Витрати майбутніх періодів</b>	<b>270</b>	<b>116</b>	<b>193</b>
<b>IV. Необоротні активи та групи вибуття</b>	<b>275</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Баланс</b>	<b>280</b>	<b>729249</b>	<b>700680</b>

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Статутний капітал	300	55500	55500
Пайовий капітал	310	0	0
Додатковий вкладений капітал	320	0	0
Інший додатковий капітал	330	13060	12985
Резервний капітал	340	816	1358
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	350	31283	64826
Неоплачений капітал	360	(0)	(0)
Вилучений капітал	370	(0)	(0)

Накопичена курсова різниця	375	0	0
<b>Усього за розділом I</b>	<b>380</b>	<b>100659</b>	<b>134669</b>
Частка меншості	385	0	0
<b>II. Забезпечення наступних виплат та платежів</b>			
Забезпечення виплат персоналу	400	2413	6535
Інші забезпечення	410	0	409
Сума страхових резервів	415	0	0
Сума часток перестраховиків у страхових резервах	416	0	0
Цільове фінансування	420	0	0
<b>Усього за розділом II</b>	<b>430</b>	<b>2413</b>	<b>6944</b>
<b>III. Довгострокові зобов'язання</b>			
Довгострокові кредити банків	440	265953	196219
Інші довгострокові фінансові зобов'язання	450	205214	209902
Відстрочені податкові зобов'язання	460	252	0
Інші довгострокові зобов'язання	470	54	184
<b>Усього за розділом III</b>	<b>480</b>	<b>471473</b>	<b>406305</b>
<b>IV. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	500	0	0
Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями	510	69193	69100
Векселі видані	520	0	0
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги	530	65688	52741
Поточні зобов'язання за розрахунками:			
- з одержаних авансів	540	4456	6518
- з бюджетом	550	416	8034
- з позабюджетних платежів	560	0	0
- зі страхування	570	749	671
- з оплати праці	580	1528	1362
- з учасниками	590	0	0
- із внутрішніх розрахунків	600	0	0

Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами та групами вибуття, утримуваними для продажу	605	0	0
Інші поточні зобов'язання	610	12670	14332
<b>Усього за розділом IV</b>	<b>620</b>	<b>154700</b>	<b>152758</b>
<b>V. Доходи майбутніх періодів</b>	<b>630</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Баланс</b>	<b>640</b>	<b>729249</b>	<b>700680</b>

Таблиця 10.2.

**Звіт про фінансові результати за 2013 рік  
Форма 2**

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	010	755839	571586
Податок на додану вартість	015	114970	88721
Акцизний збір	020	( 0 )	( 0 )
	025	( 0 )	( 0 )
Інші вирахування з доходу	030	( 1315 )	( 872 )
Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	035	639554	481993
Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	040	( 539027 )	( 375311 )
<b>Валовий прибуток:</b>			
- прибуток	050	100527	106682
- збиток	055	( 0 )	( 0 )
Інші операційні доходи	060	38177	75418
У т.ч. дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції, одержаних у наслідок	061	0	0

сільськогосподарської діяльності			
Адміністративні витрати	070	( 21107 )	( 27676 )
Витрати на збут	080	( 16308 )	( 18244 )
Інші операційні витрати	090	( 51871 )	( 102217 )
У т.ч. витрати від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції, одержаних у наслідок сільськогосподарської діяльності	091	( 0 )	( 0 )
Фінансові результати від операційної діяльності:			
- прибуток	100	49418	33963
- збиток	105	( 0 )	( 0 )
Доход від участі в капіталі	110	0	0
Інші фінансові доходи	120	3284	2119
Інші доходи	130	3882	84
Фінансові витрати	140	( 13804 )	( 16861 )
Втрати від участі в капіталі	150	( 0 )	( 0 )
Інші витрати	160	( 3248 )	( 3350 )
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	165	0	0
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:			
- прибуток	170	39532	15955
- збиток	175	( 0 )	( 0 )
У т.ч. прибуток від припиненої діяльності та/або прибуток від переоцінки необоротних активів та групи вибуття у наслідок припинення діяльності	176	0	0
У т.ч. збиток від припиненої діяльності та/або збиток від переоцінки необоротних активів та групи вибуття у наслідок припинення діяльності	177	( 0 )	( 0 )
Податок на прибуток від звичайної діяльності	180	( 5522 )	( 5104 )
Дохід з податку на прибуток від звичайної діяльності	185	0	0

Фінансові результати від звичайної діяльності:			
- прибуток	190	34010	10851
- збиток	195	( 0 )	( 0 )
Надзвичайні:			
- доходи	200	0	0
- витрати	205	( 0 )	( 0 )
Податки з надзвичайного прибутку	210	( 0 )	( 0 )
Частка меншості	215	0	0
Чистий:			
- прибуток	220	34010	10851
- збиток	225	( 0 )	( 0 )
Забезпечення матеріального заохочення	226	0	0

## II. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Найменування показника	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Матеріальні затрати	230	368426	289964
Витрати на оплату праці	240	49699	39631
Відрахування на соціальні заходи	250	17812	14080
Амортизація	260	51038	49074
Інші операційні витрати	270	81222	90194
Разом	280	568197	482943

## III. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За попередній період
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	300	158571700	82381167
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	310	158571700	82381167
Чистий прибуток, (збиток) на одну просту акцію	320	0.21	0.13

Скоригований чистий прибуток, (збиток) на одну просту акцію	330	0.21	0.13
Дивіденди на одну просту акцію	340	0	0

### 1. Розрахунок цілеоцінних показників:

**1.1.** Одним із найголовніших цілеоцінних показників є рівень задоволення потреб ринку ( $I_{зпр}$ ), який обчислюється шляхом співвідношення товарної продукції та обсягу продукції, який був визначений у процесі маркетингового дослідження (попит ринку).

$$I_{зпр} = \frac{ТП}{O_{пр}} \quad (10.1)$$

Якщо результат буде перевищувати 50 %, то це свідчить про те, що даний виробник є монополістом на даний товар, послугу, тобто при належному господарюванні таке підприємство матиме відчутні перспективи зростання обсягів виробництва і розширення власної ринкової ніші. Це підприємство міцно закріпилося на ринку.

**1.2.** Важливим фінансово-економічним показником на підприємстві є коефіцієнт зростання валового прибутку (коефіцієнт зростання чистого прибутку), що розраховується відповідно за формулою (10.2):

$$K_{ен} = \Pi_{фв} / \Pi_{не} \quad (10.2)$$

Для підприємства це виглядатиме так:

$K_{вп} = 106682 / 100527 = 1,06$  тобто спостерігаємо річне збільшення валового прибутку на 6 % проти запланованого рівня.

$K_{чп} = 10851 / 34010 = 0,32$  чистий прибуток зменшився. Бажане значення даних показників:  $K > 1$ .

**1.3.** Рентабельність виробництва - один з найпоширеніших показників. Розраховується шляхом співвідношення валового (чистого) прибутку та суми основних засобів ( $O_c\Phi$ ) і матеріальних оборотних коштів ( $O_б\Phi$ ), тобто:

$$P_в = \frac{\Pi_{в(ч)}}{O_c\Phi + O_б\Phi} \cdot 100\%; \quad (10.3)$$

Оптимальною вважається рентабельність 25 %, проте цей показник



доцільніше порівнювати з середнім за галуззю. Крім показника рентабельності виробництва, часто використовують показник рентабельності виробу - співвідношення валового прибутку і собівартості товарної продукції:

$$P_m = \frac{\Pi_{\varepsilon}}{C_{mn}} \cdot 100\% \quad (10.4)$$

Розрахована за цією формулою рентабельність заводу у звітному році становила:

$$P_m = 106682 / 375311 \cdot 100\% = 28,42\%$$

## 2. Розрахунок показників використання ресурсів

Показники використання ресурсів мають на меті охарактеризувати основні види ресурсів підприємства, динаміку їх зміни й ефективність використання. Серед основних ресурсів: робоча сила, основні засоби і матеріали.

**2.1.** До показників використання ресурсів, у першу чергу, належить показник продуктивності праці, який визначається шляхом ділення обсягу товарної продукції на загальну кількість персоналу:

$$V_{\pi} = V_{\text{тп}} / \text{Ч}_{\pi} \quad (10.5)$$

Розрахуємо рівень продуктивності праці для підприємства:

- за планом  $V_{\pi} = 755839 / 706 = 1070,6$  тис.грн.;

- фактично  $V_{\pi} = 571586 / 708 = 807,3$  тис.грн.

Отримані дані свідчать про недосягнення запланованого рівня продуктивності праці ( $807,3 / 1070,6 \cdot 100 = 75,4\%$ ) на 24,6 %.

**2.2.** Наступним важливим показником цієї групи є фондвіддача, яка характеризує ефективність використання основних засобів як за обсягом продукції, так і за прибутком.

Фондвіддача за обсягом продукції визначається діленням обсягу товарної продукції на величину основних засобів:

$$\Phi B' = V_{mn} / O_c \Phi \quad (10.6)$$

Фондовіддача за прибутком (рентабельність основних засобів) обчислюється шляхом ділення валового прибутку на величину основних засобів:

$$\Phi B'' = \Pi_{\text{в}} / O_{\text{с}} \Phi \quad (10.7)$$

**2.3.** Сучасні ринкові умови і значний ризик діяльності та конкуренції вимагають використання всіх наявних резервів підвищення ефективності виробництва, особлива увага, якщо зважати на енергетичну кризу в країні, має зосереджуватися на економії енергії та матеріалів, ефективності їх використання. Показник, який визначає таку ефективність, називається матеріалоемністю продукції і визначається шляхом ділення загальної величини матеріальних витрат або матеріальної частини оборотних коштів на обсяг реалізованої продукції:

$$M\epsilon_{\text{п}} = M O_{\text{б}} \Phi / B_{\text{тп}} \quad (10.8)$$

У нашому прикладі  $M\epsilon_{\text{п}} = 289964 / 571586 = 0,51$  грн. при запланованому ( $368426 / 755839 = 0,49$  грн.), таким чином цей показник свідчить про перевитрату матеріалів на підприємстві.

**2.4.** Для характеристики обсягу витрат робочої сили на виробництво продукції використовують показник зарплатоемності продукції, який обчислюється шляхом ділення фонду заробітної плати на обсяг товарної продукції:

$$З\epsilon_{\text{п}} = \Phi_{\text{зп}} / B_{\text{тп}} \quad (10.9)$$

На досліджуваному підприємстві цей показник становить:

$$З\epsilon_{\text{п}} = 40820 / 571586 = 0,07 \text{ грн.},$$

що в порівнянні з планом ( $47053 / 755839 = 0,06$  грн.) свідчить про недостатню ефективність використання робочої сили.

Розраховують також обернений до зарплатоемності показник - зарплатовіддачу.

**2.5.** Важливим показником при оцінці ефективності виробничо-господарської діяльності вважають поточні витрати на одиницю продукції (знаходяться за допомогою собівартості товарної продукції і загального обсягу її у звітному році):

$$ПВ = C_{тп} / B_{тп} \quad (10.10)$$

У нашому прикладі він становить:

- за планом  $ПВ = 539027 / 755839 = 0,71$  грн.;

- фактично  $ПВ = 375311 / 571586 = 0,66$  гри.

Цей показник вважається у межах, коли ПВ рівний 0,75 - 0,80. Наш показник значно нижчий, що свідчить про низьку питому вагу поточних витрат (у розрахунку на одиницю продукції) на підприємстві.

### Ефективність бізнесово-фінансової діяльності

Крім часто застосовуваних кількісних показників (прибутків) рентабельності, для оцінки бізнесово-фінансової діяльності використовують сукупність інших показників, які можна поділити на групи, що подані на рис. 10.3.



Рис. 10.3. Ефективність бізнесово-фінансової діяльності

## 1. Показники прибутковості:

1.1. Показник прибутковості власного капіталу (відношення чистого прибутку до власного капіталу) розраховується за формулою:

$$K_{нкв} = \frac{\Pi_{ч}}{K_{ев}} \cdot 100 \% = \frac{\phi.2р.220(225)}{\phi.1р.380} \cdot 100 \% \quad (10.11)$$

- на початок звітнього року:

$$K_{пвк} = 10851/100659 \cdot 100\% = 10,8\%$$

- на початок року наступного за звітнім:

$$K_{пвк} = 34010/134669 \cdot 100\% = 25,25\%$$

Розрахунки свідчать, що на кожні 100 одиниць капіталу отримано 10,8 гр. од. доходу. Цей показник відносно невисокий, проте, якщо врахувати, що він зростає (на 14,45 %), то прослідковується стрімка зміна.

1.2. Показник прибутковості всіх активів (рентабельність активів) розраховується як співвідношення валового прибутку до поточних активів:

$$K_{на} = \frac{\Pi_{ч}}{A_{фн}} \cdot 100 \% = \frac{\phi.2р.220(225)}{\phi.1р.280} \cdot 100 \% \quad (10.12)$$

- на початок звітнього періоду  $K_{па} = 10851/729249 \cdot 100\% = 1,49\%$ ;

- на початок року, наступного за звітнім  $K_{па} = 34010/700680 \cdot 100\% = 4,85\%$ .

Результат показника необхідно співставити з відсотковою ставкою за довгостроковий кредит: якщо результат перевищує, то економічно-фінансову ситуацію на підприємстві можна оцінити як цілком благополучну. На досліджуваному підприємстві показник зростає, що свідчить про покращання економічно-фінансової ситуації.

1.3. Показник валової прибутковості продажу (відношення валового прибутку до загальної суми продажу):

$$K_{вп} = \frac{\Pi_{в}}{B_{пн}} \cdot 100 \% = \frac{\phi.2р.050(055)}{\phi.2р.035} \cdot 100 \% \quad (10.13)$$

Показує відносну величину валового доходу, що отримує підприємство в розрахунку на 1 гр. од. реалізованої продукції.

Для нашого прикладу показник становить:

- на початок звітної періоду

$$K_{\text{впн}} = 106682 / 481993 * 100\% = 22,1 \%$$

- на початок періоду, наступного за звітним

$$K_{\text{впн}} = 100527 / 639554 = 15,7\%.$$

Отже, завод на 100 грн. реалізованої продукції отримує 15,7 грн. валового доходу.

## **2. Показники ліквідності і платоспроможності**

Ліквідність - здатність підприємства виконувати свої короткострокові (поточні) зобов'язання за рахунок власних поточних активів.

Платоспроможність - здатність підприємства виконувати свої зовнішні (короткострокові та довгострокові) зобов'язання, використовуючи власні активи.

**2.1. Коефіцієнт покриття** - відношення поточних активів, що об'єднують за балансом запаси і витрати, грошові кошти, розрахунки та інші оборотні активи до загальної суми короткострокових зобов'язань:

$$K_n = \frac{OA}{ПЗ} = \frac{\text{ф.1р.260}}{\text{ф.1р.620}} \quad (10.14)$$

Для даного прикладу коефіцієнт рівний:

- на початок звітної періоду

$$K_{\text{зл}} = 337660 / 154700 = 2,17;$$

- на початок наступного за звітним роком

$$K_{\text{зл}} = 332012 / 152758 = 2,17.$$

Якщо співвідношення 1:1, то вважається, що поточні зобов'язання прагнуть перевищувати поточні активи - це свідчить про можливість фінансового зиску. Співвідношення 2:1 прийнято вважати нормальним з теоретичного погляду, а якщо воно більше, то це означає більш високу

ступінь ліквідності, а це приваблює кредиторів, інвесторів.

**2.2.** Коефіцієнт термінової (швидкої) ліквідності показує як швидко короткострокові зобов'язання можуть бути погашені високоліквідними активами і розраховується як співвідношення найбільш ліквідних оборотних коштів (грошових коштів і їх еквівалентів, поточних фінансових інвестицій і дебіторської заборгованості) до поточних зобов'язань підприємства:

$$K_{ml} = \frac{A_{ulr}}{З_{kc}} = \frac{\phi.1(p.260 - p.100 - p.110 - p.120 - p.130 - p.140)}{\phi.1 p.620} \quad (10.15)$$

- на початок звітної періоду

$$K_{ml} = (337660 - 72691 - 0 - 1056 - 67225 - 12) / 154700 = 1,27;$$

- на початок періоду, наступного за звітним

$$K_{ml} = (332012 - 66286 - 0 - 1680 - 26886 - 12) / 152758 = 1,55.$$

Коефіцієнт визначає здатність підприємства виконувати свої поточні зобов'язання за рахунок швидколіквідних активів його результат доповнює показник загальної ліквідності. Оптимальне співвідношення 1:1. У нашому прикладі воно є досить високе (високим понад 1:1).

**2.3.** Коефіцієнт платоспроможності (абсолютної ліквідності) фіксує частку власного (акціонерного) капіталу підприємства в загальних зобов'язаннях і розраховується за відношенням:

$$K_{nc} = \frac{ГК}{ПЗ} = \frac{\phi.1(p.220 + p.230 + p.240)}{\phi.1 p.620} \quad (10.16)$$

Для досліджуваного підприємства:

$K_{nc} = 59721 + 27943 / 152758 = 0,57$ , що свідчить про платоспроможність заводу (так як граничним значенням вважається 0,2-0,35).

**2.4.** Коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності характеризує можливість погашення короткострокових зобов'язань у встановлені строки і розраховується діленням суми ліквідних активів, дебіторської заборгованості

і вартості векселів на поточні зобов'язання.

$$K_{пл} = \frac{OA}{ПЗ} = \frac{\phi.1р.260}{\phi.1(p.620 + P.480)} \quad (10.17)$$

Для нашого прикладу  $K_{пл} = 332012 / (152758 + 406305) = 0,59$ .

Результат коефіцієнта повинен знаходитися приблизно в тих же межах, що й коефіцієнта платоспроможності.

**3. Показники стійкості (стабільності)** характеризують інвестиційну незалежність (автономність) підприємства від зовнішніх джерел.

**3.1.** Коефіцієнт фінансової незалежності (автономності) характеризує ступінь незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Обчислюється він відношенням загальної суми власного капіталу до загальної величини балансових коштів:

$$K_{фнз} = \frac{BK}{K_{\sigma}} = \frac{\phi.1р.380}{\phi.1р.640} \quad (10.18)$$

Чим більше значення коефіцієнта, тим кращим є фінансовий стан підприємства. Вважається, що загальна сума заборгованості не повинна перевищувати величини власних джерел фінансування. Це означає, що коли коефіцієнт більший за 0,5, то фінансування діяльності підприємницької структури за рахунок залучених коштів здійснюється в допустимих межах.

У нашому випадку:

$$K_{фнз} = 134669 / 700680 = 0,19$$

**3.2.** Коефіцієнт залучення довгострокових позичкових коштів характеризує відносну величину залучення позичкових коштів для виконання фінансових зобов'язань підприємства, порівняно з його статутним капіталом (фондом), й обчислюється відношенням довгострокових кредитів у загальному обсязі власних та прирівняних до них коштів:

$$K_{зпк} = \frac{K_{\sigma c}}{K_{\sigma n}} = \frac{\phi.1р.480}{\phi.1р.380 + p.380} \quad (10.19)$$

Світова практика господарювання визнає бізнесову діяльність досить ефективною, коли частка позичкових коштів не перевищує 1/3 власного акціонерного капіталу. Збільшення значення цього показника в динаміці свідчить про зростання залежності підприємства від зовнішніх інвесторів

У нашому випадку:

- на початок звітнього періоду  $K_{пзк} = 471473 / (100659 + 471473) = 0,82$

- на початок періоду, наступного за звітним  $K_{пзк} = 406305 / (406305 + 134669) = 0,75$ , отже показник в даному випадку зменшується.

**3.3.** Коефіцієнт покриття платежів з фіксованими термінами виплат. Цей показник фактично фіксує розмір річних платежів підприємства, пов'язаних з його довгостроковими зобов'язаннями, і визначається порівнянням валового прибутку та суми довгострокових пасивів:

$$K_m = \frac{\phi.2p.050(055)}{\phi.1p.480} \quad (10.20)$$

Коефіцієнт повинен бути в межах 1,5 - 2 і тоді фінансовий стан підприємства вважатиметься нормальним.

Щодо досліджуваного заводу, то:

- на початок звітнього періоду  $K_{пзк} = 106682 / 471473 = 0,23$ ;

- на початок періоду, наступного за звітним  $K_{пзк} = 100527 / 406305 = 0,25$ .

**4. Показники стану акціонерного капіталу** використовуються у випадках, коли підприємство функціонує у корпоративній формі.

**4.1.** Прибутковість акції характеризує відношення чистого прибутку до загальної кількості акцій, що придбані акціонерами даного підприємства й обчислені за ідентичною формулою.

Цей показник найбільш продуктивний вимірник ефективності аукціонування підприємства:

$$M_a = \frac{\phi.2p.220}{\phi.2p.310} \quad (10.21)$$



У нашому випадку  $m_b = 34010 / 158571702 = 0,00021$  грн., що свідчить про низьку прибутковість звичайних акцій.

**4.2.** Співвідношення ціни і дохідності акції обчислюється відношенням продажної ринкової ціни однієї акції на прибутковість акції в абсолютному вартісному вираженні:

$$K_{ц/д} = \frac{Ц_{pa}}{M_a} \quad (10.22)$$

Значення цього коефіцієнта за кілька років господарювання може бути орієнтиром, якщо обґрунтовується ринкова ціна акцій.

Для нашого прикладу  $K_{ц/д} = 90 / 80 = 1,125$ .

**4.3.** Співвідношення ринкової та балансової ціни звичайних акцій (ціновий коефіцієнт акцій) може коливатися у межах від 0,5 до 3.

У нашому випадку він досить стабільний, так як  $K = 90 / 50 = 1,8$ .

Співвідношення ринкової та балансової ціни звичайних акцій поданого підприємства є достатньо привабливим для потенційних інвесторів.

## **10.5. Принципові положення визначення ефективності створення та діяльності спільних виробничих підприємств.**

Конкретній методиці визначення ефективності створення та діяльності спільних виробничих підприємств (СВП) мають передувати певні вступні принципові положення:

1. У ході переговорів вітчизняних і зарубіжних партнерів відносно створення СВП повинні бути ретельно опрацьовані питання:

- пропозиції щодо внесків засновників у статутний фонд;
- розмір і умови можливого кредиту (у національній та іноземній валюті);
- визначення ринкової ніші СВП, обсяги продажу на ринку, ціни пропонованої для ринку продукції;
- очікуваний прибуток, вимоги іноземного партнера до рентабельності

СВП та окупності його внеску у статутний фонд;

- розподіл і використання прибутку, відрахування у відтворювальні та соціальні фонди;

- оплата праці персоналу (іноземного, вітчизняного) СВП;

- термін утворення чи введення в дію нового СВП.

2. Більш-менш вірогідні та повні відповіді на зазначені вище питання повинні бути використані для підготовки техніко-економічного обґрунтування (ТЕО) створення СВП.

ТЕО складається з таких розділів: загальна характеристика СВП; умови створення і діяльності; розрахунки показників економічної ефективності функціонування СВП.

У загальну характеристику СВП включають відомості щодо мети його створення та сфери діяльності, іноземних і вітчизняних партнерів, місцезнаходження (територіального розміщення), обсягів виробництва та поставок продукції на ринок. Ці відомості доповнюються даними про величину основних засобів, обсяг і структуру споживаних ресурсів. Наступний розділ ТЕО містить дані про структуру статутного фонду СВП, необхідність і можливість отримання кредиту, динаміку випуску та поставки продукції на зовнішній і внутрішній ринки, поточні витрати (собівартість) на виробництво продукції та ціни на неї.

3. Найбільш важливим розділом ТЕО вважають розрахунки показників економічної ефективності. На основі цих розрахунків визначають варіант СВП, що забезпечуватиме найбільший народногосподарський ефект. Для вибраного варіанта створення (введення в дію) СВП обчислюються показники рентабельності та самоокупності витрат кожного з партнерів, що повинні бути не нижчими від показників, обумовлених ними під час попередніх переговорів. Поряд з цим проводяться розрахунки валютної самоокупності СВП та обґрунтовується доцільність створення його як найбільш ефективної форми зовнішньоекономічної діяльності порівняно з іншою формою - імпортом аналогічної продукції.

4. Економічну ефективність діяльності СВП можна оцінити за

допомогою системи показників, що характеризуватиме очікувані результати виробництва та необхідні для їхнього досягнення витрати. Основним джерелом формування економічної ефективності діяльності СВП є прибуток, що відображає кінцевий фінансовий результат господарювання.

### 10.6. Розрахунки прибутку й інтегрального економічного ефекту

У процесі проведення відповідних розрахунків для оцінки ефективності діяльності СВП насамперед обчислюється балансовий прибуток. Його загальна сума складається з прибутку від реалізації продукції за мінусом плати за користування кредитами, плюс надходження у поточному році відсотків за збереження коштів СВП

у банку та позитивного сальдо штрафних санкцій, тобто суми штрафів на користь СВП за мінусом таких, які накладені на підприємство. Прибуток від реалізації продукції у  $l$ -му році обчислюється за формулою:

$$\Pi\tau = B_{B\tau} \cdot K_{НБВ} + B_{\text{іот}} - C_{\tau} \quad (10.23)$$

де  $B_{B\tau}$  - валютний виторг у  $l$ -му році;

$K_{НБВ}$  - курс Нацбанку для перерахунку іноземної валюти в національну грошову валюту;

$B_{\text{іот}}$  - виторг від реалізації продукції у грошових одиницях України в  $l$ -му році;

$C_{\tau}$  - повна собівартість реалізованої продукції СВП у  $l$ -му році.

Прибуток СВП, що підлягає оподаткуванню ( $\Pi_{\text{оп}}$ ), дорівнює балансовому прибутку ( $\Pi_{\text{от}}$ ) за мінусом відрахувань у резервний фонд ( $\Phi$ ) і спеціального фонду відтворювального спрямування ( $\Phi$ ), тобто:

$$\Pi_{\text{оп}} = \Pi_{\text{от}} - \Phi_p - \Phi_e \quad (10.24)$$

Прибуток, що підлягає розподілу між учасниками ( $\Pi_{\text{рп}}$ ), формується, як залишок прибутку після внесення податку в державний бюджет ( $\Pi_{\text{оп}}$ ) з вирахуванням з нього коштів фонду соціального розвитку ( $\Phi_{\text{сп}}$ ) за

формулою:

$$\Pi_{pt} = \Pi_{on} (1 - \beta) - \Phi_{cp} \quad (10.25)$$

$\beta$  - ставка податку на прибуток СВП у Державний бюджет України.

Чистий прибуток ( $\Pi_{ч}$ ) являє собою різницю між балансовим прибутком ( $\Pi_{от}$ ) і сплаченим податком ( $\Pi_{оп}$ ) та дорівнює:

$$\Pi_{ч} = \Pi_{от} - \Pi_{оп} \cdot \beta \quad (10.26)$$

Якщо капітальні витрати на створення СВП здійснюються протягом кількох років, а щорічна сума прибутку неоднакова протягом певного періоду, то використовуються показники інтегрального ефекту і внутрішньої норми рентабельності (дохідності) витрат. При цьому здійснюється дисконтування витрат і доходу, тобто враховується чинник часу приведенням вихідних показників різних років до порівняного у часі виду за допомогою коефіцієнта (норми) дисконтування  $\alpha_t$ , обчислюваного за типовою формулою складних відсотків:

$$\alpha_t = \left( \frac{1}{1 + E_{нп}} \right)^t \quad (10.27)$$

де  $t$  - проміжок часу (кількість років) між роком, до якого належить даний показник, та першим роком розрахункового періоду;

$E_{нп}$  - норматив приведення у часі (береться на рівні галузевого нормативу ефективності - для вітчизняного партнера або відсоткової ставки на ринку капіталів - для іноземного партнера).

Інтегральний ефект створення і діяльності СВП  $E_{сп}$  визначається за формулою:

$$E_{сп} = \sum_{t=0}^T (\Pi_{чt} + A_t - K_t) \alpha_t + L_t \alpha_t \quad (10.28)$$

де  $\Pi_{чt}$  - чистий прибуток  $t$ -го року;

$A_t$  - амортизаційні відрахування на інновацію  $t$ -го року;

$K_t$  - реальні інвестиції (капітальні вкладення) на створення СВП;

$L_t$  - ліквідаційна вартість підприємства.

Показник інтегрального ефекту повинен бути позитивною величиною. За цією умовою внутрішня норма рентабельності витрат (внутрішня ставка доходу), тобто відносна величина нормативного прибутку в розрахунку на одиницю витрат буде перевищувати норматив приведення, що свідчатиме про економічну доцільність створення і функціонування СВП. Ступінь ефективності формування СВП можна оцінити також за допомогою показника річної рентабельності капітальних вкладень, пов'язаних зі створенням і діяльністю такого спільного підприємства.

## Література

1. Покропивний С. Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність : навчальний посібник / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. – Львів : Оскарт, 1996. – 352 с.

### Тести для самоконтролю

#### 1. Основні методи комплексної оцінки ефективності:

- а) порівняльний аналіз;
- б) аналіз прибутковості;
- в) метод, в якому використовується еталонна модель;
- г) аналіз собівартості продукції.

#### 2. Процес проведення комплексного аналітичного аналізу складається з:

- а) 3 етапів;
- б) 5 етапів;
- в) 7 етапів;
- г) 6 складових.

#### 3. Попередня оцінка результатів аналізу складається з:

- а) загальної характеристики фірми;
- б) аналітичної обробки інформації;
- в) виявлення зв'язків і залежності між окремими фірмами;

г) характеристики зміни показників порівняно з попереднім пе-уцім або з іншими подібними підприємствами.

**4. До цілеоцінних показників бізнесу не належить:**

- а) рівень задоволення потреб ринку;
- б) валовий та чистий прибуток;
- в) рентабельність виробництва і виробів;
- г) матеріалоемність продукції.

**5. Ефективність виробництва забезпечується за рахунок:**

- а) оптимізації витрат на виробництво;
- б) мінімізації витрат на виробництво;
- в) максимізації витрат;
- г) усі відповіді правильні.

**6. Комплексна оцінка кінцевих результатів використання основних і оборотних засобів, трудових і фінансових ресурсів та нематеріальних активів за певний період часу – це:**

- а) рентабельність підприємства;
- б) ефективність підприємства;
- в) прибутковість підприємства.

**7. Основний вид ефекту, що враховується при оцінці ефективності:**

- а) соціальний;
- б) екологічний;
- в) економічний.

**8. Економічний результат зіставляється з економічною оцінкою виробничих ресурсів, що застосовуються під час виробництва, за:**

- а) витратного підходу;
- б) ресурсного підходу;
- в) ресурсно-витратного підходу.

**9. Порівняння економічного результату з поточними витратами, які безпосередньо пов'язані з його досягненнями, здійснюється за:**

- а) витратного підходу;
- б) ресурсного підходу;

в) ресурсно-витратного підходу.

**10. Скорочення тривалості робочого тижня, збільшення кількості нових робочих місць і рівня зайнятості населення досягається за:**

- а) соціального ефекту;
- б) економічного ефекту;
- в) вірної відповіді немає.

**Питання для поглибленого вивчення теми**

1. Назвіть об'єкти економічного аналізу підприємницьких структур.
2. Охарактеризуйте етапи проведення комплексного економічного аналізу результатів діяльності фірми.
3. Назвіть та охарактеризуйте основне джерело інформації комплексного аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства.
4. Охарактеризуйте порядок формування та обчислення показників ефективності підприємницької діяльності.
5. Назвіть та охарактеризуйте показники, за якими оцінюється ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства.

**Задачі**

**Задача 1**

За даними балансу досліджуваного підприємства на 1.01.2013 року (табл. 10.1) обчисліть показники оцінки фінансового стану підприємства.

Таблиця 10.1

**Баланс  
на 1 січня 2013 року**

АКТИВ	Сума	ПАСИВ	Сума
1. Основні засоби	220,0	1. Статутний капітал	194,0
2. Нематеріальні активи	10,0	2. Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	70,0
3. Інші необоротні активи	3,2	3. Амортизаційні суми	3,4
4. Грошові кошти та їх еквіваленти	25,5	4. Довгострокові зобов'язання	17,5
5. Цінні папери	17,2	5. Облігації	4,6
6. Дебіторська заборгованість	3,4	6. Поточні зобов'язання за розрахунками з оплати праці	4,0
7. Виробничі запаси	8,5		

8. Готова продукція	1,0		
9. Витрати майбутніх періодів	4,7		
БАЛАНС	293,5	БАЛАНС	293,5

### Задача 2

Використовуючи дані табл. 10.1, обчисліть показники прибутковості підприємства, якщо прибуток від реалізації продукції становив 28,7 тис.грн., від іншої реалізації 2,6 тис.грн. Процент за державними облігаціями -7%, процентна ставка за довгостроковими кредитами -10%.

### Задача 3

Визначити абсолютну (загальну) економічну ефективність капітальних вкладень на підприємстві, яке будується, виходячи із деяких даних: річний випуск продукції за планом в оптових цінах підприємства – 510 тис. грн., за собівартістю – 480 тис. грн., кошторисна вартість виробництва (капітальні витрати) – 120 тис. грн.

### Задача 4

Вартість основних виробничих фондів на механічній ділянці становить 200 млн. грн., а собівартість річного випуску продукції – 350 млн. грн. Після впровадження комплексної механізації на дільниці вартість його основних виробничих фондів збільшилась на 300 млн. грн., а собівартість цієї ж продукції зменшилась до 280 млн. грн. Визначити величину річної економії від впровадження комплексної механізації на дільниці і строк окупності витрат. Нормативний коефіцієнт ефективності –  $E_n = 0,15$



## ТЕМА 11. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

11.1. Необхідність державного регулювання підприємницької діяльності.

11.2. Сутність державного регулювання підприємницької діяльності, його форми та методи.

11.3. Антимонопольна діяльність держави.

11.4. Економічна безпека підприємництва.

11.5. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких структур.

11.6. Податкові преференції у системі державного регулювання підприємницької діяльності.

*Ключові слова: державне регулювання, економічна безпека, антимонопольна діяльність, методи державного регулювання*

### **11.1. Необхідність державного регулювання підприємницької діяльності**

Важливим елементом сучасної економічної системи є оптимальне поєднання державного регулювання економіки з ринковими важелями саморегулювання. Вирішальна роль при цьому належить державному регулюванню. Без нього сучасна економічна система, у тому числі підприємницька діяльність, існувати не може. Підприємницька діяльність виникла з часів формування капіталістичного способу виробництва. Державі з початку XVI ст. і до кінця XIX ст. відводилась роль "нічного сторожа", що повинна була оберігати приватну власність, стежити за дотриманням правил вільної конкуренції і виконувати лише ті функції, які окремі підприємці неспроможні були виконати або робили це економічно неефективно. До таких функцій належали: контроль за громадським порядком; заснування державної поштової служби; введення обов'язкового шкільного навчання; забезпечення національної оборони; будівництво деяких громадських споруд (доріг, мостів) та утримання їх у робочому стані.

З XVII ст. виникають державні та змішані компанії для управління і торгівлі з колоніями, держава насаджує розвиток мануфактур, регулює їх діяльність; за допомогою відповідного законодавства регламентує тривалість робочого дня, частково – розмір заробітної плати тощо. Проте регулюючий вплив держави носить фрагментарний порядок, внаслідок чого розвиток економічної системи загалом відбувається нерегульовано.

Підприємницька діяльність на нижчій стадії розвитку капіталізму здійснюється здебільшого на дрібних за розмірами підприємствах. Так, у Парижі в 50-х роках XIX ст. переважали підприємства з кількістю зайнятих до 5 осіб, а середніми вважалися підприємства з чисельністю до 50 найманих працівників. Водночас були відсутні маркетингова діяльність на підприємстві, широке використання праці найманих менеджерів. Пануючою формою власності була індивідуальна (приватна) капіталістична власність. За цих умов певна організованість і планомірність існували у незрілих формах, здебільшого лише у межах дрібних і середніх підприємств. Таку економіку не можна називати регульованою. Ця переважно неконтрольована підприємницька діяльність, яка здійснювалась у межах механізму вільної конкуренції, поступово зумовила появу суспільного характеру виробництва (внаслідок розвитку і поглиблення суспільного поділу праці, спеціалізації, кооперування між підприємствами, зростання їх обсягів тощо), що за умов планування приватнокапіталістичної форми власності, а загалом поглиблення основної суперечності капіталізму спричинило першу економічну кризу 1825 року. Такі кризи надалі повторювалися через 10-15 років. Для послаблення глибини криз необхідне державне регулювання економіки, у тому числі підприємницької діяльності.

Поступово вільний ринковий механізм з притаманною йому некоординованою, слабо контрольованою і регульованою у масштабі суспільства діяльністю приватних підприємців призвів до появи ще однієї істотної вади економічної системи – монополістичних тенденцій у народному господарстві та виникнення монополій. Щоб послабити ці тенденції, не допустити повного придушення конкуренції як могутньої рушійної сили

розвитку, необхідні досконале антимонопольне законодавство та надійний контроль держави за його дотриманням.

Іншими серйозними вадами, що породжують підприємництво за умов ринкового саморегулювання економіки, є нерівномірний і диспропорційний розвиток продуктивних сил суспільства, окремих регіонів певної країни, несправедливий розподіл багатства (що посилює класову поляризацію суспільства), відсутність соціальної захищеності людей, екологічні кризи тощо.

Наприкінці XIX ст. почався перехід нижчої стадії капіталізму у вищу, який завершився на рубежі двох століть. Домінуюче місце в економічній системі посіли крупні монополістичні підприємства, найадекватнішою формою існування яких стала акціонерна власність. Такі підприємства почали вивчати ринок, залучати до управління виробництвом і власністю широке коло менеджерів (завдяки чому відбулось відокремлення капіталу-власності від капіталу-функції), впроваджувати досягнення науки у виробництво, нові форми організації виробництва і праці. Вони сприяли подальшому поглибленню суспільного поділу праці, розширенню масштабів організованості і плановірності.

Водночас підприємницька діяльність у межах монополізованого сектора економіки супроводжувалась встановленням монопольне високих цін, що гальмувало науково-технічний прогрес; перерозподілом частини вартості, створеної на дрібних та середніх підприємствах, на користь крупних монополій, що ще більше посилювало нерівномірність у розподілі багатства; поглибленням внаслідок названих процесів економічних криз перевиробництва (свідченням цього була найглибша криза 1929-1933 рр.).

Все це зумовило необхідність державного регулювання різних організаційних форм підприємництва (індивідуальних підприємств, партнерств і корпорацій), різних типів і форм власності, у межах яких здійснюється це підприємництво.

## **11.2. Сутність державного регулювання підприємницької діяльності, його форми та методи**

Державне регулювання підприємницької діяльності – це комплекс форм, методів і засобів державного впливу на діяльність підприємств та організацій з метою створення нормальних умов їх функціонування і розвитку.

Основними методами державного регулювання підприємницької діяльності є:

- *адміністративні методи* – способи і форми регулювання, що базуються на силі державної влади, містять заходи заборони, дозволу і примусу та втілюються у життя за допомогою указів і розпоряджень. У розвинених країнах світу адміністративні методи регулювання підприємницької діяльності застосовуються здебільшого у сфері охорони довкілля. Водночас їх роль значно зростає у складних критичних ситуаціях;

- *правові методи* – способи і форми регулювання підприємницької діяльності, які втілюються у практику за допомогою прийнятих відповідних законів. Прикладом такого регулювання є антимонопольне законодавство й антимонопольна діяльність держави;

- *економічні методи* – способи і форми регулювання, що ґрунтуються на використанні податків, грошово-кредитних важелів, цін, тарифів тощо.

Серед економічних методів розрізняють прямі (за допомогою бюджетної політики) та непрямі (за допомогою податкової, інвестиційної, амортизаційної та іншої форм економічної політики). Якщо прямі методи дають швидкий ефект, то непрямі – через відносно тривалий проміжок часу. Так, після прийняття нового податкового законодавства очікуваний ефект спостерігається, як правило, через 1,5-2 роки.

Розглянемо деякі важливі методи економічного та правового регулювання підприємницької діяльності.

Якщо виходити з практики розвинених країн світу, то основним інструментом впливу держави на підприємницьку діяльність є податкова політика, зокрема використання інвестиційного податкового кредиту. Так, у США такий кредит означає зниження оподаткованого мінімуму на суму

капіталовкладень на придбання машин та устаткування. Пільгові інвестиційні кредити надаються підприємствам Німеччини при освоєнні відсталих регіонів, спеціальні і інвестиційні кредити – при створенні високотехнологічних виробництв, субсидії – відповідно до структурної програми розвитку середніх міст та ін.

У Франції при створенні нових промислових зон підприємства, що спеціалізуються на виготовленні певних видів продукції, отримують податкові пільги терміном на 10 років. У Великобританії не вилучаються податки при здійсненні капіталовкладень в устаткування, на науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки, а при здійсненні капіталовкладень у будівництво споруд податки знижуються майже на 80 %.

Прогресивне оподаткування фірм існує і в інших країнах, які не належать до розвинених. Так, у Малайзії при вкладенні капіталу у передові галузі податки протягом 5 років також не сплачують, якщо кількість працівників перевищує 500 осіб, а діяльність компанії за цей період сприяла підвищенню технологічного рівня виробництва.

З метою стимулювання діяльності спільних підприємств в Австрії їх звільняють від сплати податків у таких випадках: якщо їх інвестиції не менші 25 % загального обсягу інвестицій; при інвестуванні капіталів не пізніше, ніж за 12 місяців до складання звіту головній компанії; у випадку певного збігу організаційно-правової форми австрійських фірм з іноземними тощо. Жодних обмежень не існує при ввезенні та вивезенні іноземного капіталу в Німеччину, зокрема при створенні підприємств і товариств за участю такого капіталу.

Важливою формою державного регулювання підприємницької діяльності є амортизаційна політика. Так, у США ще в 1981 р. держава встановила такі терміни амортизації: для транспортних засобів – 3 роки; устаткування – 5 років; виробничих будівель і споруд – 15 років. За іншими критеріями, середні терміни амортизаційних списань для засобів праці становлять: 3 роки, якщо термін фактичної зношеності становить 4 роки; 5 років – при терміні зношеності від 4 до 10 років; 7 років – при терміні

зношуваності 10-16 років; 10 років – при зношуваності 16-20 років; 15 років – при зношуваності 20-25 років. Внаслідок цього здійснюється прискорене оновлення основних фондів. У багатьох країнах за умов прискореної амортизації держава надає за це податкові пільги підприємствам.

У колишньому СРСР, зокрема в Україні, середні терміни амортизації у 80-х роках становили 12-14 років. З 1 січня 1991 року всі підприємства, окрім аграрно-промислового комплексу, повинні були вносити у позабюджетний фонд стабілізації економіки 20 % амортизаційних відрахувань, а в 1993-1994рр. – 25%. З вересня 1995 року така практика припинилась, але з метою поповнення бюджету було запроваджено 25%-й податок з амортизаційних відрахувань. Пізніше цей норматив було знижено до 10%, а згодом відмінено.

Так як з 01.01.2011р. набув чинності Податковий кодекс України, то одразу звертаємо увагу на зміни у визначенні терміна «основні засоби» (замість терміна «основні фонди», визначеного в чинному законодавстві), яке міститься в пп. 14.1.138 розд. I Податкового кодексу. Як і за попереднім законодавством, передбачено два головних критерії визначення основних засобів: це вартість та термін корисного використання. Якщо термін корисного використання (один рік) не змінився, то вартісна межа критерію визнання основним засобом збільшилась із 1 000 до 2 500 грн.

Кодексом максимально наближено правила визначення амортизаційних відрахувань у податковому обліку до національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку. Так, згідно зі ст. 145 ПК розширена класифікація основних засобів у податковому обліку передбачає 16 груп основних фондів замість 4 груп у попередньому законодавстві. Облік балансової вартості основних засобів кожної із груп тепер вестиметься за кожним з об'єктів, що входять до складу окремої групи, включаючи вартість поліпшення основних засобів, отриманих безоплатно або в оперативний лізинг (оренду), та в цілому по групі як сума балансових вартостей окремих об'єктів такої групи.

На відміну від попереднього законодавства, сума амортизаційних відрахувань окремо не виділена у визначенні об'єкта оподаткування, оскільки

така сума входить до складу собівартості та інших витрат.

У Законі України "Про інвестиційну діяльність" регулювання умов інвестиційної діяльності здійснюється через систему оподаткування; проведення кредитної, амортизаційної, цінової, антимонопольної та інших форм політики; надання фінансової допомоги; встановлення державних норм і стандартів; визначення умов користування різними природними ресурсами (землею, водою тощо); проведення експертизи інвестиційних проектів; забезпечення захисту інвестицій.

Регулювання підприємництва у сфері банківської діяльності здійснюється передусім з боку Центрального банку. Найбільш подібною до банківської системи України є банківська система Німеччини, яка є дворівневою. Центральною ланкою такої системи виступає Німецький федеральний банк. У своїй діяльності він зобов'язаний підтримувати економічну політику федерального уряду, зокрема забезпечувати високий рівень зайнятості, постійні темпи економічного зростання тощо.

Вплив Німецького федерального банку на діяльність комерційних банків здійснюється шляхом регулювання норми банківських резервів, зміни норми відсотка та їх кредитування в обмін на векселі та цінні папери. Так, комерційні банки частину своїх активів зобов'язані зберігати у вигляді касового резерву в Федеральному банку.

В Україні упродовж 90-х років Національний банк України неефективно здійснював контроль за діяльністю комерційних банків. Тому в перші роки незалежності вони дбали лише про власну наживу, не хещуючи при цьому протизаконними засобами. У наступні роки понад 90 % кредитів, які надавалися комерційними банками, були короткотерміновими, а отже слабзорієнтованими на розвиток виробництва. Значною мірою це зумовлено нераціональною політикою самого НБУ. На протипагу виконуваним функціям Центрального банку Німеччини НБУ ставив лише єдину мету – будь-якою ціною утримати стабільною гривню. Проте навіть ця мета ним не була досягнута.

Внаслідок нераціонального регулювання підприємництва у банківській

сфері здійснювався негативний вплив на державне регулювання інших сфер підприємницької діяльності. З метою стимулювання довготермінового кредитування комерційними банками виробничої діяльності підприємств необхідно отримані ними (банками) прибутки від такого кредитування оподатковувати за зниженими ставками, кредити з бюджету надавати передусім на виробництво імпортозамінної конкурентоспроможної продукції тощо.

### **11.3. Антимонопольна діяльність держави**

Антимонопольна діяльність – комплекс заходів, спрямованих на обмеження діяльності монополій, а також створення відповідного законодавства.

Вперше такі антимонопольні закони були прийняті наприкінці XIX – на початку XX ст. у США, Канаді, Австралії, оскільки процеси монополізації у цих країнах відбувалися інтенсивніше, що водночас призводило до негативних наслідків.

Антимонопольні закони формально забороняли трести та деякі інші форми монополій. В основу було покладено таке розуміння сутності монополій, як повне (абсолютне) панування однієї компанії (чи об'єднання монополій) або повне усунення конкуренції. За такого тлумачення сутності монополій олігополії мало підпадали під дію антимонопольного законодавства.

Антимонопольне законодавство містить закони, що регулюють угоди підприємців, спрямовані на обмеження конкуренції шляхом поділу ринків, угоди про ціни, обмеження торгівлі. Існують американська та європейська системи антимонопольного права. Американська система бере початок із відкриття закону Шермана (1890р.) з доповненнями 1914, 1936, 1950 рр. і залишається основним антитрестовським законом США, що забороняє не тільки різні форми монополій, а й саму спробу монополізувати торгівлю.

Але Верховний суд США виробив доктрину про те, що панівне становище корпорації у виробництві та її великий розмір не можуть самі по



собі розглядатися як монополізація. Законом 1890 року заборонялися трести і картелі (пули). Щоб обійти цей закон, монополії створювали холдингові компанії, здійснювали повне злиття корпорацій, за якого ліквідовувалися виробнича і правова самостійність компаній, що поглиналися, а картельні угоди замінювалися негласними джентльменськими угодами, або так званим лідерством у цінах.

Наступні закони забороняли злиття компаній, якщо воно спричиняло суттєве послаблення конкуренції або встановлення монополій.

Антимонопольні закони втілюють у життя спеціально створені органи. У США – це Федеральна торговельна комісія та Антитрестовське управління Міністерства юстиції. Головною метою цих законів є: обмеження монополій та їхньої влади, створення конкурентного середовища, підтримка дрібного бізнесу. Найсуворіше антимонопольний закон контролює горизонтальні злиття, тобто об'єднання підприємств, які виробляють однотипні товари і послуги, що призводить до монополізації галузі. Методами втілення антимонопольних законів є також ліквідація фірми (у США, наприклад, це відбувається за монополізації понад 60 % будь-якого товару чи послуги), високе оподаткування монопольних прибутків, контроль за цінами монополістів, їх розукрупнення тощо.

Європейська та японська системи антимонопольного права забороняють не саму монополію, а лише її зловживання владою. Наприклад, картелі вважаються корисними для розвитку економіки, тому основною формою державного контролю є система реєстрації картельних угод у спеціальних органах (у Німеччині – Федеральне управління картелей, у Японії – комісія із справедливих операцій). Більшість антимонопольних законів у європейських країнах забороняють такі види монопольних угод, як угоди про поділ ринків, фіксовані ціни тощо. У Німеччині монополією вважається компанія, яка зосередила у своїх руках третину обігу; у Японії – коли частка однієї компанії перевищує 50 %, а двох – 75 % і більше. У ЄС реєстрації підлягають лише ті угоди, які обмежують конкуренцію між членами цієї організації.

Прийняття антимонопольних законів сприяло послабленню процесу

монополізації економіки, посиленню конкуренції. Водночас воно стимулювало утворення нових форм монополістичних об'єднань (групових монополій), створення вертикальних структур (об'єднання фірм, пов'язаних виробничою і технологічною залежністю).

В Україні з 11.01.2001 р. діє Закон "Про захист економічної конкуренції". Цей Закон визначає правові засади підтримки та захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму в господарській діяльності і спрямований на забезпечення ефективного функціонування економіки України на основі розвитку конкурентних відносин.

#### **11.4. Економічна безпека підприємництва**

Економічна безпека підприємств і підприємництва в Україні залежать передусім від економічної безпеки самої держави, наявних внутрішніх та зовнішніх загроз.

Як і економічна безпека держави, безпека підприємництва забезпечується за такими основними напрямками:

- 1) техніко-технологічний;
- 2) енергетичний;
- 3) сировинний;
- 4) кадровий;
- 5) інформаційний;
- 6) організаційний;
- 7) науковий;
- 8) фінансовий.

Крім того, за межами економічної системи потрібно виділити такі напрями безпеки підприємництва, як екологічний, політико-правовий.

Техніко-технологічна безпека означає наявність такого рівня розвитку техніки та технології переважної більшості підприємств, що забезпечував би конкурентоспроможність товарів і послуг на світовому ринку, від яких залежить конкурентоспроможність країни на зовнішніх ринках. Проте за рівнем конкурентоспроможності Україна у 2009 році посідала лише 82-ге

місце із 132.

Конкретнішими показниками техніко-технологічної небезпеки підприємництва є високий рівень фізичної (понад 70 % у промисловості) та моральної (майже 95 %) зношуваності основних засобів. Ще загрозовішою є ситуація у сільському господарстві, оскільки там практично припинилися процеси відтворення основних засобів, обсяги їх вибуття значно перевищують обсяги їх надходження.

Крім того, рівень техніко-технологічної безпеки підприємств і підприємництва залежить від частки автоматизованого виробництва – використання "інтелектуальних роботів", верстатів з програмно-числовим управлінням тощо. За цими показниками підприємства України суттєво відстають від підприємств розвинених країн світу.

Від рівня техніко-технологічної безпеки підприємств безпосередньо залежить їх енергетична безпека, тобто наявність таких витрат електроенергії, палива на створення конкурентоспроможних товарів, як у розвинених країнах світу. Загальне енергоспоживання на одиницю ВВП в Україні в 1,8 разів більше, ніж в Росії, в 3,5 разів більше, ніж в Польщі, в 8,3 разів вище, ніж у розвинутих країнах Європи, причому за останні 20 років енергомісткість одиниці ВВП України збільшилась майже вдвічі. Якщо у країнах ЄС на 1 дол. ВВП витрачається 0,2 кг умовного палива, то в Україні – 1,91 кг. Ситуація ускладнюється тим, що наша держава лише частково забезпечена нафтою і газом.

Сировинна безпека підприємств України полягає в їх забезпеченні за доступними цінами сировиною і матеріалами, у досягненні оптимальної величини матеріаломісткості продукції (тобто витрат сировини та матеріалів на одиницю готової продукції). Проте в Україні не вистачає власних лісоматеріалів, коксівного вугілля, бавовни тощо, для закупівлі яких необхідно витратити валюту. Крім того, матеріаломісткість виробництва майже у два рази вища, ніж у розвинених країнах світу.

Кадрова безпека підприємств і підприємництва означає наявність високоосвітнього та кваліфікаційно-професійного рівнів працівників на

більшості підприємств, управлінського персоналу, наявність стабільних і потужних стимулів до праці (що зменшує до мінімуму плинність кадрів), відсутність масового відтоку найбільш мобільних і досвідчених працівників за кордон, високий рівень підготовки підприємців тощо. На жаль, в Україні внаслідок масового безробіття у пошуках роботи за кордон виїжджає до 7 млн. працівників, до 3 млн. осіб з вищою освітою перетворилися на так званих "човників" людей, які займаються перепродажем товарів. Це зумовлює різке зниження кваліфікації цих працівників. Через низьку оплату робочої сили, відсутність дієвих стимулів до праці на багатьох підприємствах неналежна трудова дисципліна, знижується трудова, у тому числі творча активність.

Організаційна безпека підприємництва означає запровадження на більшості підприємствах країни сучасних форм організації виробництва і праці, новітніх систем заробітної плати, проведення досконалих маркетингових досліджень, принципів менеджменту, насамперед кадрового тощо. В Україні наприкінці 90-х років ХХ – на початку ХХІ ст. ці елементи організаційної безпеки здебільшого були відсутні.

Інформаційна безпека підприємництва передбачає отримання за доступними цінами основних видів економічної інформації, необхідної для ефективного використання ресурсів, проведення комплексної аналітичної діяльності на підприємстві з метою систематизації та класифікації інформації, вміння прогнозувати на цій основі тенденції розвитку підприємства на коротко-середній і довготерміновий період тощо. Важливо своєчасно передбачити можливі негативні внутрішні та зовнішні впливи на економічну безпеку підприємства. В Україні всебічний доступ до інформації мають лише наближені до урядових структур власники великих підприємств, а також підприємства, зосереджені в руках номенклатурної еліти. З метою послаблення інформаційної безпеки підприємництва необхідно вживати передусім такі організаційні заходи: позбавити відповідних працівників можливості безконтрольного винесення різних носіїв інформації, несанкціонованого користування системами обробки інформації і наявними

там даними, передання без відповідного дозволу даних з інформаційно-обчислювального центру тощо. У сучасних умовах для забезпечення інформаційної безпеки важливо мати доступ до системи Інтернет. У США такий доступ мають понад 20 % корпорацій.

Наукова безпека підприємництва означає проведення на великих і частині середніх підприємств дослідно-конструкторських розробок, а, отже, наявність наукових лабораторій, постійне впровадження передових досягнень НТР у виробництво, витрату певної частини прибутків на проведення наукових робіт, масовий розвиток венчурного підприємництва, тісний зв'язок науки з виробництвом, випереджаючий розвиток науки у системі «наука – техніка – виробництво». Переважна більшість підприємств України істотно відстає від підприємств розвинених країн світу у цій сфері.

Для забезпечення економічної безпеки підприємництва важливо захистити вітчизняні підприємства від недобросовісної конкуренції (промислового шпигунства, корупції, шахрайства тощо), державного рекету (так, у 1998 році суб'єктів підприємницької діяльності перевіряли понад 70 разів на рік, а на таку перевірку мало право 28 організацій), рекету кримінальних структур тощо.

Фінансова безпека підприємств вимірюється такими показниками: коефіцієнт фінансової стійкості (відношення власних коштів і довготермінових пасивів до загальної суми балансу підприємства); коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів; загальний коефіцієнт ліквідності (відношення усіх поточних активів підприємства до величини довготермінових зобов'язань) тощо.

Екологічна безпека підприємництва полягає у дотриманні чинного законодавства у цій сфері, наявності екологічної свідомості працівників, у виготовленні екологічно чистої (або з допустимими нормами) продукції, здійсненні екологічних платежів у бюджет тощо. Проте більшість підприємств України не відповідає цим вимогам.

Необхідно мобілізувати енергію, трудову активність, творчий потенціал українського народу, щоб відродити та зміцнити економічну

могутність країни, що базується значною мірою на безпеці підприємництва і підприємств.

### **11.5. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких структур**

Міжнародне економічне співробітництво є одним із головних факторів розвитку економіки кожної країни. Економічні та правові основи діяльності (ЗЕД) в Україні регламентують Господарський кодекс України, Податковий кодекс України та інші законодавчі акти.

Згідно з Господарським кодексом України зовнішньоекономічною діяльністю суб'єктів господарювання є господарська діяльність, яка в процесі її здійснення потребує перетинання митного кордону України майном, та/або робочою силою. Зовнішньоекономічна діяльність провадиться на принципах свободи її суб'єктів добровільно вступати у зовнішньоекономічні відносини, здійснювати їх у будь-яких формах, не заборонених законом, та рівності перед законом усіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Для регулювання ЗЕД суб'єктів держава може використовувати певну систему інструментів, що поділяються на економічні й адміністративні.

Економічні інструменти за способом дії класифікуються на інструменти прямої та непрямой дії.

До інструментів прямої дії належать:

- державні видатки (на створення нового виду послуг або фізичного об'єкта);
- безпосередній контроль за економічними процесами (регулювання обсягу експорту й імпорту);
- законодавчі постанови.

До економічних інструментів непрямой дії належать:

- у галузі імпорту: митні тарифи, численні податки і збори з товарів, що ввозяться, та імпортні депозити;
- у галузі експорту: пільгові кредити експортерам, гарантії, субсидії, звільнення від сплати податків і надання фінансової допомоги.

Адміністративні інструменти регулювання впливають безпосередньо на зовнішньоекономічні відносини:

- ембарго (повна заборона зовнішньоекономічних операцій);
- ліцензування (видача компетентними органами держави дозволу на ввезення, вивезення або транзит певної кількості товарів, вільне ввезення, вивезення або транзит, який обмежений. Видача ліцензій є формою контролю за експортом та імпортом товару й одночасно витратою валютних коштів. Має на меті обмеження до певного скорочення, торгівлі з будь-якою країною або групою країн, захист національного підприємця від іноземної конкуренції, а також поповнення бюджету шляхом стягнення ліцензійних зборів за видачу ліцензії;
- квотування (кількісні обмеження виробництва, експорту й імпорту товарів (за фізичним обсягом або вартістю);
- специфічні вимоги до товару, упаковки, маркування;
- зобов'язання щодо самообмеження поставок експортерам.

Мито (митні тарифи) є одним з важливих засобів регулювання ЗЕД. Це різновид непрямих податків на товари, цінності та майно, що провозяться через митний кордон. Стягуються митницею країни за ставками, встановленими для даної території. Митом можуть оподатковуватися товари ввезені, вивезені і транзитні. ЗЕД слугує для захисту національного підприємця від іноземної конкуренції, сприяє розширенню збуту вітчизняних товарів, обмеженню імпорту іноземних товарів шляхом підвищення або зниження ціни. Механізми державного регулювання ЗЕД закріплені Митним кодексом України, Господарським кодексом України, Податковим кодексом України та іншими законодавчими актами.

#### **11.6. Податкові преференції у системі державного регулювання підприємницької діяльності**

Одним з найпотужніших інструментів державного регулювання економіки є податки. Виконуючи фіскальну функцію, вони одночасно

здійснюють регулювання економічних процесів завдяки диференціації податкового навантаження. Якщо держава хоче посилити реалізацію регуляторного потенціалу податків, вона може скористатися механізмом надання податкових преференцій. У світовій практиці найбільш поширеними є наступні:

1. Зменшення ставок податків. Податкова система може передбачати зниження податкових ставок порівняно із стандартними, що застосовується для залучення інвестицій в окремі галузі та регіони. В Україні такий тип податкових преференцій застосовувався по відношенню спеціальних економічних зон, територій пріоритетного розвитку, технопарків та технополісів.

2. Перенесення збитків на майбутнє (минуле). Перенесення збитків дозволяє враховувати збитки, отримані у поточному податковому періоді на зменшення прибутку протягом певної кількості років у майбутньому чи за рахунок прибутку, отриманого в минулому. Це є важливим для проектів, які передбачають отримання збитків протягом кількох перших років. Якщо вести мову про перенесення збитків на майбутнє, то це радше технічне виключення, а не податкова пільга. Якщо вести мову про перенесення збитків на минуле, то це можна вважати пільгою у чистому вигляді. В Україні застосовується механізм перенесення збитків на майбутнє.

3. Податкові канікули. Надаються новим підприємствам, які звільняються від сплати податку на прибуток або й від інших податків протягом певного часу (3-5 років). Даний інструмент дозволяє звільнити від оподаткування чистий дохід компанії, який отримується під час терміну дії податкових канікул. Для цілей оподаткування не враховується амортизація. В Україні така практика періодично також має місце. Відповідно до останніх змін у податковому законодавстві, податковими канікулами по податку на прибуток можуть скористатися підприємства легкої промисловості, готельного бізнесу, якщо ними будуть виконані умови надання права на податкові канікули.

4. Інвестиційний податковий кредит. Головна перевага – дешевизна



порівняно з банківським кредитом. Інвестиційний податковий кредит є оберненою формою бюджетного фінансування на умовах повернення, терміновості, платності. Розмір інвестиційного податкового кредиту визначається у вигляді відсотка від вартості придбаних машин та обладнання. Механізм його використання передбачає зменшення суми платежу по податку на прибуток з наступною поетапною сплатою суми кредиту і нарахованих відсотків. В Україні класичний інвестиційний податковий кредит не застосовувався.

5. Пільговий режим оподаткування при виплаті дивідендів. Для доходів у вигляді дивідендів встановлюється пільговий режим оподаткування, який передбачає суттєве зниження ставки оподаткування порівняно зі стандартною або повне звільнення від оподаткування. В Україні не застосовується.

6. Пільговий режим оподаткування доходів від приросту вартості капіталу при довгострокових інвестиціях. Надається при збільшенні вартості капіталу підприємства за умови володіння відповідними активами протягом певного часу. Доходи, отримані від довгострокових капіталовкладень, оподатковуються за нижчою від стандартної ставки. Такий режим сприяє акумулюванню грошових коштів інвесторами та розміщенням їх на тривалий термін. В Україні не застосовується.

7. Податкові знижки по окремих видах витрат. Надання можливості підприємству зменшувати оподатковувану податком на прибуток базу на суму певного виду витрат. При цьому податкова знижка може бути надана у розмірі фактичних витрат, у певному процентному відношенні або у розмірі, що перевищує витрати. Найчастіше такий інструмент використовується для стимулювання НДДКР, підвищення кваліфікації персоналу, інвестиції в основний капітал. В Україні не застосовується.

8. Зниження або відсутність мита. Зниження або відміна мита на ввезення обладнання або запасних частин, що використовуються для здійснення певних інвестиційних проектів. Іноді це відбувається у комплексі з підвищенням імпортного мита на готову продукцію. Така пільга

застосовувалася в Україні локально – відносно до окремих територій або до окремих груп товарів.

9. Податкові пільги засновані на числі зайнятих. Зменшення відрахувань або надання податкового кредиту при нарахуванні зборів на обов'язкове пенсійне та соціальне страхування. В Україні не використовується.

10. Пільги підтримуючого характеру. Надаються у вигляді звільнення від певних податків окремим підприємствам або галузям. Як правило, результат їх застосування непродуктивний, оскільки у підприємства-реципієнта відсутні стимули для покращення своєї діяльності. Україна має негативний досвід застосування таких пільг (наприклад, у металургійній промисловості).

### Література

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV зі змінами від 11.03.2007. [Електронний ресурс] – режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

2. Податковий кодекс України : від 02.12.2010 № 2755-VI. [Електронний ресурс] – режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

3. Амосов О. Ю. Економіка підприємства : навчальний посібник для самост. вивчення дисципліни / О. Ю. Амосов, М. А. Латинін – К. : Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2008. – 168 с.

4. Гребельник О. П. Митно-тарифна політика за умов трансформації економічної системи: монографія / О. П. Гребельник. – К. : Київський національний торговельно-економічний ун-т., 2001. – 488 с.

5. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства : навчальний посібник / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погріщук. – Тернопіль : Крок, 2008. – 312 с.

6. Данілов О.Д., Паєнтко Т.В. Податкова система у запитаннях і відповідях [навчальний посібник]. – К. : ДКС центр, 2013. – 294 с.

7. Мищенко С. Г. Стимулирование экономического развития: аспекты налогообложения [монография] / С. Г. Мищенко. – Донецк, ООО «Юго-Восток, Лтд», 2006 – 307 с

8. Податкова політика: теорія, методологія, інструментарій: навчальний посібник / Під. ред. Ю. Б. Іванова, І. А. Майбурова. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2010. – 492 с.

9. Проблеми розвитку податкової політики і оподаткування [монографія] / За заг. ред. проф. Ю. Б. Іванова. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 448 с.

10. Савченко А. Г. Макроекономіка : [підручник] / А. Г. Савченко. – 2-ге вид., без змін. – К. : КНЕУ, 2007. – 448 с.

### **Тести для самоконтролю**

**1. Вплив інструментів державного регулювання необхідно поєднувати з:**

- а) ринковими важелями саморегулювання;
- б) податками;
- в) штрафами;
- г) кримінальною відповідальністю.

**2. Підприємницька діяльність на нижній стадії розвитку капіталізму здійснюється на підприємствах:**

- а) дрібних;
- б) великих;
- в) середніх;
- г) холдингах.

**3. Методи державного регулювання підприємницької діяльності не бувають:**

- а) економічні;
- б) правові;
- в) адміністративні;
- г) психологічні.

**4. Способи і форми регулювання, які ґрунтуються на використанні податків, грошово-кредитних важелів, цін – це:**

- а) економічні методи;
- б) адміністративні;

- в) правові;
- г) фіскальні.

**5. Форми державного регулювання підприємницької діяльності:**

- а) податкова політика;
- б) амортизаційна політика;
- в) інвестиційна політика;
- г) правильної відповіді немає.

**6. В Україні банківська система є:**

- а) однорівневою;
- б) дворівневою;
- в) трирівневою;
- г) багаторівневою.

**Питання для поглибленого вивчення теми**

1. У чому полягає сутність державного регулювання підприємницької діяльності?
2. Які існують методи державного регулювання підприємницької діяльності?
3. У чому полягають відмінності між адміністративними і економічними методами регулювання підприємницької діяльності?
4. Яким методам державного регулювання підприємницької діяльності віддається перевага за кордоном?
5. У чому полягає сутність антимонопольної діяльності держави?
6. Яка роль антимонопольного законодавства у розвитку підприємницької діяльності?
7. У чому полягає сутність економічної безпеки держави?
8. У чому сутність і призначення податкових преференцій?
9. Які існують види податкових преференцій?
10. Охарактеризуйте роль податкових преференцій у розвитку підприємницької діяльності.

## ТЕМА 12. ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

12.1. Сплата непрямих податків суб'єктами підприємницької діяльності.

12.2. Оподаткування доходів суб'єктів підприємницької діяльності.

12.3. Сплата майнових податків суб'єктами підприємницької діяльності.

12.4. Порядок сплати суб'єктами підприємницької діяльності місцевих податків і зборів.

12.5. Спрощена система оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва.

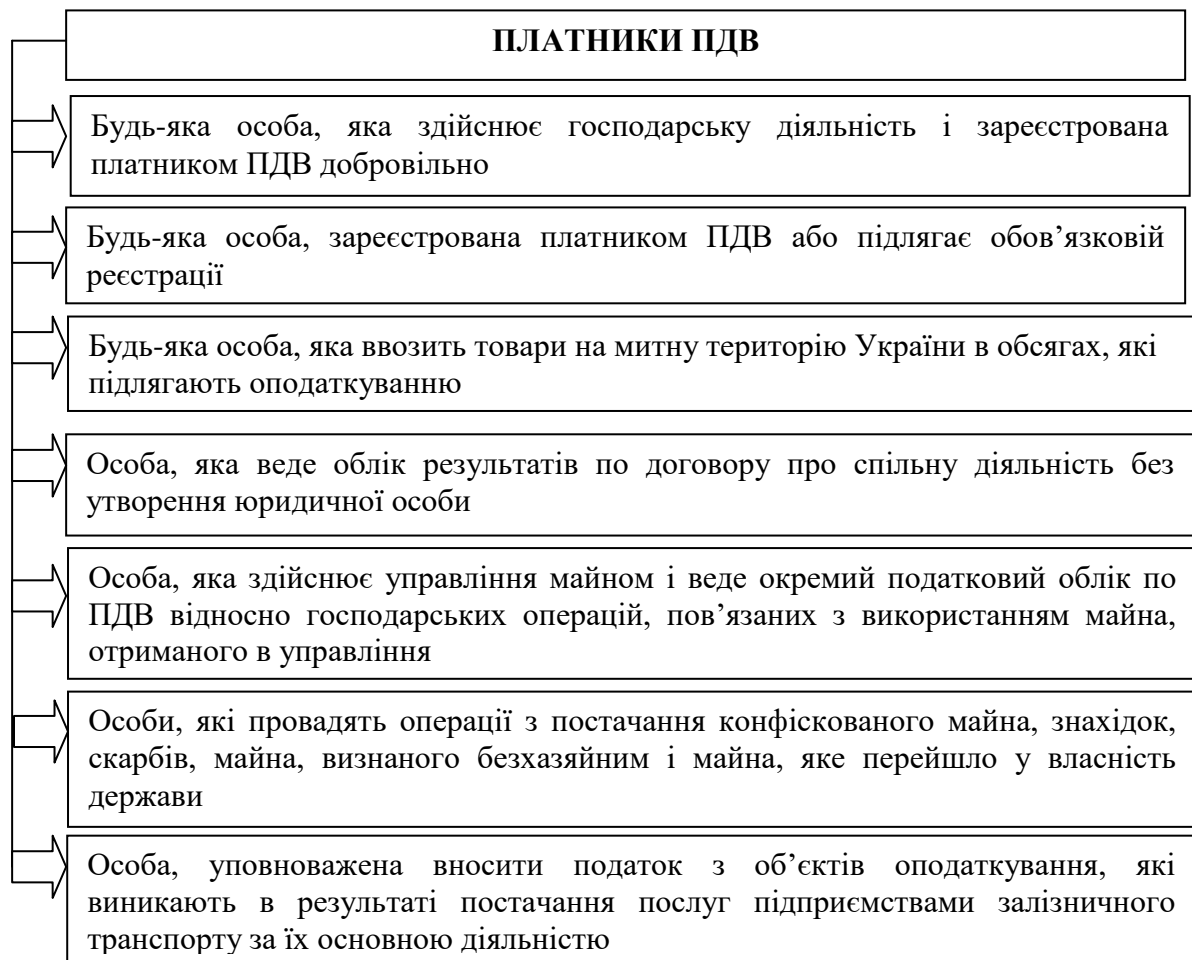
***Ключові слова:** податок на прибуток, ПДВ, єдиний податок, мито*

### **12.1. Сплата непрямих податків суб'єктами підприємницької діяльності**

Специфіка непрямих податків полягає у тому, що кінцевим платником у їх сплаті завжди виступає споживач, який купує продукцію, яка оподатковується непрямими податками. Непрямі податки включаються до ціни товару у вигляді надбавки. В Україні справляється три непрямих податки: ПДВ, акцизний податок та мито.

**ПДВ.** Податок на додану вартість (ПДВ) – це непрямий податок, що створюється на всіх стадіях виробництва й обігу, додається у вигляді надбавок до ціни товару і повністю сплачується кінцевим споживачем товарів.

Перелік платників ПДВ відображено на рис. 12.1.



**Рис. 12.1. Платники ПДВ в Україні**

Об'єктом оподаткування є операції платників податку з:

- а) постачання товарів, місце постачання яких розташоване на митній території України, відповідно до статті 186 Податкового кодексу, у тому числі операції з передачі права власності на об'єкти застави позичальнику (кредитору), на товари, що передаються на умовах товарного кредиту, а також з передачі об'єкта фінансового лізингу в користування лізингоотримувачу/орендарю;
- б) постачання послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України, відповідно до статті 186 Податкового кодексу;
- в) ввезення товарів (супутніх послуг) на митну територію України в митному режимі імпорту або реімпорту (далі – імпорт);
- г) вивезення товарів (супутніх послуг) у митному режимі експорту або реекспорту (далі – експорт);
- г) з метою оподаткування цим податком до експорту також

прирівнюється постачання товарів (супутніх послуг), які перебувають у вільному обігу на території України, до митного режиму магазину безмитної торгівлі, митного складу або спеціальної митної зони, створених відповідно до положень Митного кодексу;

д) з метою оподаткування цим податком до імпорту також прирівнюється постачання товарів (супутніх послуг) з-під митного режиму магазину безмитної торгівлі, митного складу або спеціальної митної зони, створених відповідно до положень Митного кодексу, для їх подальшого вільного обігу на території України;

е) постачання послуг з міжнародних перевезень пасажирів і багажу та вантажів залізничним, автомобільним, морським і річковим та авіаційним транспортом.

Основна ставка ПДВ становить 20%, зниження основної ставки ПДВ до 17 % передбачене з 01.01.2015 р. Додатково діє пільгова ставка – 0%.

За нульовою ставкою оподатковуються операції з:

1. Експорту товарів (супутніх послуг), якщо їх експорт підтверджений митною декларацією, оформленою відповідно до вимог митного законодавства.

2. Постачання товарів:

а) для заправки або забезпечення морських суден, що:

– використовуються для навігаційної діяльності, перевезення пасажирів або вантажів за плату, промислової, риболовецької або іншої господарської діяльності, що провадиться за межами територіальних вод України;

– використовуються для рятування або подання допомоги в нейтральних або територіальних водах інших країн;

– входять до складу Військово-Морських Сил України та відправляються за межі територіальних вод України, у тому числі на якірні стоянки;

б) для заправки або забезпечення повітряних суден, що:

– виконують міжнародні рейси для навігаційної діяльності чи

перевезення пасажирів або вантажів за плату;

– входять до складу Повітряних Сил України та відправляються за межі повітряного кордону України, у тому числі у місця тимчасового базування;

в) для заправки (дозаправки) та забезпечення космічних кораблів, космічних ракетних носіїв або супутників Землі;

г) для заправки (дозаправки) або забезпечення наземного військового транспорту чи іншого спеціального контингенту Збройних Сил України, що бере участь у миротворчих акціях за кордоном України, або в інших випадках, передбачених законодавством;

г) постачання товарів/послуг підприємствами роздрібною торгівлі, які розташовані на території України в зонах митного контролю (магазинах безмитної торгівлі (безмитних магазинах)), відповідно до порядку, встановленого Кабінетом Міністрів України.

### 3. Постачання таких послуг:

а) міжнародні перевезення пасажирів і багажу та вантажів залізничним, автомобільним, морським і річковим та авіаційним транспортом.

б) послуги, що передбачають роботи з рухомим майном, попередньо ввезеним на митну територію України для виконання таких робіт та вивезеним за межі митної території України платником, що виконував такі роботи, або отримувачем-нерезидентом.

в) послуги з обслуговування повітряних суден, що виконують міжнародні рейси.

У разі якщо операції з постачання товарів звільнено від оподаткування на митній території України відповідно до положення розділу V Податкового кодексу, до операцій з експорту таких товарів (супутніх послуг) застосовується нульова ставка.

### ***Порядок обчислення і сплати ПДВ***

Сума податку, що підлягає сплаті (перерахуванню) до Державного бюджету України або бюджетному відшкодуванню, визначається як різниця між сумою податкового зобов'язання звітного (податкового) періоду та сумою податкового кредиту такого звітного (податкового) періоду.



*Податкове зобов'язання* – це частка ПДВ у складі виручки (або іншої компенсації), яка надходить постачальнику в обмін на постачання товарів (робіт послуг). *Податковий кредит* – це сума ПДВ, сплачена у складі ціни товарів (послуг) постачальникам товарів, робіт (послуг).

За підсумками звітного періоду (місяць або квартал) платник ПДВ має подати до органу ДПС за місцем реєстрації податкову декларацію про ПДВ. Податкова декларація подається за базовий звітний (податковий) період, що дорівнює календарному місяцю, протягом 20 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) місяця (стаття 203 пункт 1 Податкового кодексу України). Для платників ПДВ, які застосовують квартальний період, декларація подається протягом 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного (податкового) кварталу.

Платник податку зобов'язаний самостійно сплатити суму податкового зобов'язання, зазначену у поданій ним податковій декларації, протягом 10 календарних днів, що настають за останнім днем відповідного граничного строку, передбаченого пунктом 203.1 цієї статті для подання податкової декларації.

#### **Акцизний податок.**

Платниками податку є:

1. Особа, яка виробляє підакцизні товари (продукцію) на митній території України, у тому числі з давальницької сировини.
2. Особа – суб'єкт господарювання, яка ввозить підакцизні товари (продукцію) на митну територію України.
3. Фізична особа – резидент або нерезидент, яка ввозить підакцизні товари (продукцію) на митну територію України в обсягах, що підлягають оподаткуванню, відповідно до митного законодавства.
4. Особа, яка реалізує конфісковані підакцизні товари (продукцію), підакцизні товари (продукцію), визнані безхазяйними, підакцизні товари (продукцію), за якими не звернувся власник до кінця строку зберігання, та підакцизні товари (продукцію), що за правом успадкування чи на інших законних підставах переходять у власність держави, якщо ці товари

(продукція) підлягають реалізації (продажу) в установленому законодавством порядку.

5. Особа, яка реалізує або передає у володіння, користування чи розпорядження підакцизні товари (продукцію), що були ввезені на митну територію України із звільненням від оподаткування до закінчення строку, визначеного законом відповідно до пункту 213.3 статті 213 Податкового кодексу.

6. Особа, на яку покладається дотримання вимог митних режимів, що передбачають звільнення від оподаткування, у разі порушення таких вимог.

7. Особа, на яку покладається виконання умов щодо цільового використання підакцизних товарів (продукції), на які встановлено ставку податку 0 гривень за 1 літр 100-відсоткового спирту, 0 євро за 1000 кг нафтопродуктів у разі порушення таких умов.

8. Особа, на яку при здійсненні операцій з підакцизними товарами (продукцією), які не підлягають оподаткуванню або звільняються від оподаткування, покладається виконання умов щодо цільового використання підакцизних товарів (продукції) в разі порушення таких умов.

Об'єктами оподаткування є операції з:

1. Реалізації вироблених в Україні підакцизних товарів (продукції).

2. Реалізації (передачі) підакцизних товарів (продукції) з метою власного споживання, промислової переробки, здійснення внесків до статутного капіталу, а також своїм працівникам.

3. Ввезення підакцизних товарів (продукції) на митну територію України.

4. Реалізації конфіскованих підакцизних товарів (продукції), підакцизних товарів (продукції), визнаних безхазяйними, підакцизних товарів (продукції), за якими не звернувся власник до кінця строку зберігання, та підакцизних товарів (продукції), що за правом успадкування чи на інших законних підставах переходять у власність держави.

5. Реалізації або передачі у володіння, користування чи розпорядження підакцизних товарів (продукції), що були ввезені на митну територію

України із звільненням від оподаткування до закінчення строку, визначеного законодавством.

6. Обсяги та вартість втрачених підакцизних товарів (продукції), що перевищують встановлені норми втрат.

*До підакцизних товарів належать:*

1. Спирт етиловий та інші спиртові дистиляти, алкогольні напої, пиво.
2. Тютюнові вироби, тютюн та промислові замінники тютюну.
3. Нафтопродукти, скраплений газ.
4. Автомобілі легкові, кузови до них, причепи та напівпричепи, мотоцикли.

Акцизний податок обчислюється у твердих ставках у євро з одиниці реалізованих товарів або за ставками у % до обороту з реалізованих товарів.

Порядок обчислення податку з товарів, вироблених на митній території України:

1. Суми податку, що підлягають сплаті, з підакцизних товарів (продукції), вироблених на митній території України, визначаються платником податку самостійно, виходячи з об'єктів оподаткування, бази оподаткування та ставок цього податку, що діють на дату виникнення податкових зобов'язань.

2. Суми податку з підакцизних товарів (продукції), вироблених з давальницької сировини, визначаються виробником (переробником), виходячи з об'єктів оподаткування, бази оподаткування та ставок цього податку, що діють на дату відвантаження готової продукції її замовнику або за його дорученням іншій особі.

3. Податок з товарів (продукції), на які встановлені ставки податку в іноземній валюті, сплачується у національній валюті і розраховується за офіційним курсом гривні до іноземної валюти, встановленим Національним банком України, що діє на перший день кварталу, в якому здійснюється реалізація товару (продукції), і залишається незмінним протягом кварталу.

4. Забороняється сплата сум податку шляхом взаємних заліків, зустрічних зобов'язань, векселями та в інших формах, що не передбачають

сплати сум такого податку коштами.

5. У разі повного або часткового повернення покупцем підакцизних товарів (продукції), вироблених (виготовлених) на митній території України, продавцю для усунення недоліків товару (продукції) або його знищення (переробки) у зв'язку з неможливістю усунення таких недоліків, платник податку – продавець проводить коригування податкових зобов'язань зі сплати акцизного податку у звітному періоді, у якому відбулося таке повернення.

Порядок обчислення податку з товарів, які ввозяться на митну територію України

1. Суми податку з товарів (продукції), які ввозяться на митну територію України, що підлягають сплаті, визначаються платниками податку самостійно, виходячи з об'єктів оподаткування, бази оподаткування та ставок цього податку.

2. Податок із підакцизних товарів (продукції), що ввозяться на митну територію України, обчислюється у національній валюті за офіційним курсом гривні до іноземної валюти, встановленим Національним банком України на дату подання митному органу митної декларації до митного оформлення.

3. Суми податку, що підлягають сплаті, у разі порушення умов розміщення підакцизних товарів у митних режимах: магазину безмитної торгівлі, переробки на митній території України, визначаються, виходячи з об'єктів оподаткування, бази оподаткування та ставок цього податку, що діяли на момент подання митної декларації при розміщенні у відповідний режим.

4. У разі повного або часткового повернення імпортером підакцизних товарів (продукції), ввезених на митну територію України, продавцю у зв'язку з непридатністю їх для реалізації на митній території України, платник податків – імпортер проводить коригування податкових зобов'язань зі сплати акцизного податку у звітному періоді, у якому відбулось повернення невикористаних та пошкоджених марок, або органу державної податкової служби, який видав марки, надані відповідні документи, що

підтверджують втрату марок.

**Мито** є непрямим податком, що сплачується з товарів, які переміщуються через митний кордон України, тобто ввозяться або вивозяться, чи прямують транзитом.

Платниками мита виступають юридичні чи фізичні особи, які здійснюють переміщення товарів через митний кордон. Об'єктом оподаткування є митна вартість або фізична одиниця товару, що імпортується суб'єктом підприємницької діяльності.

Обчислення мита на товари та інші предмети, що підлягають митному стягненню, здійснюється на основі їх митної вартості, яка складається з ціни придбання, комісійних і брокерських витрат, плати за використання об'єктів інтелектуальної власності.

Ставки мита диференційовані залежно від групи товарів. Використовують наступні види ставок:

- преференційна ставка – це ставка, що застосовується до товарів, які надходять з України, а також товарів, які надходять з країн, що розвиваються (за винятком деяких товарних груп) і надає пільги з оплати мита;

- пільгова ставка, що застосовується до товарів, які походять з країн або економічних союзів, сприятливих для нашої держави.

Мито нараховується митним органом і вноситься до державного бюджету України. При визначенні митної вартості і сплаті мита іноземна валюта перераховується у валюту України за курсом НБУ, який застосовується для розрахунків по зовнішньоекономічним операціям і діє на день подання митної декларації.

## **12.2. Оподаткування доходів суб'єктами підприємницької діяльності**

Доходи суб'єктів підприємницької діяльності оподатковуються залежно від статусу суб'єкта підприємництва. Якщо це юридична особа, яка знаходиться на загальній системі оподаткування, то вона сплачує податок на прибуток підприємств. Якщо це фізична особа, яка перебуває на загальній

системі оподаткування, то її доходи оподатковуються податком на доходи фізичних осіб. Суб'єкти, які перебувають на спрощеній системі оподаткування, обліку і звітності, сплачують єдиний податок, особливості сплати якого ми розглянемо нижче.

Об'єктом оподаткування податком на прибуток підприємств є прибуток, який визначається за результатами звітного періоду як різниця між доходами від реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), собівартістю реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) та сумою інших витрат.

У зв'язку із радикальною зміною методології нарахування податку на прибуток з 01.04.2011 р. на платників податку на прибуток не розповсюджується правило першої події. Тобто, доходи і витрати на виробництво і реалізацію продукції визнаються за фактом їх виникнення. Таким чином, до складу доходів і витрат не потрапляють суми передоплат і авансів, що значно знижує ризик мінімізації податкових зобов'язань за рахунок управління строками поставки і платежу. Інші витрати визнаються у тому періоді, в якому вони були понесені і зменшують об'єкт оподаткування на свою суму, за виключенням витрат подвійного призначення, які враховуються за окремими правилами. Ставка податку на прибуток у 2014 р. – 18%, протягом наступних двох років передбачено зниження ставки податку на прибуток до 16%.

Звітним податковим періодом для платників податку на прибуток є квартал. Виключення становлять платники податку на прибуток, у яких задекларований дохід становить більше 10 млн. грн. – вони сплачують авансові внески з податку на прибуток у розмірі 1/12 задекларованого податку на прибуток за минулий рік.

Фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які не є платниками єдиного податку, сплачують податок на доходи фізичних осіб за ставками 15% (якщо дохід менше 10 прожиткових мінімумів на працездатну особу) та 17% (якщо дохід більше 10 прожиткових мінімумів на працездатну особу). Оподатковуваний дохід визначається як різниця між виручкою від реалізації товарів (робіт, послуг) та витратами, понесеними на створення

(придбання) реалізованих товарів, робіт, послуг. Звітним податковим періодом для фізичних осіб є квартал. Для фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, які не є платниками єдиного податку, також передбачена сплата авансових внесків по податку на доходи фізичних осіб. Величина авансових внесків розраховується органом ДПС, де перебуває на обліку фізична особа, виходячи із обсягу доходів і сплаченого податку на доходи фізичних осіб минулого року.

### **12.3. Сплата майнових податків суб'єктами підприємницької діяльності**

В Україні майнове оподаткування представлено платою за землю, збором за першу реєстрацію транспортного засобу та податком на майно (для власників житлової нерухомості).

Платниками плати за землю є власники земельних ділянок, земельних часток (паїв) та землекористувачі.

Об'єктами оподаткування є:

- земельні ділянки, які перебувають у власності або користуванні;
- земельні частки (паї), які перебувають у власності.

Базою оподаткування є:

– нормативна грошова оцінка земельних ділянок з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного відповідно до порядку, встановленого цим розділом;

- площа земельних ділянок, нормативну грошову оцінку яких не проведено.

Ставки податку за земельні ділянки становить для ріллі, сіножатей та пасовищ – 0,1; – для багаторічних насаджень – 0,03;

Для земель населених пунктів, грошову оцінку яких не проведено, ставки податку встановлюються у розмірах відповідно до середніх ставок податку (табл. 12.1)

Таблиця 12.1

**Ставки податку за земельні ділянки, грошову оцінку яких не проведено**

Групи населених пунктів із чисельністю населення (тис. осіб)	Середня ставка податку (гривень за 1 кв. метр)	Коефіцієнт, що застосовується у містах Києві, Сімферополі, Севастополі та містах обласного значення
до 3	0,26	
від 3 до 10	0,52	
від 10 до 20	0,84	
від 20 до 50	1,3	1,2
від 50 до 100	1,57	1,4
від 100 до 250	1,83	1,6
від 250 до 500	2,09	2,0
від 500 до 1000	2,61	2,5
від 1000 і більше	3,66	3,0

Джерело: складено авторами

Для юридичних і фізичних осіб передбачені наступні основні пільги по платі за землю (табл. 12.2).

Таблиця 12.2

**Основні пільги по платі за землю**

Для фізичних осіб	Для юридичних осіб
1	2
Від сплати звільняються	
інваліди першої і другої групи; фізичні особи, які виховують трьох і більше дітей віком до 18 років; пенсіонери (за віком); ветерани війни та особи, на яких поширюється дія Закону України "Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту"; фізичні особи, визнані законом особами, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи.	заповідники, у тому числі історико-культурні, національні природні парки, заказники (крім мисливських), парки державної та комунальної власності, регіональні ландшафтні парки, ботанічні сади, дендрологічні і зоологічні парки, пам'ятки природи, заповідні урочища та парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва; дослідні господарства науково-дослідних установ і навчальних закладів сільськогосподарського профілю та професійно-технічних училищ; дитячі санаторно-курортні та оздоровчі заклади України незалежно від їх підпорядкованості, у тому числі дитячі санаторно-курортні та оздоровчі заклади України, які знаходяться на балансі підприємств, установ та організацій; релігійні організації України, статuti (положення) яких зареєстровано у встановленому законом порядку, за земельні ділянки, надані для будівництва і обслуговування культових та інших будівель, необхідних для забезпечення їх діяльності, а також благодійні організації, створені відповідно до закону, діяльність яких не передбачає одержання прибутків; органи державної влади та органи місцевого самоврядування, органи прокуратури, заклади, установи та організації, спеціалізовані санаторії України для реабілітації, лікування та оздоровлення хворих, військові формування,



	<p>утворені відповідно до законів України, Збройні Сили України та Державна прикордонна служба України, які повністю утримуються за рахунок коштів державного або місцевих бюджетів;</p> <p>санаторно-курортні та оздоровчі заклади громадських організацій інвалідів, реабілітаційні установи громадських організацій інвалідів;</p> <p>громадські організації інвалідів України, підприємства та організації, які засновані громадськими організаціями інвалідів та спілками громадських організацій інвалідів і є їх повною власністю, де протягом попереднього календарного місяця кількість інвалідів, які мають там основне місце роботи, становить не менш як 50 відсотків середньооблікової чисельності штатних працівників облікового складу за умови, що фонд оплати праці таких інвалідів становить протягом звітного періоду не менш як 25 відсотків суми загальних витрат на оплату праці;</p> <p>дошкільні та загальноосвітні навчальні заклади незалежно від форм власності і джерел фінансування, заклади культури, науки, освіти, охорони здоров'я, соціального захисту, фізичної культури та спорту, які повністю утримуються за рахунок коштів державного або місцевих бюджетів;</p> <p>підприємства, установи, організації, громадські організації фізкультурно-спортивної спрямованості, у тому числі аероклуби та авіаційно-спортивні клуби Товариства сприяння обороні України, – за земельні ділянки, на яких розміщені спортивні споруди, що використовуються для проведення всеукраїнських, міжнародних змагань та навчально-тренувального процесу збірних команд України з видів спорту та підготовки спортивного резерву, бази олімпійської та паролімпійської підготовки, перелік яких затверджується Кабінетом Міністрів України;</p> <p>на період дії фіксованого сільськогосподарського податку власники земельних ділянок, земельних часток (паїв) та землекористувачі за умови передачі земельних ділянок та земельних часток (паїв) в оренду платнику фіксованого сільськогосподарського податку;</p> <p>новостворені фермерські господарства протягом трьох років, а в трудонедостатніх населених пунктах – протягом п'яти років з часу передачі їм земельної ділянки у власність.</p>
--	--

Джерело: складено авторами на основі Податкового кодексу

Зазначені вище підприємства та організації громадських організацій інвалідів мають право застосовувати цю пільгу за наявності дозволу на право користування такою пільгою, який надається Комісією з питань діяльності підприємств та організацій громадських організацій інвалідів відповідно до Закону України "Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні".

У разі порушення вимог цієї норми зазначені громадські організації інвалідів, їх підприємства та організації зобов'язані сплатити суми податку за

відповідний період, проіндексовані з урахуванням інфляції, а також штрафні санкції згідно із законодавством.

Підставою для нарахування земельного податку є дані державного земельного кадастру. Відповідні органи виконавчої влади з питань земельних ресурсів за запитом відповідного органу державної податкової служби за місцезнаходженням земельної ділянки подають інформацію, необхідну для обчислення і справляння плати за землю, у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Платники плати за землю (крім фізичних осіб) самостійно обчислюють суму податку щороку станом на 1 січня і до 1 лютого поточного року подають відповідному органу державної податкової служби за місцезнаходженням земельної ділянки податкову декларацію на поточний рік за формою, встановленою у порядку, передбаченому статтею 46 Податкового кодексу, з розбивкою річної суми рівними частками за місяцями. Подання такої декларації звільняє від обов'язку подання щомісячних декларацій. При поданні першої декларації (фактичного початку діяльності як платника плати за землю) разом з нею подається довідка (витяг) про розмір нормативної грошової оцінки земельної ділянки, а надалі така довідка подається у разі затвердження нової нормативної грошової оцінки землі.

Власники землі та землекористувачі сплачують плату за землю з дня виникнення права власності або права користування земельною ділянкою. У разі припинення права власності або права користування земельною ділянкою плата за землю сплачується за фактичний період перебування землі у власності або користуванні у поточному році.

Збір за першу реєстрацію транспортного засобу сплачують юридичні і фізичні особи, які здійснюють першу реєстрацію транспортного засобу. Об'єктами оподаткування збору є:

- колісні транспортні засоби, крім:

- а) транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів, що закріплені на праві оперативного управління за військовими частинами, військовими навчальними закладами, установами та організаціями Збройних

Сил України, які повністю утримуються за рахунок бюджету, крім тих, що віднесені до транспортної групи, в порядку, визначеному головним органом у системі центральних органів виконавчої влади із забезпечення реалізації державної політики з питань національної безпеки у воєнній сфері, оборони і військового будівництва;

б) транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів, що закріплені на праві оперативного управління за військовими формуваннями головного органу в системі центральних органів виконавчої влади у сфері охорони громадського порядку, забезпечення громадської безпеки, безпеки дорожнього руху, які повністю утримуються за рахунок бюджету, крім тих, що віднесені до транспортної групи, в порядку, визначеному таким головним органом;

в) транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів, що закріплені на праві оперативного управління за підрозділами служби цивільного захисту, які повністю утримуються за рахунок бюджету, крім тих, що віднесені до транспортної групи, в порядку, визначеному головним органом у системі центральних органів виконавчої влади із забезпечення реалізації державної політики у сфері цивільного захисту населення;

г) транспортних засобів вантажних, самохідних, що використовуються на заводах, складах, у портах та аеропортах для перевезення вантажів на короткі відстані, – товарна позиція 8709 згідно з УКТ ЗЕД;

г) транспортних засобів швидкої медичної допомоги;

д) машин і механізмів для сільськогосподарських робіт – товарні позиції 8432 і 8433 згідно з УКТ ЗЕД;

е) причепів (напівпричепів);

є) мопедів;

ж) велосипедів;

- судна, зареєстровані у Державному судновому реєстрі України або у Судновій книзі України;

- літаки і вертольоти, зареєстровані у Державному реєстрі цивільних повітряних суден України або у Реєстрі державних повітряних суден України, крім:

а) літаків і вертольотів Збройних Сил України;

б) літаків і вертольотів головного органу у системі центральних органів виконавчої влади з питань забезпечення реалізації державної політики у сфері цивільного захисту населення, а також органів управління та сил цивільного захисту, що виконують завдання цивільного захисту.

База оподаткування визначається:

- для колісних транспортних засобів:

а) для мотоциклів, легкових автомобілів (крім легкових автомобілів, обладнаних електродвигуном), автобусів (у тому числі мікроавтобусів), тракторів, вантажних автомобілів (у тому числі сідельних тягачів, інших спеціалізованих та спеціальних вантажних транспортних засобів) – за об'ємом циліндрів двигуна в куб. сантиметрах;

б) для легкових автомобілів, обладнаних електродвигуном, – за потужністю двигуна в кВт;

- для суден:

а) для суден, обладнаних двигуном, – за потужністю двигуна в кВт;

б) для суден, які не обладнані двигуном, – за довжиною корпусу судна в сантиметрах;

- для літаків, вертольотів – за максимальною злітною масою.

Ставки збору встановлені ст. 234 Податкового кодексу України.

Від сплати збору звільняються легкові автомобілі для інвалідів з об'ємом циліндрів двигуна до 1500 куб. сантиметрів, що придбані за рахунок коштів державного чи місцевих бюджетів та/або безоплатно передані інвалідам відповідно до законодавства України, транспортні засоби будинків-інтернатів для громадян похилого віку та інвалідів, дитячих будинків-інтернатів, пансіонатів для ветеранів війни і праці, геріатричних пансіонатів, реабілітаційних установ для інвалідів та дітей-інвалідів, що фінансуються з державного та місцевого бюджетів.

Базовим податковим періодом для збору є рік, сплачується збір під час проведення першої реєстрації транспортного засобу.

#### **12.4. Порядок сплати суб'єктами підприємницької діяльності місцевих податків і зборів**

Відповідно до положень Податкового кодексу України до місцевих податків належать: податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки та єдиний податок. До місцевих зборів належать:

- збір за проведення деяких видів підприємницької діяльності;
- збір за паркування транспортних засобів;
- туристичний збір.

Далі розглянемо порядок сплати зборів, які сплачують суб'єкти підприємницької діяльності<sup>1</sup>.

##### **Збір за місця для паркування транспортних засобів**

Платниками збору є юридичні особи, їх філії (відділення, представництва), фізичні особи – підприємці, які згідно з рішенням сільської, селищної або міської ради організують та провадять діяльність із забезпечення паркування транспортних засобів на майданчиках для платного паркування та спеціально відведених автостоянках.

Перелік спеціальних земельних ділянок, відведених для організації та провадження діяльності із забезпечення паркування транспортних засобів, в якому зазначаються їх місцезнаходження, загальна площа, технічне облаштування, кількість місць для паркування транспортних засобів, затверджується рішенням сільської, селищної або міської ради про встановлення збору.

Таке рішення разом з переліком осіб, які уповноважені організувати та провадити діяльність із забезпечення паркування транспортних засобів, надається виконавчим органом сільської, селищної, міської ради органу державної податкової служби в порядку, встановленому розділом I Податкового кодексу.

---

<sup>1</sup> Єдиний податок розглядається у наступному параграфі, податок на нерухоме майно сплачують особи, які є власниками житлової нерухомості, не залежно від статусу СПД

Об'єктом оподаткування є земельна ділянка, яка згідно з рішенням сільської, селищної або міської ради спеціально відведена для забезпечення паркування транспортних засобів на автомобільних дорогах загального користування, тротуарах або інших місцях, а також комунальні гаражі, стоянки, паркінги (будівлі, споруди, їх частини), які побудовані за рахунок коштів місцевого бюджету, за винятком площі земельної ділянки, яка відведена для безоплатного паркування транспортних засобів, передбачених статтею 30 Закону України «Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні».

Базою оподаткування є площа земельної ділянки, відведена для паркування, а також площа комунальних гаражів, стоянок, паркінгів (будівель, споруд, їх частин), які побудовані за рахунок коштів місцевого бюджету.

Ставки збору встановлюються за кожний день провадження діяльності із забезпечення паркування транспортних засобів у гривнях за 1 квадратний метр площі земельної ділянки, відведеної для організації та провадження такої діяльності, у розмірі від 0,03 до 0,15 відсотка мінімальної заробітної плати, установлені законом на 1 січня податкового (звітного) року.

При визначенні ставки збору сільські, селищні та міські ради враховують місцезнаходження спеціально відведених місць для паркування транспортних засобів, площу спеціально відведеного місця, кількість місць для паркування транспортних засобів, спосіб поставлення транспортних засобів на стоянку, режим роботи та їх заповнюваність.

Ставка збору та порядок сплати збору до бюджету встановлюються відповідною сільською, селищною або міською радою.

Збір сплачується до місцевих бюджетів авансовими внесками до 30 числа (включно) кожного місяця (у лютому до 28 (29) включно) за місцем розташування спеціально відведеного місця для паркування транспортних засобів. Остаточна сума збору, обчислена відповідно до податкової декларації за податковий (звітний) квартал (з урахуванням фактично

внесених авансових платежів), сплачується у строки, визначені для квартального податкового періоду.

Платник збору, який має підрозділ без статусу юридичної особи, що провадить діяльність із забезпечення паркування транспортних засобів на земельній ділянці не за місцем реєстрації такого платника збору, зобов'язаний зареєструвати такий підрозділ як платника збору в органі державної податкової служби за місцезнаходженням земельної ділянки.

Базовий податковий (звітний) період дорівнює календарному кварталу.

### **Збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності**

Платниками збору є суб'єкти господарювання (юридичні особи та фізичні особи – підприємці), їх відокремлені підрозділи, які отримують в установленому цією статтею порядку торгові патенти та провадять такі види підприємницької діяльності:

- а) торговельна діяльність у пунктах продажу товарів;
- б) діяльність з надання платних побутових послуг за переліком, визначеним Кабінетом Міністрів України;
- в) торгівля валютними цінностями у пунктах обміну іноземної валюти;
- г) діяльність у сфері розваг (крім проведення державних грошових лотерей).

Не є платниками збору за провадження торговельної діяльності та діяльності з надання платних послуг такі суб'єкти господарювання:

- а) аптеки, що перебувають у державній та комунальній власності;
- б) розташовані у селах, селищах і містах районного значення підприємства та організації споживчої кооперації та торгово-виробничі державні підприємства робітничого постачання;
- в) фізичні особи – підприємці, які провадять торговельну діяльність у межах ринків усіх форм власності;
- г) фізичні особи – підприємці, які здійснюють продаж вирощених в особистому підсобному господарстві, на присадибній, дачній, садовій і городній ділянках продукції рослинництва і тваринництва, свійської худоби

та птиці (як у живому вигляді, так і продукції забою в сирому вигляді та у вигляді первинної переробки), продукції власного бджільництва;

г) фізичні особи – підприємці, які сплачують державне мито за нотаріальне посвідчення договорів про відчуження власного майна, якщо товари кожної окремої категорії відчужуються не частіше одного разу на календарний рік;

д) суб'єкти господарювання, утворені громадськими організаціями інвалідів, які мають податкові пільги згідно із законодавством та здійснюють торгівлю виключно продовольчими товарами вітчизняного виробництва та продукцією, виготовленою на підприємствах "Українське товариство сліпих", "Українське товариство глухих", а також фізичними особами – інвалідами, зареєстрованими відповідно до закону як підприємці;

е) суб'єкти господарювання, які провадять торговельну діяльність виключно 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 із домішками і без них; продукти дитячого харчування; безалкогольні напої; морозиво; яловичина та свинина; свійська птиця; яйця; риба; ягоди і фрукти; мед та інші продукти бджільництва, бджолоінвентар і засоби захисту бджіл; картопля і плодоовочева продукція; комбікорм для продажу населенню;

є) суб'єкти господарювання, що реалізують продукцію власного виробництва фізичним особам, які перебувають з ними у трудових відносинах, через пункти продажу товарів, вбудовані у виробничі або адміністративні приміщення, що належать такому суб'єкту;

ж) суб'єкти господарювання, які провадять діяльність із закупівлі у населення продукції (заготівельна діяльність), якщо подальша реалізація такої продукції відбувається за розрахунками у безготівковій формі (пункти приймання склотари, макулатури, відходів паперових, картонних і ганчіркових; заготівля сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки);



з) підприємства, установи та організації, які провадять діяльність у торговельно-виробничій сфері (ресторанне господарство), у тому числі навчальних закладах, із обслуговування виключно працівників таких підприємств, установ та організацій, а також учнів і студентів у навчальних закладах.

Не є платниками збору за провадження діяльності у сфері розваг суб'єкти господарювання, які провадять комп'ютерні та відеоігри.

Ставка збору за провадження торговельної діяльності та діяльності з надання платних послуг встановлюється сільськими, селищними та міськими радами (далі у цьому пункті – органами місцевого самоврядування) з розрахунку на календарний місяць у відповідному розмірі від мінімальної заробітної плати, установлені законом на 1 січня календарного року (далі – мінімальна заробітна плата), визначеному цим пунктом, з урахуванням місцезнаходження пункту продажу товарів та асортименту товарів, пункту з надання платних послуг та виду платних послуг.

Ставка збору за провадження торговельної діяльності (крім провадження торговельної діяльності нафтопродуктами, скрапленням та стиснутим газом із застосуванням пістолетних паливно-роздавальних колонок на стаціонарних, малогабаритних і пересувних автозаправних станціях, заправних пунктах) та діяльності з надання платних послуг встановлюється в таких межах (табл. 12.3).

Таблиця 12.3

**Ставки збору за провадження деяких видів підприємницької діяльності**

Територія	Ставка
м. Київ та обласні центри	від 0,08 до 0,4 розміру мінімальної заробітної плати
м. Севастополь та обласні центри	від 0,04 до 0,2 розміру мінімальної заробітної плати
Території інших населених пунктів	до 0,1 розміру мінімальної заробітної плати

Джерело: складено авторами на основі Податкового кодексу

У разі якщо пункти продажу товарів (надання послуг) розташовані в курортній місцевості або на території, прилеглої до митниці, інших пунктів переміщення через митний кордон, органи місцевого самоврядування, до

бюджетів яких спрямовуються кошти від сплати збору, можуть прийняти рішення щодо збільшення ставки збору, встановленої в підпункті 267.3.2 Податкового кодексу, але не більш як 0,4 розміру мінімальної заробітної плати.

Ставка збору за провадження торговельної діяльності нафтопродуктами, скрапленим та стиснутим газом на стаціонарних, малогабаритних і пересувних автозаправних станціях, заправних пунктах встановлюється в межах від 0,08 до 0,4 розміру мінімальної заробітної плати залежно від місця розташування таких пунктів продажу.

Ставка збору за здійснення торгівлі валютними цінностями на календарний місяць становить 1,2 розміру мінімальної заробітної плати.

Ставка збору за здійснення діяльності у сфері розваг на квартал становить:

- для використання грального автомата (грального автомата "кран-машина", грального автомата, на якому проводяться дитячі ігри, іншого грального автомата, призначеного для проведення платних розважальних ігор) – розмір мінімальної заробітної плати;

- для використання гральних жолобів (доріжок) кегельбана, боулінга, що вводяться в дію за допомогою жетона, монети або без них, – розмір мінімальної заробітної плати, збільшений у 2 рази, за кожний гральний жолоб (доріжку);

- для використання столів для більярда, що вводяться в дію за допомогою жетона, монети або без них, крім столів для більярда, що використовуються для спортивних аматорських змагань, – розмір мінімальної заробітної плати за кожний стіл для більярда;

- для проведення інших оплатних розважальних ігор – розмір мінімальної заробітної плати за кожне окреме гральне місце.

Ставка збору за провадження торговельної діяльності із придбанням пільгового торгового патенту встановлюється в розмірі 0,05 розміру мінімальної заробітної плати щорічно.

Ставка збору за провадження торговельної діяльності із придбанням короткотермінового торгового патенту за один день становить 0,02 розміру мінімальної заробітної плати.

Ставки збору, визначені відповідно до цієї статті, округляються (менш як 50 копійок відкидається, а 50 копійок і більше округляється до однієї гривні).

Порядок сплати збору платниками збору відображено в табл. 12.4.

Таблиця 12.4

**Особливості сплати збору за провадження деяких видів підприємницької діяльності**

Платники	Особливості сплати
Особи, що провадять торговельну діяльність або надають платні послуги (крім пересувної торговельної мережі)	збір сплачується за місцезнаходженням пункту продажу товарів або пункту з надання платних послуг
Особи, що здійснюють торгівлю валютними цінностями	за місцезнаходженням пункту обміну іноземної валюти
Особи, що здійснюють діяльність у сфері розваг	за місцезнаходженням пункту надання послуг у сфері розваг
Особи, що здійснюють торгівлю через пересувну торговельну мережу	за місцем реєстрації таких платників
Особи, здійснюють торгівлю на ярмарках, виставках-продажах та інших короткотермінових заходах, пов'язаних з демонстрацією та продажем товарів	за місцем провадження такої діяльності

Джерело: складено авторами на основі Податкового кодексу

Строки сплати збору:

а) за провадження торговельної діяльності з придбанням короткотермінового торгового патенту – не пізніш як за один календарний день до початку провадження такої діяльності;

б) за провадження торговельної діяльності (крім торговельної діяльності з придбанням короткотермінового торгового патенту), діяльності з надання платних послуг, здійснення торгівлі валютними цінностями – щомісяця не пізніше 15 числа, який передує звітному місяцю;

в) за здійснення діяльності у сфері розваг – щоквартально не пізніше 15 числа місяця, який передує звітному кварталу.

Під час придбання торгового патенту суб'єкт господарювання вносить суму збору за один місяць (квартал). На суму збору, сплачену під час придбання торгового патенту, зменшується сума збору, яка підлягає внесенню в останній місяць (квартал) його дії.

Платники збору можуть здійснити сплату збору авансовим внеском до кінця календарного року.

### **Туристичний збір**

Туристичний збір – це місцевий збір, кошти від якого зараховуються до місцевого бюджету. Платниками збору є громадяни України, іноземці, а також особи без громадянства, які прибувають на територію адміністративно-територіальної одиниці, на якій діє рішення сільської, селищної та міської ради про встановлення туристичного збору, та отримують (споживають) послуги з тимчасового проживання (ночівлі) із зобов'язанням залишити місце перебування в зазначений строк.

Платниками збору не можуть бути особи, які:

- а) постійно проживають, у тому числі на умовах договорів найму, у селі, селищі або місті, радами яких встановлено такий збір;
- б) особи, які прибули у відрядження;
- в) інваліди, діти-інваліди та особи, що супроводжують інвалідів I групи або дітей-інвалідів (не більше одного супроводжуючого);
- г) ветерани війни;
- г) учасники ліквідації наслідків аварії на Чорнобильській АЕС;
- д) особи, які прибули за путівками та курсовками в санаторії та пансіонати.

Ставка встановлюється у розмірі від 0,5 до 1 відсотка до бази справляння збору, визначеної пунктом 268.4 Податкового кодексу України. Базою справляння є вартість усього періоду проживання (ночівлі) в місцях, визначених підпунктом 268.5.1 цієї статті, за вирахуванням податку на додану вартість.

До вартості проживання не включаються витрати на харчування чи побутові послуги (прання, чистка, лагодження та прасування одягу, взуття чи білизни), телефонні рахунки, оформлення закордонних паспортів, дозволів на в'їзд (віз), обов'язкове страхування, витрати на усний та письмовий переклади, інші документально оформлені витрати, пов'язані з правилами в'їзду.

Збір сплачується до місцевих бюджетів авансовими внесками до 30 числа (включно) кожного місяця (у лютому до 28 (29) включно). Суми нарахованих щомісячних авансових внесків відображаються у квартальній податковій декларації. Остаточна сума збору, обчислена відповідно до податкової декларації за звітний (податковий) квартал (з урахуванням фактично внесених авансових платежів), сплачується у строки, визначені для квартального податкового періоду.

Податковий агент, який має підрозділ без статусу юридичної особи, що надає послуги з тимчасового проживання (ночівлі) не за місцем реєстрації такого податкового агента, зобов'язаний зареєструвати такий підрозділ як податкового агента туристичного збору в органі державної податкової служби за місцезнаходженням підрозділу.

Базовий податковий (звітний) період дорівнює календарному кварталу.

## **12.5. Спрощена система оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва.**

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності – особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, встановлених пунктом 297.1 статті 297 Податкового кодексу, на сплату єдиного податку з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності.

Спрощена система оподаткування є альтернативною, суб'єкт підприємницької діяльності, якщо він відповідає критеріям, визначеним Податковим кодексом, самостійно приймає рішення про перехід на спрощену систему оподаткування або повернення на загальну систему. Перехід на

зпрошену систему оподаткування та повернення на загальну систему оподаткування відбувається за заявою суб'єкта підприємницької діяльності у строки, визначені чинним законодавством.

Групи платників єдиного податку представлені в табл. 12.5.

Таблиця 12.5

**Групи платників єдиного податку**

Критерії	Фізичні особи – підприємці			Юридичні особи	Фізичні особи	Юридичні особи
	Група 1	Група 2	Група 3	Група 4	Група 5	Група 6
Граничний обсяг доходу протягом звітного року, грн.	150000	1000000	3000000	5000000	20000000	20000000
	Якщо річний дохід фізичної особи підприємця не перевищує 150000 грн., вона має право обрати будь-яку з груп: 1, 2 чи 3, враховуючи при цьому наявність найманих працівників і види діяльності					
	Якщо річний дохід фізичної особи – підприємця перевищує 1000000, то навіть за умови відсутності найманих працівників і дотримання критерію по видах діяльності вона може бути включена тільки до 3 групи платників єдиного податку					
Максимальна кількість найманих працівників	Не використовують найману працю	10 одночасно	20 одночасно	50 (середньо-облікова чисельність)	Обмеження відсутні	
		При розрахунку загальної кількості осіб, які перебувають у трудових відносинах з фізичною особою єдино платником, не враховуються наймані працівники, які знаходяться у відпустці по вагітності і пологах, а також у відпустці по догляду за дитиною до досягнення нею передбаченого законодавством віку		При розрахунку середньооблікової чисельності робітників варто скористатися Інструкцією № 286		
Види діяльності	Роздрібний продаж товарів з торгових місць на ринках та/або надання побутових послуг населенню	1. Надання послуг платникам єдиного податку і населенню, окрім посередницьких послуг з купівлі, продажу, оренди і оцінки нерухомості. 2. Виробництво і/або продаж товарів (при цьому статус покупця не має значення). 3. Діяльність у сфері ресторанного господарства (статус покупця не має значення)		Будь-які види діяльності, окрім недозволених ПКУ платникам єдиного податку		

Джерело: складено авторами на основі Податкового кодексу

Виключення становлять фізичні особи-підприємці, які надають посередницькі послуги з купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого

майна (група 70.31 КВЕД ДК 009:2005) ( va375202-05 ), а також здійснюють діяльність з виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння. Такі фізичні особи – підприємці належать виключно до третьої або п'ятої групи платників єдиного податку, якщо відповідають вимогам, встановленим для таких груп.

При розрахунку загальної кількості осіб, які перебувають у трудових відносинах з платником єдиного податку – фізичною особою, не враховуються наймані працівники, які перебувають у відпустці у зв'язку з вагітністю і пологами та у відпустці по догляду за дитиною до досягнення нею передбаченого законодавством віку.

Не можуть бути платниками єдиного податку, суб'єкти господарювання (юридичні особи та фізичні особи – підприємці), які здійснюють:

- 1) діяльність з організації, проведення азартних ігор;
- 2) обмін іноземної валюти;
- 3) виробництво, експорт, імпорт, продаж підакцизних товарів (крім роздрібного продажу паливно-мастильних матеріалів в ємностях до 20 літрів та діяльності фізичних осіб, пов'язаної з роздрібним продажем пива та столових вин);
- 4) видобуток, виробництво, реалізацію дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, у тому числі органогенного утворення (крім виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння);
- 5) видобуток, реалізацію корисних копалин, крім реалізації корисних копалин місцевого значення;
- 6) діяльність у сфері фінансового посередництва, крім діяльності у сфері страхування, яка здійснюється страховими агентами, визначеними Законом України "Про страхування", сюрвейєрами, аварійними комісарами та аджастерами, визначеними розділом III Податкового кодексу;

7) діяльність з управління підприємствами;

8) діяльність з надання послуг пошти (крім кур'єрської діяльності) та зв'язку (крім діяльності, що не підлягає ліцензуванню);

9) діяльність з продажу предметів мистецтва та антикваріату, діяльність з організації торгів (аукціонів) виробами мистецтва, предметами колекціонування або антикваріату;

10) діяльність з організації, проведення гастрольних заходів.

Також платниками єдиного податку не можуть бути фізичні особи – підприємці, які:

- здійснюють технічні випробування та дослідження (група 74.3 КВЕД ДК 009:2005) (va375202-05 ), діяльність у сфері аудиту;

- фізичні особи – підприємці, які надають в оренду земельні ділянки, загальна площа яких перевищує 0,2 гектара, житлові приміщення та/або їх частини, загальна площа яких перевищує 100 квадратних метрів, нежитлові приміщення (споруди, будівлі) та/або їх частини, загальна площа яких перевищує 300 квадратних метрів;

– фізичні особи-нерезиденти.

Також платниками єдиного податку не можуть стати особи з урахуванням наступних обмежень:

– страхові (перестрахові) брокери, банки, кредитні спілки, ломбарди, лізингові компанії, довірчі товариства, страхові компанії, установи накопичувального пенсійного забезпечення, інвестиційні фонди і компанії, інші фінансові установи, визначені законом; реєстратори цінних паперів;

– суб'єкти господарювання, у статутному капіталі яких сукупність часток, що належать юридичним особам, які не є платниками єдиного податку, дорівнює або перевищує 25 відсотків;

– представництва, філії, відділення та інші відокремлені підрозділи юридичної особи, яка не є платником єдиного податку;

– суб'єкти господарювання, які на день подання заяви про реєстрацію платником єдиного податку мають податковий борг, крім безнадійного



податкового боргу, що виник внаслідок дії обставин непереборної сили (форс-мажорних обставин).

Платники єдиного податку повинні здійснювати розрахунки за відвантажені товари (виконані роботи, надані послуги) виключно в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій).

*Особливості визначення доходів у платників єдиного податку*

1) для фізичної особи – підприємця – дохід, отриманий протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій); матеріальній або нематеріальній формі. При цьому до доходу не включаються отримані такою фізичною особою пасивні доходи у вигляді процентів, дивідендів, роялті, страхові виплати і відшкодування, а також доходи, отримані від продажу рухомого та нерухомого майна, яке належить на праві власності фізичній особі та використовується в її господарській діяльності;

2) для юридичної особи – будь-який дохід, включаючи дохід представництв, філій, відділень такої юридичної особи, отриманий протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій); матеріальній або нематеріальній формі.

При продажу основних засобів юридичними особами – платниками єдиного податку дохід визначається як різниця між сумою коштів, отриманою від продажу таких основних засобів, та їх залишковою балансовою вартістю, що склалася на день продажу.

До суми доходу платника єдиного податку включається вартість безоплатно отриманих протягом звітного періоду товарів (робіт, послуг).

До суми доходу платника єдиного податку третьої групи, який є платником податку на додану вартість, та платника єдиного податку четвертої та шостої груп за звітний період також включається сума кредиторської заборгованості, за якою минув строк позовної давності.

До суми доходу платника єдиного податку четвертої та шостої груп за звітний період включається вартість реалізованих протягом звітного періоду

товарів (робіт, послуг), за які отримана попередня оплата (аванс) у період сплати інших податків і зборів.

Датою отримання доходу платника єдиного податку є дата надходження коштів платнику єдиного податку у грошовій (готівковій або безготівковій) формі, дата підписання платником єдиного податку акта приймання-передачі безоплатно отриманих товарів (робіт, послуг). Для платника єдиного податку третьої групи, який є платником податку на додану вартість, та платника єдиного податку четвертої та шостої груп датою отримання доходу є дата списання кредиторської заборгованості, за якою минув строк позовної давності.

Для платника єдиного податку четвертої та шостої груп датою отримання доходу також є дата відвантаження товарів (виконання робіт, надання послуг), за які отримана попередня оплата (аванс) у період сплати інших податків і зборів, визначених Податковим кодексом.

У разі здійснення торгівлі товарами або послугами з використанням торговельних автоматів чи іншого подібного обладнання, що не передбачає наявності реєстратора розрахункових операцій, датою отримання доходу вважається дата вилучення з таких торговельних апаратів та/або подібного обладнання грошової виручки.

*До складу доходів не включаються:*

- 1) суми податку на додану вартість;
- 2) суми коштів, отриманих за внутрішніми розрахунками між структурними підрозділами платника єдиного податку;
- 3) суми фінансової допомоги, наданої на поворотній основі, отриманої та поверненої протягом 12 календарних місяців з дня її отримання, та суми кредитів;
- 4) суми коштів цільового призначення, що надійшли від Пенсійного фонду та інших фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування, з бюджетів або державних цільових фондів, у тому числі в межах державних або місцевих програм

5) суми коштів (аванс, передплата), що повертаються покупцю товару (робіт, послуг) – платнику єдиного податку та/або повертаються платником єдиного податку покупцю товару (робіт, послуг), якщо таке повернення відбувається внаслідок повернення товару, розірвання договору або за листом-заявою про повернення коштів;

6) суми коштів, що надійшли як оплата товарів (робіт, послуг), реалізованих у період сплати інших податків і зборів, встановлених Податковим кодексом, вартість яких була включена до доходу юридичної особи при обчисленні податку на прибуток підприємств або загального оподаткованого доходу фізичної особи – підприємця;

7) суми податку на додану вартість, що надійшли у вартості товарів (виконаних робіт, наданих послуг), відвантажених (поставлених) у період сплати інших податків і зборів, встановлених Податковим кодексом;

8) суми коштів та вартість майна, внесені засновниками або учасниками платника єдиного податку до статутного капіталу такого платника;

9) суми коштів у частині надмірно сплачених податків і зборів, встановлених Податковим кодексом, та суми єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, що повертаються платнику єдиного податку з бюджетів або державних цільових фондів;

10) дивіденди, отримані платником єдиного податку – юридичною особою від інших платників податків, оподатковані в порядку, визначеному Податковим кодексом.

#### *Ставки єдиного податку*

Ставки єдиного податку встановлюються у відсотках (фіксовані ставки) до розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітного) року, та у відсотках до доходу (відсоткові ставки) (табл. 12.6).

## Ставки єдиного податку

Фізичні особи-підприємці			Юридичні особи	Фізичні особи-підприємці	Юридичні особи
1 група	2 група	3 група	4 група	5 група	6 група
Розмір звичайної ставки					
В межах 1-10% від мінімальної заробітної плати на 1 січня поточного року	В межах 2-20% від мінімальної заробітної плати на 1 січня поточного року	3% – від доходу при сплаті ПДВ; 5% – від доходу при включенні ПДВ до складу єдиного податку		5% доходу у разі сплати ПДВ, 7% доходу – у разі включення ПДВ до складу єдиного податку	
Розмір підвищеної ставки					
	15%		6% – від доходу при сплаті ПДВ; 10% – від доходу при включенні ПДВ до складу єдиного податку	15% (до суми, що перевищує 20 млн. грн.)	14 % або 20% (до суми, що перевищує 20 млн. грн.)

Джерело: складено авторами на основі Податкового кодексу

Податковим (звітним) періодом для платників єдиного податку першої групи є календарний рік. Податковим (звітним) періодом для платників єдиного податку другої – шостої груп є календарний квартал.

Податковий (звітний) період починається з першого числа першого місяця податкового (звітного) періоду і закінчується останнім календарним днем останнього місяця податкового (звітного) періоду.

Платники єдиного податку першої і другої груп сплачують єдиний податок шляхом здійснення авансового внеску не пізніше 20 числа (включно) поточного місяця. Такі платники єдиного податку можуть здійснити сплату єдиного податку авансовим внеском за весь податковий (звітний) період (квартал, рік), але не більш як до кінця поточного звітного року.

Нарахування авансових внесків для платників єдиного податку першої і другої груп здійснюється органами державної податкової служби на підставі заяви такого платника єдиного податку щодо розміру обраної ставки єдиного

податку, заяви щодо періоду щорічної відпустки та/або заяви щодо терміну тимчасової втрати працездатності.

Платники єдиного податку третьої – шостої груп сплачують єдиний податок протягом 10 календарних днів після граничного строку подання податкової декларації за податковий (звітний) квартал.

Платники єдиного податку першої і другої груп, які не використовують працю найманих осіб, звільняються від сплати єдиного податку протягом одного календарного місяця на рік на час відпустки, а також за період хвороби, підтвердженої копією листка (листоків) непрацездатності, якщо вона триває 30 і більше календарних днів.

Платники єдиного податку звільняються від обов'язку нарахування, сплати та подання податкової звітності з таких податків і зборів:

- 1) податку на прибуток підприємств;
- 2) податку на доходи фізичних осіб у частині доходів (об'єкта оподаткування), що отримані в результаті господарської діяльності фізичної особи та оподатковані згідно з цією главою;
- 3) податку на додану вартість з операцій з постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України, крім податку на додану вартість, що сплачується фізичними особами та юридичними особами, які обрали ставку єдиного податку, визначену підпунктом 1 підпункту 293.3.1 пункту 293.3 або підпунктом 1 підпункту 293.3.2 пункту 293.3 статті 293 Податкового кодексу;
- 4) земельного податку, крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються ними для провадження господарської діяльності;
- 5) збору за провадження деяких видів підприємницької діяльності;
- 6) збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства.

### **Література**

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV зі змінами від 11.03.2007. [Електронний ресурс] – режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Податковий кодекс України: від 02.12.2010 № 2755-VI. [Електронний

ресурс] – режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

3. Гребельник О. П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності / Гребельник О. П. – К., 2005.

4. Данілов О. Д., Паєнтко Т. В. Податковий менеджмент у запитаннях і відповідях [навчальний посібник]. – К. : Комп'ютерпрес, 2010. – 218 с.

5. Данілов О. Д., Паєнтко Т. В. Фінанси підприємств у запитаннях і відповідях [навчальний посібник]. – К. : ЦУЛ, 2011. – 256 с.

6. Данілов О.Д., Паєнтко Т.В. Податкова система у запитаннях і відповідях [навчальний посібник]. – К. : ДКС центр, 2013. – 294 с.

7. Проблеми розвитку податкової політики та оподаткування : Монографія / За заг. ред. проф. Ю. Б. Іванова. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 448 с.

8. Соколовська А. М. Основи теорії податків : навч. посібник / А. М. Соколовська. – К. : Кондор, 2010. – 326 с.

9. Тищенко О. М. Державне регулювання оподаткування в Україні / О. Тищенко, М. Кизим, Л. Біляєвська-Плотник [монографія]. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2011. – 236 с.

### **Тести для самоконтролю**

#### **1. Ставки податків та пільги можуть встановлюватись:**

- а) відповідно до Законів України про оподаткування;
- б) відповідно до законів України про оподаткування та Закону України про Державний бюджет на відповідний рік;
- в) Податковим кодексом України;
- г) органами державної і місцевої влади на власний розсуд.

#### **2. Місцеві податки та збори це:**

- а) податки і збори, що запроваджуються державою в окремих регіонах;
- б) обов'язкові платежі, що встановлюються органами місцевого самоврядування відповідно до законодавства та справляються в межах

відповідних адміністративно-територіальних одиниць і зараховуються до їх бюджетів;

в) будь-які податки, що запроваджуються місцевими органами самоврядування;

г) податки, які місцеві органи влади можуть встановлювати за власним бажанням.

### **3. За економічним змістом податки і збори поділяються на:**

а) загальнодержавні та місцеві;

б) прямі та непрямі;

в) розкладні та квотарні;

г) на майно і доходи.

### **4. До місцевих податків належать:**

а) податок на нерухоме майно;

б) фіксований сільськогосподарський податок;

в) плата за землю;

г) податок на рекламу.

### **5. Що таке податки:**

а) фіскальні інструменти держави;

б) обов'язкові платежі, які формують фінансові ресурси держави;

в) обов'язкові платежі за допомогою яких регулюються фінансові потоки;

г) обов'язкові платежі платників податків на користь держави.

### **6. Які податки належать до місцевих?**

а) єдиний податок;

б) фіксований сільськогосподарський податок;

в) плата за землю;

г) податок на рекламу.

**7. Хто не може увійти до складу платників податків?**

- а) підприємство;
- б) фізична особа-підприємець;
- в) районна державна адміністрація;
- г) фізична особа-громадянин.

**8. Які збори належать до місцевих?**

- а) збір за забруднення навколишнього природного середовища;
- б) збір за право використання місцевої символіки;
- в) збір за першу реєстрацію транспортного засобу;
- г) туристичний збір;

**9. Тверді ставки встановлюються:**

- а) в натуральному виразі на одиницю оподаткування в натуральному обчисленні;
- б) в регресії на одиницю оподаткування в натуральному обчисленні;
- в) в прогресії на одиницю оподаткування в натуральному обчисленні;
- г) в грошовому виразі на одиницю оподаткування в натуральному обчисленні.

**10. Пропорційні процентні податкові ставки:**

- а) це єдині ставки, що залежать від розміру об'єкта оподаткування;
- б) це тверді ставки, що не залежать від розміру об'єкта оподаткування;
- в) це єдині ставки, що не залежать від розміру об'єкта оподаткування;
- г) це тверді ставки, що залежать від розміру об'єкта оподаткування.

**11. Прямі податки встановлюються:**

- а) безпосередньо щодо платників, їх розмір залежить від масштабів об'єкта оподаткування;
- б) безпосередньо щодо платників, їх розмір не залежить від масштабів



об'єкта оподаткування;

в) безпосередньо щодо платників, їх розмір залежить від масштабів об'єкта оподаткування до 1000 грн.;

г) безпосередньо щодо платників, їх розмір залежить від масштабів об'єкта оподаткування до 100000 грн.

## **12. Непрямі податки встановлюються:**

а) в цінах послуг, їх розмір для окремого платника прямо залежить від його доходів;

б) в цінах товарів, їх розмір для окремого платника прямо не залежить від його доходів;

в) в цінах товарів і послуг, їх розмір для окремого платника прямо залежить від його доходів;

г) в цінах товарів і послуг, їх розмір для окремого платника прямо не залежить від його доходів.

## **13. За економічним змістом об'єкта оподаткування податки поділяються:**

а) на три групи: податки на доходи, споживання і автотранспорт;

б) на три групи: податки на доходи, споживання і будівлі;

в) на дві групи: податки на доходи і майно;

г) на три групи: податки на доходи, споживання і майно.

## **Питання для поглибленого вивчення теми**

1. Які податки відносяться до непрямих?
2. У чому полягає специфіка справляння ПДВ?
3. Які операції оподатковуються акцизним податком?
4. Що таке мито і які операції ним оподатковуються?
5. Якими податками оподатковуються доходи від підприємницької діяльності?
6. Які особливості справляння податку на прибуток?

7. Яким чином в Україні оподатковується майно?
8. У чому полягає сутність оподаткування землі в Україні?
9. Як оподатковуються власники транспортних засобів в Україні?
10. Хто може скористатися перевагами спрощеної системи оподаткування?
11. Які існують групи платників єдиного податку?
12. За якими ставками справляється єдиний податок.

## **Задачі і ситуації**

### ***Ситуація 1***

Отримано кошти від покупця останній день місяця. Податкову накладну з попередньої оплати виписано датою останнього дня місяця., але зареєстровано у Єдиному державному реєстрі першим числом наступного місяця. Чи можна покупцю включити цю податкову накладну до податкового кредиту місяця, в якому перераховано кошти?

***Відповідь.*** Право на податковий кредит у покупця виникає за правилом першої події – дата списання коштів з поточного рахунку. Пунктом 201.10 Податкового кодексу та пунктом 6 Порядку № 969 передбачено, що продавець зобов'язаний видати податкову накладну, яка відповідно до пункту 11 підрозділу 2 розділу XX Податкового кодексу підлягає реєстрації у Єдиному реєстрі податкових накладних, тільки після такої реєстрації. Відсутність факту реєстрації податкової накладної продавцем не дає права покупцю на включення сум ПДВ до податкового кредиту та не звільняє продавця від обов'язку включення суми ПДВ до суми податкових зобов'язань за відповідний звітний період.

У разі порушення продавцем порядку реєстрації податкових накладних в Єдиному реєстрі покупець має право додати до податкової декларації за звітний період заяву зі скаргою на такого постачальника, яка є підставою для включення сум податку до складу податкового кредиту (п. 201.10 Податкового кодексу).

### ***Ситуація 2***

*Обґрунтуйте, чи можна включати до витрат суми податків і зборів, сплачених наперед?*

***Відповідь.*** Відповідно до пп. 138.5.1 Податкового кодексу датою здійснення витрат, нарахованих платником податку у вигляді сум податків та зборів, вважається останній день звітного податкового періоду, за який проводиться нарахування податкового зобов'язання з податку та збору, тому до витрат можна включити лише суми, нараховані за відповідний звітний період.

### ***Ситуація 3***

У результаті поділу одного підприємства утворилося два. Майнові права та обов'язки поділили за розподільним балансом. Новоствореному підприємству передано активи й зобов'язання пропорційно його внеску статутного фонду. Обґрунтуйте чи є така операція об'єктом оподаткування ПДВ? При обґрунтуванні необхідно використати норми Податкового та Господарського кодексів України.

### ***Ситуація 4***

Обґрунтуйте, чи може новостворене підприємство бути платником ПДВ у місяці його реєстрації і взяття на облік як платника податків.

### ***Ситуація 5***

Обґрунтуйте, чи потрібно міняти свідоцтво платника ПДВ при зміні розташування офісу без зміни реєстрації юридичної особи.

### **Приклад 1**

Підприємство за звітний період відвантажило продукції вітчизняному покупцеві на 360 тис. грн., у т.ч. ПДВ, оплата за неї надійде у наступному місяці. Також підприємство відвантажило вітчизняному покупцеві продукції на 120 тис. грн., у т.ч. ПДВ, продукція була оплачена у минулому місяці. На експорт підприємство відвантажило 150 агрегатів М-200 по ціні 120 євро за штуку. Курс євро 10,5 грн. Розрахувати податкове зобов'язання по ПДВ.

**Розв'язування:** Відповідно до правила першої події до складу податкових зобов'язань по ПДВ звітного періоду потрапить операція із постачання продукції, за яку оплата надійде у наступному податковому періоді (відповідно до правила першої події).

Також до складу податкових зобов'язань (за ставкою 0%) потрапить операція із відвантаження продукції на експорт. Загальна сума податкових зобов'язань з ПДВ у звітному періоді складе:

$$\text{ПДВ}_{\text{зоб}} = 150 \times 120 \times 10,5 \times 0\% + 360000 \times 20\% / 120\% = 60\,000 \text{ (грн.)}$$

## Приклад 2

За звітний місяць підприємство здійснило наступні операції:

- надійшла передоплата за товар, який буде відвантажено у наступному місяці – 140000 грн. з ПДВ;
- відвантажена продукція на суму 60 000 грн. з ПДВ, оплата за яку надійде у наступному місяці;
- відвантажена продукція на експорт 70000 євор, курс євро 10,50 грн. за 1 євро.
- закуплені матеріали для використання у господарській діяльності – 60000 грн. з ПДВ;
- оплачено комунальні послуги та електроенергію – 12000 грн. з ПДВ;
- оплачено оренду виробничих приміщень – 28000 грн. з ПДВ;
- перераховано передоплату за товари – 24000 грн. з ПДВ.

Розрахувати ПДВ до сплати в бюджет.

### ***Розв'язування:***

Розраховуємо податкове зобов'язання:

$$ПДВ_{зоб} = \frac{140000 \times 20\% + 60000 \times 20\% + 70000 \times 10,50 \times 0\%}{120\%} = 33333,33 \text{ грн.}$$

Розраховуємо податковий кредит:

$$ПДВ_{кред} = \frac{60000 \times 20\% + 12000 \times 20\% + 28000 \times 20\% + 24000 \times 20\%}{120\%} = 20666,67 \text{ грн.}$$

Розраховуємо ПДВ до сплати в бюджет:

$$ПДВ = 33333,33 - 20666,67 = 12666,66 \text{ грн.}$$

### **Приклад 3**

В Україну ввозиться легковий автомобіль з об'ємом циліндра дизельного двигуна 2500 куб. см. Ставка акцизного податку 0,15 євро за 1 куб. см. Офіційний курс євро на перший день поточного кварталу – 10,25 грн. Офіційний курс євро на день подання ВМД – 10,50 грн. Розрахувати суму акцизного податку.

### ***Розв'язування:***

$$\text{Сума акцизного податку} = 2500 \times 0,15 \times 10,50 = 3937,50 \text{ грн.}$$

### **Приклад 4**

Підприємство імпортувало товари вартістю 45000 дол. США, курс долара 8,20 грн., мито – 6400 грн., митні збори – 800 грн. Розрахувати митну вартість.

### ***Розв'язування:***

$$МВ = 45000 \times 8,20 + 6400 + 800 = 376200 \text{ грн.}$$

### **Приклад 5**

Обчислити норму амортизаційних відрахувань на придбане нове устаткування, первісна вартість якого становить 5000 тис. грн. Ліквідаційна вартість прогнозується на рівні 5 % балансової (повної) вартості, а нормативний термін експлуатації – 8 років.

**Розв'язування:**

1. Визначаємо ліквідаційну вартість устаткування:

$$Вл = 5000 \times 5\% = 250 \text{ (тис. грн.)}$$

2. Визначаємо норму амортизаційних відрахувань:

$$Na = 1 - \sqrt[8]{\frac{250}{5000}} = 1 - 0,83 = 0,17$$

$$Na = 1 - \sqrt[8]{(250/5000)} = 1 - 0,83 = 0,17 \text{ або } 17\%.$$

**Приклад 6**

Визначити річну суму амортизаційних відрахувань прямолінійним методом, якщо термін корисного використання основних фондів складає 18 років, первісна вартість основних фондів – 80 000 тис. грн. Ліквідаційна вартість – 5 000 тис. грн.

**Розв'язування:**

1. Визначаємо вартість, що підлягає амортизації:

$$В = Вп - Вл = 80\,000 - 5\,000 = 75\,000 \text{ (тис. грн.)}$$

2. Визначаємо річну суму амортизаційних відрахувань:

$$\sum A = \frac{75\,000}{18} = 4\,166,67 \text{ (тис.грн)}$$

**Приклад 7**

За звітний квартал підприємство здійснило наступні операції:

- вироблено 100000 шт комплектів по ціні 120 грн. без ПДВ, реалізовано 60%;
- надійшли дивіденди від нерезидента – 12000 грн.;
- надійшла безповоротна фінансова допомога від засновника – 150000 грн.;
- закуплені матеріали для виробництва комплектів – 8000000 грн. з ПДВ;
- сплачено за оренду складу за звітний квартал – 18000 грн. з ПДВ;
- нараховано і виплачено заробітну плату робітникам – 180000 грн.;
- нараховано і сплачено єдиний соціальний внесок – 68400 грн.;

- нараховано заробітну плату адміністрації – 120000 грн.;
- єдиний соціальний внесок на заробітну плату адміністрації – 45600 грн.;
- сплачено за інтернет – 2400 грн.;
- оплата послуг зв'язку – 2800 грн.

На початок місяця підприємство не мало залишків матеріалів та готової продукції. Визначити суму податку на прибуток до сплати в бюджет.

***Розв'язування:***

Розрахуємо доходи:

$$Д = 100000 \times 120 \times 0,6 + 12000 + 150000 = 7362000 \text{ грн.}$$

Розрахуємо собівартість реалізованої продукції:

$$СВ = \frac{8000000 \times 100\% \times 0,6}{120\%} + \frac{18000 \times 100\%}{120\%} + 180000 + 68400 = 4263400 \text{ грн.}$$

Розрахуємо інші доходи:

$$ІД = 120000 + 45600 + 2400 + 2800 = 170800 \text{ грн.}$$

Розраховуємо оподатковуваний прибуток:

$$ОП = 7362000 - 4263400 - 170800 = 2927800 \text{ грн.}$$

Розраховуємо податок на прибуток (ставка у 2012 р. 21%):

$$ПІІ = \frac{2927800 \times 18\%}{100\%} = 527004 \text{ грн.}$$

**Задача 1**

Підприємство реалізувало 500000 штук сигарет з фільтром. Ставка акцизного податку в перерахунку на одну сигарету – 0,09621 грн. Ставка акцизного податку у відсотках до обороту – 25%. Оборот від реалізації за максимальними роздрібними цінами складає 8000 грн. Мінімальне акцизне податкове зобов'язання по акцизному податку від реалізації сигарет з фільтром – 160,35 грн. за 1000 штук.

**Задача 2**

За звітний період на підприємстві відбулися наступні операції:

1. Витрати на ремонт основних засобів – 10000 грн. без ПДВ, балансова вартість основних засобів на початок року – 150000 грн.
2. Сплачені штрафи за рішенням суду – 1500 грн.
3. Сплачені штрафи за невчасно подані декларації по податках – 1700 грн.
4. Нарахована заробітна плата робітникам – 18000 грн.
5. Витрати на відрядження, підтверджені відповідними документами – 20000 грн.
6. Витрати, не підтверджені документально – 1800 грн.
7. Витрати на придбання матеріалів 250000 грн. з ПДВ, з яких 25% було використано на виробництво реалізованої у звітному періоді продукції.

Розрахувати суму витрат, які будуть враховані при визначенні податку на прибуток.

### **Задача 3**

Виробниче підприємство за звітний період понесло наступні витрати (без ПДВ):

- матеріали, передані у виробництво і прямо пов'язані з виробництвом реалізованих товарів – 125000 грн.;
- вартість зворотних відходів при використанні таких матеріалів – 4000 грн.;
- заробітна плата робітників виробничого цеху – 8000 грн.;
- аудиторські послуги – 3500 грн.;
- послуги банку – 700 грн.;
- послуги зв'язку – 150 грн.

На початок звітного періоду не було залишків незавершеного виробництва і готової продукції. Всі виготовлена у звітному періоді продукція була реалізована у тому ж періоді. Розрахувати собівартість реалізованої продукції.

### **Задача 4**

Розрахувати ПДВ до сплати в бюджет, якщо відбулися наступні



операції:

– реалізовано продукції на суму 456000 грн. з ПДВ;

– реалізовано продукції, яка не підлягає оподаткуванню – 16000 грн. з ПДВ;

– реалізовано продукції на експорт на суму 179000 грн.

– імпортовано матеріали для використання у господарській діяльності на суму 48000 дол. США, мито 6000 грн. ПДВ сплачено на митниці.

– придбано матеріальні цінності у резидента для використання у господарській діяльності на суму 76000 грн. з ПДВ;

– придбано легковий автомобіль для використання у господарській діяльності – 78000 грн. з ПДВ;

– придбано автотранспортний засіб – 20000 грн. з ПДВ;

– придбано матеріальні цінності для використання у господарській діяльності вартістю 12000 грн. без ПДВ.

За минулий звітний податковий період значення ПДВ до сплати в бюджет було від’ємним і становило – 12600 грн.

### **Задача 5**

Підприємство є платником єдиного податку по ставці 5%. У звітному році воно надало послуги нерезиденту у сумі 20000 євро. Акт виконаних робіт підписаний 21 березня поточного року. Нерезидент оплатив послуги 10 квітня поточного року. Курс НБУ на 21 березня – 10,30 грн за 1 євро; 10 квітня – 11,2 грн. за 1 євро. У травні підприємство отримало на поточний рахунок дивіденди від юридичної особи нерезидента у сумі 12000 грн. У червні підприємство повернуло 38000 грн. фінансової допомоги, яка була отримана у вересні минулого року. У червін підприємство отримало на поточний рахунок внески засновників до статутного капіталу у сумі 150000 грн. Розрахувати суму єдиного податку за 1-й і 2-й квартали.

**А**

**Авуари** - 1) активи, якими здійснюються платежі (готівка, чеки, векселі, перекази, акредитиви), або ліквідна частина банківських активів (поточні рахунки, депозити, цінні папери); 2) грошові кошти банку в іноземній валюті, що знаходяться на так званих кореспондентських рахунках у закордонних банках (загальна сукупність таких коштів усіх банків країни становить її іноземні авуари); 3) вклади приватних осіб і організацій у банках.

**Агент** - посередник між покупцями і продавцями, який у комерційній діяльності виконує також функції брокера, дилера тощо; діє за дорученням і від імені іншої особи в рамках агентської угоди за певну винагороду.

**Акредитив** - платіжний документ, за яким кредитна установа дає розпорядження іншій кредитній установі негайно сплатити пред'явнику акредитива певну суму грошей за рахунок спеціально заброньованих коштів шляхом заповнення акредитивного листа.

**Акціонерне товариство** - форма організації господарських об'єднань, що базується на залученні грошових коштів за рахунок емісії і продажу акцій; компанія, яка створена юридичними особами, має статутний фонд, поділений на певну кількість акцій однакової номінальної вартості, і відповідає за своїми зобов'язаннями лише майном товариства.

**Акціонерний капітал** - основний капітал акціонерного товариства, що створюється за рахунок випуску акцій. Розрізняють акціонерний капітал: статутний - записаний (зафіксований) у статуті; передплатний - акумульований передплатою акцій; сплачений - фактично внесений під час передплати.

**Акціонування** - одна з форм приватизації державної власності шляхом перетворення її в акціонерну і передачі господарських функцій від держави акціонерним товариствам як безпосереднім товаровиробникам.

**Акція** - один з видів цінних паперів, що засвідчує участь її власника у формуванні статутного фонду акціонерного товариства і дає право на отримання відповідної частки прибутку у формі дивіденду. Акції

випускаються іменними і на пред'явника; можуть бути звичайними (простими) і привілейованими, засновницькими; акціями трудового колективу підприємств і акціонерних товариств.

**Арбітраж** - порядок розгляду і вирішення суперечок господарського характеру, що виникають між суб'єктами підприємницької діяльності. Усі суперечки такого характеру розглядає Вищий арбітражний суд України, ухвала якого є остаточною і обов'язковою для обох сторін.

**Асоціація (союз, спілка)** - найпростіша форма договірної об'єднання підприємств та інших підприємницьких структур з метою постійної координації господарської діяльності.

**Асоціації (союзи, спілки)** не мають права втручатися у виробничу і комерційно-фінансову діяльність будь-яких їх учасників (членів). За кількістю членів вони бувають меншими, ніж союзи та спілки. Останні можуть створюватися і на загальнодержавному рівні (наприклад, Український союз промисловців і підприємців - УСПП).

**Аудиторська служба (аудит)** - спеціалізована фірма, яка перевіряє стан фінансово-господарської діяльності акціонерних товариств, комерційних банків та інших суб'єктів ринкової економіки на основі укладених з ними угод. Така організація може виконувати не лише контрольні, а й консультативні функції, обслуговувати як вітчизняні підприємницькі структури, так і міжнародні компанії та спільні підприємства (за наявності філій або відділень аудиторської фірми за кордоном).

**Аукціон** - спосіб продажу товарів через прилюдний торг у заздалегідь визначений час у певному місці. До товарів, що виставляються на аукціонний продаж, належать конкретні товари, нерухомість, цінні папери, кредитні ресурси, валюта. Пропоновані на аукціон товари мають певну стартову ціну, а їх аукціонний продаж здійснюється партіями або лотами. Крім добровільних, можуть проводитися так звані примусові аукціони. Останні організують судові органи або органи влади з метою продажу майна неплатоспроможних боржників (банкрутів), реалізації безгосподарного майна, що перейшло державі за правом успадкування або в результаті конфіскації.

**Аукціонатор** - власник товару, який виставлено на аукціонний продаж.

**Аукціонер** - потенційний покупець того товару, що виставляється на прилюдний торг на аукціоні.

**Аукціоніст** - орган (особа), що організовує і проводить аукціон з продажу (реалізації) певних товарів.

## Б

**Банкрутство** - встановлена в судовому порядку фінансова (боргова) неспроможність підприємницьких структур (підприємств, компаній, банків тощо), припинення ними платежів за борговими зобов'язаннями, внаслідок чого вони втрачають право самостійно управляти та розпоряджатися своїм майном. Це право переходить до осіб, які призначені для управління майном боржника і примусової ліквідації підприємства або іншої підприємницької структури. Претензії кредиторів з моменту банкрутства тих чи інших організаційних утворень пред'являються до осіб, які займаються ліквідацією збанкрутілих структур, і задовольняються в конкурсному порядку на основі діючого законодавства.

**Бартер** - форма натурального товарообміну, за якої певна кількість одного або кількох товарів (видів продукції) обмінюється на еквівалентну за ціною кількість іншого товару, але на безгрошовій основі.

**Бізнес** - будь-яка економічна діяльність в умовах ринкової системи господарювання, що приносить власнику певний зиск (прибуток).

**Бізнес-план** - розроблений у письмовій формі документ, що всебічно висвітлює суть і перспективи будь-якого пропонованого комерційного заходу (зокрема інноваційного, інвестиційного або іншого проекту) та подається потенційному інвестору з метою переконати його в ефективності інвестування.

**Боніфікація** - процес регулювання ринкової ціни встановленням певної надбавки до неї під час формування умов договору (контракту) між партнерами у бізнесі.

**Брокер** - посередник при укладанні угод між продавцями та покупцями

товарів (цінних паперів, валюти тощо). Брокери працюють на товарних і фондових біржах, отримуючи за свою діяльність певну винагороду у вигляді обумовленого заздалегідь від собівартості проданого товару або виплати фіксованої суми за продану одиницю товару (цінних паперів, валюти).

## **В**

**Валові інвестиції** - загальний обсяг коштів, інвестованих (вкладених) у нове будівництво господарських об'єктів, придбання засобів виробництва або нарощування товарно-матеріальних запасів за певний період.

**Валюта** - 1) грошова одиниця певної країни та її тип; 2) грошові знаки іноземних держав, що використовуються в міжнародних розрахунках; 3) національна (міжнародна, регіональна) грошова розрахункова одиниця та платіжні кошти (наприклад, ЕКЮ-умовна міжнародна розрахункова одиниця країн-членів ЄЕС). Залежно від країни-емітента грошових коштів розрізняють національну й іноземну валюту, а залежно від режиму використання конвертовану (повністю чи частково) і неконвертовану.

**Валютна біржа** - організаційно оформлений регулярний ринок, на якому відбувається торгівля валютою на основі попиту і пропонування. Нині валютні операції, як правило, зосереджені у великих банках. В Україні функціонує Українська міжбанківська валютна біржа (УМВБ), що постійно здійснює торги іноземною валютою за її поточним ринковим курсом стосовно національної грошової одиниці. Операції з купівлі та продажу валюти безпосередньо на біржі мають право здійснювати тільки її члени, які діють від свого імені і за свій рахунок чи за рахунок своїх клієнтів. Членами валютної біржі можуть бути комерційні банки, що мають ліцензії на проведення валютних операцій. Для купівлі або продажу валюти фізичними особами в Україні існує широка мережа пунктів для обміну валют за їх ринковим курсом.

**Вексель** - письмове боргове зобов'язання встановленої форми, що дає його власнику (векселетримачу) право вимагати від боржника (векселедавця) сплати зазначеної у векселі суми грошей. Простий вексель виписується та

підписується боржником.

**Переказаний вексель (тратта)** оформляється кредитором (трасантом) і є наказом боржнику (трасату) про сплату у зазначений строк визначеної суми грошей іншій особі (ремітенту).

**Венчурні підприємства** – «ризикові» фірми, що здійснюють комерційну апробацію науково-технічних новинок. До них належать, як правило, малі і середні фірми наукомістких галузей економіки.

**Виробнича кооперація** - форма співробітництва, за якої закінчений виробничий цикл здійснюється всіма співпрацюючими партнерами, а кожний з них виконує лише свою частку робіт щодо виробництва певних конструктивних елементів (деталей, вузлів, складальних одиниць) і складання готових виробів.

**Внутрішня норма дохідності** - один з важливих показників оцінки ефективності інвестицій. Він характеризує рівень їх дохідності, що виражається дисконтною ставкою, за якою майбутня вартість грошового потоку повинна бути приведена до теперішньої вартості інвестованих коштів.

## Г

**Грошовий потік** - основний показник, що характеризує ефект інвестицій у вигляді повернених інвестору грошових коштів. Величина грошового потоку складається з чистого прибутку та суми амортизаційних відрахувань від вартості матеріальних і нематеріальних активів фірми.

**Гудвіл** - різниця між ринковою та індексованою балансовою вартістю фірми (компанії). Вартість гудвіла характеризує не відображені у балансі нематеріальні активи у вигляді репутації фірми, завойованих нею маркетингових позицій на ринку, відпрацьованості внутрішньої технології діяльності та інших невідчутних активів, здатних давати додатковий прибуток. У зарубіжній практиці вартість гудвіла часто зазначається у річному балансі фірми.

## Д

**Демпінг** - продаж товарів на зовнішніх ринках за цінами, нижчими за витрати виробництва.

**Депозити** - 1) грошові суми, внесені на зберігання у кредитні установи (банки), на які вкладникам (юридичним і фізичним особам) виплачується певний відсоток; 2) цінні папери (акції, облігації), внесені на зберігання у кредитні установи; 3) внески на сплату митних зборів і в адміністративні органи.

**Депозитний сертифікат** - письмове свідоцтво банку про депонування грошових коштів, що засвідчує право вкладника на одержання депозитів. Розрізняються депозитні сертифікати до запитання і строкові. Перші дають право власнику отримати певну суму грошей після пред'явлення депозитного сертифіката. На других зазначається строк внеску і розмір належного відсотка.

**Державний контракт** - письмовий документ, що засвідчує намір (бажання) держави в особі вповноважених Кабінетом Міністрів України галузевих і функціональних міністерств У країни, державних комітетів та прирівняних до них інших інституціональних утворень закупити на певних умовах конкретні обсяги продукції для поповнення державних резервів і забезпечення споживачів, потреби яких фінансуються за рахунок державного бюджету.

**Державний фонд зайнятості** - спеціальний фонд для фінансування заходів, пов'язаних безпосередньо з діяльністю центрів зайнятості населення (проведення профорієнтації, професійного навчання вивільнених працівників і безробітних, виплата тимчасової допомоги по безробіттю; надання безвідсоткової позики безробітним для започаткування підприємницької діяльності; оплати праці працівників служб зайнятості населення). Він формується за рахунок асигнувань з бюджетів різного рівня, внесків суб'єктів підприємницької діяльності і добровільних пожертвувань громадських організацій, окремих фізичних осіб та іноземних громадян і фірм.

**Диверсифікація виробництва** - одночасний розвиток кількох або багатьох не пов'язаних технологічно видів виробництва й обслуговування,

розширення асортименту продукуваних виробів і (або) послуг, що дає можливість фірмі забезпечувати відносну фінансову стабільність, оскільки тимчасові збитки від нерентабельних виробів можуть перекриватися прибутком від інших видів продукції.

**Дилери** - юридичні або фізичні особи (посередницькі структури), які здійснюють перепродаж товарів від свого імені та за власний рахунок. Вони отримують певний прибуток, що формується як різниця між ціною продажу і ціною придбання товару дилером. Відповідно до особливих умов дилерського договору дилери можуть надавати замовникам інформацію стосовно кон'юнктури ринку, послуги рекламного характеру, а також здійснювати післяпродажне обслуговування технічних виробів.

**Директорування** - інтегрований вид управлінської діяльності, що складається з трьох компонентів: мотивації, лідерства, комунікації. Мотивація - процес спонукання працівників до спільних погоджених дій, спрямованих на досягнення цілей фірми. Лідерство - активна форма формального і неформального впливу на певні групи (колективи) людей для реалізації місії підприємства чи організації. Комунікацією вважаються міжособистісне спілкування, обмін необхідною для управління інформацією.

**Дисконтна ставка** - ставка відсотка, за якою майбутня вартість грошей приводиться до теперішньої їхньої вартості, тобто відбувається процес дисконтування.

**Дисконтування** - метод приведення майбутньої вартості грошей до їхньої теперішньої вартості (вартості поточного періоду).

**Дистриб'ютори** - посередники, які спеціалізуються на придбанні товарів безпосередньо у виробників і реалізації (розподілі) цих товарів постійним клієнтам. Розрізняють два типи дистриб'юторів: перший - дистриб'ютори товарів промислового призначення, їх партнерами є підприємці, що продукують готову для споживання продукцію; другий - ті, які продають товари роздрібній мережі.

**Ділова етика (етика підприємництва)** - сукупність певних принципів, правил і норм господарської поведінки підприємців (бізнесменів). Вона є



водночас моральною та економічною категорією. До загальноприйнятих етичних норм бізнесу належать: досягнення найвищої продуктивності і найбільшого прибутку без завдання шкоди довкіллю, здійснення чесної (за встановленими правилами) конкуренції; дотримання принципу "техніка для людини, а не навпаки"; використання таких форм участі працівників фірми у її справах, які сприяють зміцненню почуття відповідальності; орієнтація на матеріальні інтереси, дотримуючись морально-етичних принципів поведінки.

**Діловодство** - специфічна діяльність зі створення документів (документування) та організації роботи з документами (рух, пошук, зберігання). У великих фірмах діловодством займається окремий структурний підрозділ - канцелярія.

**Договір (контракт, угода)** - форма закріплення партнерських зв'язків, а саме: предмета договору, взаємних прав і обов'язків, наслідків порушення домовленостей.

**Договірна ціна** - ціна, що встановлюється за згодою партнерів (продавців і покупців) з урахуванням основних ринкових чинників.

**Договір поставки** - офіційна угода між партнерами (підприємствами, організаціями) на поставку виготовлювачем покупцю продукції в установленій термін належного асортименту та якості зі своєчасною оплатою споживачем.

**Договір поручительства** - договір, що укладається між трьома сторонами (поручителем, кредитором і боржником) та є доповненням до кредитного договору. Поручитель зобов'язується відповідати перед кредитором так само, як і боржник; він повинен протягом зазначеного періоду після настання строку платежу відшкодувати кредитору несплачену боржником суму.

**Договір про спільну діяльність** - нескладний документ господарського призначення, згідно з яким організовується спільна діяльність без створення для цієї мети юридичної особи. Такий договір фактично свідчить про створення простого товариства, учасники якого об'єднують майно і зусилля задля досягнення загальної господарської або іншої мети. У ньому істотною є

умова щодо здійснення учасниками майнових або грошових внесків, що стають загальною пайовою власністю.

**Дотація** - державна виплата, яка надається в безповоротному порядку тій або іншій підприємницькій структурі, що зазнала економічної скрути за об'єктивних причин.

## Е

**Емітенти** - органи організаційно-економічного управління народним господарством країни, що випускають в обіг гроші (у готівковій і безготівковій формах), акції, облігації, скарбничі векселі та інші цінні папери. В Україні емітентами грошових знаків та цінних паперів є Національний банк України, комерційні й інвестиційні банки, фірми (підприємства, компанії, організації).

**Ефект** - результат, що у кінцевому підсумку очікується або фактично досягається за рахунок здійснення інвестицій. Він може виражатись у додатковій сумі товарообігу (обсягу продажу), валового або чистого доходу (прибутку), грошового потоку тощо.

**Ефективність** - кількісне співвідношення показників результатів (ефекту) і витрат на їх (його) досягнення. В інвестиційній діяльності основним показником результатів є абсолютна величина приведенного грошового потоку, а витрат - обсяг інвестованого капіталу. Ефективність інвестиційного портфеля характеризує формування і використання вартості цінних паперів (акцій, облігацій, ощадних та інвестиційних сертифікатів) за критеріями поточної дохідності або зростання власного капіталу за умови певного рівня підприємницького ризику.

**Ефективність реальних інвестицій** - поняття, що характеризує різнобічну дохідність інвестування. Для оцінки ефективності реальних інвестицій можна використовувати такі основні показники: 1) чистий приведений дохід; 2) індекс дохідності; 3) період окупності; 4) внутрішню норму дохідності.

**Застава** - один із способів забезпечення зобов'язань майном (рухомим і нерухомим), яке може бути продане з аукціону в разі невиконання боржником узятих зобов'язань. Під заставу видаються різнонапрямлені кредити.

**Зовнішнє середовище** - зовнішні умови та чинники здійснення підприємницької діяльності, що не залежать від фірми (підприємства, організації), але мають бути обов'язково враховані нею (ним) у розробці стратегії її (його) розвитку, бізнес-плану тощо.

**Зустрічна закупівля (паралельний бартер)** - торгівля за одним або кількома контрактами (договорами), кожний з яких повинен бути сплачений негайно, але з наступною закупівлею певного товару на відповідну суму. У цьому випадку операції оплати і закупівлі розмежовані у часі.

**Зустрічні векселі** - векселі, за якими дві особи (юридичні або фізичні) виступають стосовно одна одної як кредитори та позичальники.

## I

**Імідж** - формування і підтримання сталого позитивного враження клієнтів (покупців) і комерційних контрагентів від товару (послуг) та підприємства (підприємця), що виготовляє і реалізує цей товар. Високий імідж, як правило, оцінюється через гудвіл, тобто рівень репутації фірми, завойованих нею маркетингових позицій на ринку, відпрацьованості внутрішньої технології діяльності та інших нематеріальних її активів.

**Інвестиції** - сукупність витрат, що реалізують довгострокові вкладення капіталу в різні галузі економіки і сфери діяльності; всі види майнових та інтелектуальних цінностей, які вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту.

**Інвестиційна діяльність** - сукупність практичних дій фізичних та юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій.

**Інвестиційна компанія** - різновид кредитно-фінансових інституцій, що

акумулюють грошові кошти приватних інвесторів за допомогою емісії власних цінних паперів (зобов'язань), а також вкладення цих коштів у акції і облігації у власній країні та за кордоном. Така компанія купує, тримає і продає цінні папери з метою одержання прибутку на вкладений капітал.

**Інвестиційна політика** - комплекс господарсько-управлінських рішень її суб'єктів (держави, юридичних і фізичних осіб), що визначає конкретні спрямування інвестицій, заходи щодо їхнього нагромадження та використання у пріоритетних і економічно вигідних сферах діяльності (створення і модернізація основних засобів; поповнення до нормативного рівня оборотних коштів; науково-технічна продукція; інтелектуальні цінності тощо).

**Інвестиційна привабливість фірми** - інтегрована фінансово-економічна оцінка тієї чи іншої фірми як потенційного об'єкта інвестування. Використовується інституціональними та індивідуальними інвесторами для визначення доцільності й ефективності вкладення власного капіталу.

У сучасній практиці господарювання застосовується двоаспектний підхід до оцінки інвестиційної привабливості діючої фірми. Перший аспект передбачає встановлення і оцінку конкретної стадії життєвого циклу фірми, а другий - аналітичну оцінку фінансово-економічного її стану. Інвестиційне привабливими вважаються фірми, що знаходяться на перших чотирьох (з можливих шести) стадіях розвитку: 1) "народження"; 2) "дитинство"; 3) "юність"; 4) "рання зрілість"; 5) "остаточна зрілість"; 6) "старіння". Безпосередня оцінка інвестиційної привабливості фірми як об'єкта інвестування здійснюється за допомогою конкретних розрахунків показників оборотності та ліквідності активів, прибутковості капіталу і фінансової її стійкості.

**Інвестиційна програма** - окрема частина реалізованого інвестиційного портфеля фірми. Як правило, інвестиційна програма охоплює певну кількість інвестиційних проектів, що повинні бути реалізовані у найближчі роки.

**Інвестиційна стратегія** - формування системи довгострокових цілей

інвестиційної діяльності фірми та вибір найефективніших шляхів їх досягнення.

**Інвестиційний менеджмент** - процес управління всіма аспектами інвестиційної діяльності фірми (підприємства, організації).

**Інвестиційний портфель** - сформований фірмою перелік об'єктів реального (виробничого) і фінансового інвестування з урахуванням її інвестиційних цілей.

**Інвестиційний проект** - об'єкт реального інвестування, намічений до реалізації у формі придбання або введення в дію нових, технічно переозброєних, розширених, реконструйованих виробничо-майнових (іншого призначення) комплексів підприємницької діяльності. Сутнісно-змістова характеристика інвестиційного проекту подається у розробленому бізнес-плані: стисла - в його резюме; повна (детальна) - в окремих його розділах.

**Інвестиційний сертифікат** - цінний папір, що випускається в обіг тільки інвестиційним фондом чи інвестиційною компанією та дає право його власнику на отримання доходу у вигляді дивідендів.

**Інвестиційний фонд** - юридична особа, що заснована як акціонерне товариство та здійснює діяльність виключно у сфері спільного інвестування. Інвестиційні фонди, як правило, бувають закритого і відкритого типу.

**Інвестор** - суб'єкт інвестиційної діяльності, який приймає рішення щодо вкладення власних, позичених або залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування.

**Індекс дохідності** - співвідношення грошового потоку й інвестиційних коштів; один з основних показників, за якими визначається ефективність (доцільність) інвестицій.

**Інкасо** - банківська операція стягнення банком з боржника грошей за розрахунковими документами від імені й за дорученням своїх клієнтів. За виконання такої операції банк бере комісійні у встановленому розмірі.

**«Інкубатори»** - спеціалізовані організації (центри розвитку бізнесу і підприємництва, регіональні технологічні та інноваційні центри при університетах та інших вузах, науково-дослідних організаціях тощо), що

допомагають новостворюваним організаційним утворенням інноваційного бізнесу на стадіях започаткування і становлення. Діяльність "інкубаторів" переважно охоплює наукове консультування та попередню експертизу інноваційних проектів, фінансову підтримку через державні субсидії, венчурний капітал і власні кошти спонсорів, формування позитивного гудвіла.

**Інноваційна модель підприємництва** - уявний процес підприємницької діяльності, що передбачає активне використання нових управлінських рішень задля постійного зростання економічної та соціальної ефективності господарювання. За цією моделлю підприємництва господарські дії базуються переважно на досягненнях науково-технічного й організаційного прогресу. Вони охоплюють ретельне вивчення зовнішнього підприємницького середовища з метою пошуку найбільш ефективних технічних, організаційних, економічних і соціальних рішень, аналіз можливостей конкурентів, практичну реалізацію завдань (проблем) згідно з вибраною концепцією дій.

**Іноземні інвестиції** - довгострокові вкладення капіталу закордонними власниками в різні галузі економіки, реалізація вивозу підприємницького капіталу у країни-реципієнти, створення за кордоном філій або дочірніх підприємств, спільних підприємницьких структур. Іноземні інвестиції бувають прямі та портфельні. До прямих інвестицій належать вкладення капіталу, що забезпечують контроль інвестора над закордонними фірмами (підприємствами, організаціями), а до портфельних - вкладення капіталу в акції закордонних підприємств (без придбання контрольного пакета), облігації та інші цінні папери іноземних держав.

**Інтенсифікація ринку** - організаційно-економічні зусилля підприємства, спрямовані на зміцнення своїх позицій на певному ринку здійсненням провідної стратегії маркетингу. Інтенсифікація ринку може реально проводитись за допомогою двох форм (захисту, експансії) і трьох методів (проникнення на ринок, розвиток ринку, територіальна експансія). Захист - це спосіб проникнення на ринок за рахунок удосконалення продукції та

використання цінових факторів. Експансія - це активне просування на провідний ринок нових товарів. Метод (спосіб) проникнення на ринок означає агресивний ринковий захід для істотного збільшення обсягу продажу певного товару. Метод розвитку ринку здійснюється активним маркетингом продукту з одночасним входженням у нові ринкові сегменти. Територіальна експансія пов'язана з активним виходом на нові географічні ринки збуту власних товарів.

**Іпотечний кредит** - довгострокові позички, що надаються під заставу нерухомості - землі та будівель виробничого і житлового призначення. Такий кредит надають переважно спеціалізовані іпотечні банки. Неповернення заборгованості у строк призводить до втрати нерухомості позичальником.

## К

**Капітал** - сукупність матеріальних і грошових коштів, а також інтелектуальних здобутків, використовуваних у процесі виробництва та інших сферах діяльності з метою отримання прибутку. У більш вузькому значенні - активи фірми (підприємства) за мінусом її зобов'язань (заборгованості).

**Капітал акціонерного товариства** - сукупність індивідуальних капіталів, об'єднаних через емісію та розміщення акцій і облігацій; він є власним стартовим капіталом акціонерного товариства і може збільшуватись за рахунок капіталізації певної частки отримуваного фірмою (підприємством) прибутку та додаткової емісії цінних паперів. Капітальні вкладення - інвестиції у відтворення основних засобів і на приріст матеріально-виробничих запасів. Вони є реальними (виробничими) інвестиціями і здійснюються у формі нового капітального будівництва, технічного переозброєння, реконструкції та розширення діючих виробничих об'єктів і об'єктів соціальної інфраструктури фірми (підприємства, організації).

**Кліринг** - система безготівкових розрахунків за товари, цінні папери та надані послуги заліком взаємних вимог. Розрізняють внутрішній (міжбанківський) та міжнародний (валютний) кліринг. При застосуванні

клірингу банки приймають до оплати чеки та інші платіжні документи не тільки своїх клієнтів, а й клієнтів інших банків. Міжбанківські клірингові розрахунки здійснюються через спеціальні клірингові (розрахункові) палати, центральний (національний) банк або великі комерційні банки, а між відділеннями одного банку - через кліринговий відділ головної контори. Сьогодні кліринг широко використовується на товарних і фондових біржах, у міжнародних розрахунках.

**Класична модель підприємництва** - уявна сукупність організаційно-економічних заходів, орієнтованих на максимально ефективне використання наявних ресурсів підприємства. Схема підприємницьких дій за цією моделлю досить проста та чітко окреслена: оцінка наявних ресурсів; вивчення (аналіз) можливостей досягнення поставленої мети; вибір і використання такої можливості, що зможе забезпечити максимальну віддачу від наявних ресурсів. Ця модель, як правило, не застосовується у чистому вигляді, частіше вона поєднується з інноваційною моделлю підприємництва.

**Коефіцієнт загальної ліквідності** - один з важливих показників, що характеризує ступінь покриття поточних зобов'язань за рахунок поточних активів. Він обчислюється діленням поточних активів на загальну суму короткострокових зобов'язань. Якщо у чисельнику поставимо не загальну суму поточних активів, а лише так звані швидко ліквідні активи (розрахунки з дебіторами, грошові кошти та інші оборотні активи), то обчислений таким способом показник можна назвати коефіцієнтом термінової ліквідності. Він доповнює показник загальної ліквідності, оскільки показує якісний склад коштів, що використовуються для покриття поточних зобов'язань. Коефіцієнти загальної та термінової ліквідності вважаються нормальними, якщо дорівнюють відповідно 2 і 1. За умови зростання цих коефіцієнтів ступінь (рівень) ліквідності активів підвищується.

**Коефіцієнт фінансової незалежності** - ступінь незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Він обчислюється як відношення загальної суми власного капіталу до загальної величини балансових (власних і позичених) коштів. Практика господарювання



переконує, що загальна сума заборгованості не повинна перевищувати величини власних джерел фінансування; значення коефіцієнта фінансової незалежності повинне бути більше 0,5; за такої умови фінансування діяльності підприємницької структури за рахунок залучених коштів здійснюється в допустимих межах.

**Командитне товариство (з франц. - товариство на вірі)** - вид господарської організації, що включає (поряд з учасниками, які несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном) одного або кількох учасників, відповідальність яких обмежується внеском у майно товариства.

**Комерційна триангуляція («трикутник»)** - одна з форм співробітництва (партнерських зв'язків) у сфері товарообміну, за якої у здійсненні бартерних операцій можуть брати участь не дві, а три чи більше сторін, якщо цього вимагає пошук необхідних видів (груп) товарів.

**Комерційний кредит** – це здобуття у власність грошей або речей, що мають загальні родові ознаки.

**Комівояжери** - це підприємці-посередники, які не просто продають, а й доставляють товари покупцям. Комівояжерські функції виконують роз'їзні представники торговельних фірм, які пропонують покупцям товари за наявними зразками. З практики господарювання відомо, що вони можуть забезпечувати ефективну рекламу, а також здійснювати післяпродажне технічне обслуговування реалізованої продукції.

**Комісіонери-агенти-оптовики**, які самостійно розпоряджаються товаром, беручи його на комісію. За здійснення комісійних операцій встановлюється винагорода як певний відсоток від суми торгової операції або різниці між призначеною комітентом ціною і фактичною продажною ціною.

**Комітент** - сторона в угоді комісії, яка доручає іншій стороні (комісіонеру) за винагороду комісійний продаж товарів, валюти та цінних паперів. Угода між комісіонером і комітентом укладається в інтересах та за рахунок комітента.

**Компенсаційна угода (операція)** - домовленість про бартер, але з

можливим частковим погашенням заборгованості грошима чи цінними паперами.

**Конверсія підприємства** - істотне (іноді повне) перепрофілювання підприємства на виробництво іншої продукції під впливом докорінної зміни ринкового середовища або глобальних чинників розвитку економіки. У сучасних умовах господарювання конверсійні процеси широко здійснюються на підприємствах (в організаціях) військово-промислового комплексу України у зв'язку з різким скороченням народногосподарської потреби в його продукції.

**Конверсія цінних паперів (з лат. - перетворення, зміна)** - обмін акцій або облігацій одного типу на цінні папери іншого типу, що емітовані тією самою компанією чи різними підприємницькими структурами в межах країни. До таких фінансових операцій належить, наприклад, здійснювана в Україні заміна компенсаційних сертифікатів на приватизаційні майнові, а останніх - на інвестиційні сертифікати або акції приватизованих підприємств.

**Конкурентоспроможність продукції** - це сукупність споживчих властивостей виробу, що характеризують його відмінність від виробу-конкурента за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам і з урахуванням витрат на виготовлення цього виробу. Показник конкурентоспроможності продукції обчислюється як співвідношення її інтегрованого технічного вимірника та аналогічного параметра конкуруючого виробу; якщо це співвідношення є більшим за одиницю, то такий виріб має конкурентні переваги, тобто є конкурентоспроможним на ринку (вітчизняному чи світовому). Конкурентоспроможність товарів можна також визначати за ціновими показниками і прибутковістю.

**Консалтинг** - консультативна діяльність щодо широкого кола питань і проблем розвитку та підвищення ефективності підприємництва. Така діяльність за певну (обумовлену договором) винагороду може здійснюватися як індивідуальними консультантами, так і спеціалізованими організаціями.

**Консигнація** - вид торгово-посередницьких послуг, коли посередник (у даному випадку - консигнант) реалізує товар із власного складу на основі

договору-доручення. Діяльність консигнанта, який має власні складські приміщення і одночасно є покупцем-оптовиком, полягає у тому, що він бере товари на відповідальне зберігання з наступною їх реалізацією, але при цьому зобов'язується не продати, а лише запропонувати продукцію можливному покупцеві за першої нагоди. В основному консигнація поширена у сфері оптових поставок окремих партій товарів у роздрібну мережу.

**Консорціум** - тимчасове статутне об'єднання промислового і банківського капіталу для реалізації певної підприємницької ідеї та досягнення загальної мети (здійснення спільного інноваційно-інвестиційного чи іншого господарського проекту). Консорціуми можуть бути не лише національні (міжгалузеві), а й міжнародні (для прикладу можна назвати Міжнародний консорціум супутникового зв'язку).

**Контрольний пакет акцій** - частка акцій, що зосереджена в руках одного власника і дає можливість здійснювати фактичний контроль за діяльністю акціонерного товариства. Теоретично він повинен становити понад 50 % суми випущених акцій, але на практиці може бути меншим, оскільки не всі акціонери мають право голосу та можливість брати участь у загальних зборах.

**Концерн** - організаційна форма статутного об'єднання різногалузевих підприємницьких структур, що характеризується органічним поєднанням власності та контролю з використанням (найчастіше) принципу диверсифікації виробництва. Суб'єкти господарювання, що інтегруються в концерн, втрачають свою економічну самостійність. У сучасних умовах спостерігається тенденція до збільшення кількості міжнародних концернів.

**Кореспондентський рахунок** - рахунок для обліку розрахунків, що їх виконує одна кредитна установа за дорученням і на кошти іншої на підставі укладеного кореспондентського договору. В Україні існують кореспондентські розрахунки між комерційними банками, Національним банком і комерційними банками. Окремі банки можуть мати кореспондентські відносини з іноземними банками. За домовленістю між банками-кореспондентами за ведення кореспондентських рахунків (відкриття,

закриття, списання, зарахування коштів тощо) можуть стягуватися комісійні. Це залежить від характеру взаємовідносин між банками, активності використання рахунків і рівня залишків коштів на них.

**Корпоратизація** - процес перетворення у відкриті акціонерні товариства державних підприємств, закритих акціонерних товариств, певна частка статутного фонду, що належить державі, об'єднань і підприємств зі змішаною формою власності, в яких є державне майно. Мета її полягає у реформуванні управління державним сектором економіки та підготовці до приватизації.

**Корпорація (з лат. - об'єднання, співтовариство)** - 1) товариство, союз, група осіб, які об'єднуються добровільно за ознакою спільності (однаковості) професійних або групових інтересів; 2) широко використовувана форма акціонерного товариства. В Україні корпораціями вважають договірні об'єднання, створювані за принципом суміщення виробничих, наукових і комерційних інтересів з делегуванням окремих повноважень кожним з його членів централізованому керівництву.

**Котирування** - встановлення курсів іноземних валют, цінних паперів, цін на біржові товари відповідно до чинних законодавчих норм та усталеної практики.

**Кредит** - позичка на певний строк у грошовій або товарній формі на умовах повернення і сплати відсотка за користування. Існують три форми кредиту - банківський, державний, комерційний. Банківський кредит надається банками у грошовій формі підприємствам і організаціям, населенню (переважно індивідуальним підприємцям), державі. Особливою формою є державний кредит, коли позичальником виступає держава чи місцеві органи влади, а кредит полягає у випуску державних цінних паперів (облігацій) і використовується для покриття частки державних видатків. Комерційний кредит надається одним підприємством іншому у вигляді продажу товарів з відстрочкою платежу; він обслуговує лише обіг товарів і оформлюється векселем.

**Кредитна лінія** - згода банку (надається фірмі-позичальнику) здійснювати надання позик у майбутньому в розмірах, що не перевищують

обумовлені заздалегідь межі.

## Л

**Лізинг** - договір на право користування устаткуванням та іншим майном на основі орендних відносин. Найпоширенішими об'єктами лізингу є устаткування, транспортні засоби, технології, ліцензії, "ноу-хау", програмні продукти тощо. Вартість лізингу формується за рахунок регулярних платежів, що охоплюють амортизаційні відрахування і відсотки за кредит.

**Ліквідність активів** - здатність активів фірми до використання їх як безпосередніх засобів платежу або до швидкого їх перетворення у грошову форму без втрати поточної (реальної) вартості.

**Ліцензія** - дозвіл, що надається державними органами юридичним і фізичним особам на здійснення певних видів суспільно корисної діяльності, у тому числі зовнішньоекономічної.

**Ліцензування** — видача, переоформлення та анулювання ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов, а також розпорядження про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування.

**Ломбарди** - кредитні установи, що позичають гроші під заставу рухомого майна (предметів особистого користування і домашнього вжитку). Позики видаються на строк до трьох місяців у розмірі до 75 % суми оцінки заставлених речей і до 90 % - виробів з дорогоцінних металів. Оцінка предметів, що здаються на зберігання чи під заставу для отримання позики, встановлюється за домовленістю сторін (виробів з дорогоцінних металів - за державними розцінками).

**Лот** - неподільна партія товарів, що виставляється на аукціон; одиниця торговельних угод на біржах (наприклад 100 акцій).

## М

**Мале підприємство** - підприємство (фірма, організація) з невеликою

кількістю штатного персоналу. В Україні малими вважаються підприємства: у промисловості і будівництві - з чисельністю персоналу до 200; в інших галузях виробничої сфери - до 50; у науці та науковому обслуговуванні - до 100; у галузях невиробничої сфери - до 25; у роздрібній торгівлі - до 15 осіб.

**Маркетинг** - система організації діяльності фірми у процесі товарного відтворення, що включає комплексне вивчення ринку, планування асортименту продукуваних товарів, здійснення певної політики цін, рекламу і стимулювання збуту, управління реалізацією та післяпродажним сервісом продукції.

**Менеджери-наймані** працівники, фахівці з управління певними видами підприємницької діяльності, які належать до керівного складу фірм, компаній, фінансових установ і банків, їх структурних підрозділів і наділяються виконавчою владою.

**Менеджмент** - сукупність певних організаційно-економічних методів управління всіма стадіями та видами адекватних процесів і явищ на рівні різних суб'єктів господарювання. Залежно від охоплення основних видів діяльності підприємницьких структур розрізняють менеджмент: науково-технічного й організаційного прогресу, маркетинговий, інвестиційний, виробничий, фінансовий, торговельний тощо.

**Метод ідеалізації** - один з методів творчого пошуку підприємницької ідеї, що базується на ініціюванні уявлення про ідеальне вирішення проблеми, що може підказати новий спосіб її практичного вирішення.

**Метод інверсії** - метод пошуку підприємницької ідеї, що передбачає специфічні інверсійні підходи до вирішення нової проблеми (повернути "догори ногами", "вивернути" на протилежний бік, поміняти місцями тощо).

**Метод колективного блокнота** - метод, що поєднує індивідуальне висунення підприємницької ідеї з колективною її оцінкою. При цьому кожний учасник процесу пошуку підприємницької ідеї отримує спеціальний блокнот, в якому викладено сутність вирішуваної проблеми. Протягом певного часу (наприклад, одного місяця) кожний учасник обговорення записує у блокнот власні ідеї щодо вирішення проблеми. Потім керівник групи учасників

узагальнює нагромаджену інформацію, організовує творчу дискусію, за результатами якої! приймають відповідне рішення.

**Метод контрольних запитань** - метод пошуку нової підприємницької ідеї, сутність якого полягає у тому, щоб за допомогою певних блоків контрольних запитань ініціювати розв'язання обговорюваної проблеми і стимулювати думку респондентів.

**Метод конференції ідей** - метод пошуку нової підприємницької ідеї, який за своєю сутністю схожий на метод "мозкового штурму", але відрізняється від нього тим, що допускає доброзичливу критику (репліки або коментарі), яка спрямовує висунуті ідеї у потрібному напрямі.

**Метод "мозкового штурму"** - один з найбільш ефективних методів пошуку нової підприємницької ідеї, який полягає у співпраці певної групи спеціалістів проведенням колективної дискусії з конкретного кола питань. У ході такої дискусії жодні критичні коментарі не допускаються, а кожний учасник має право висунути найфантастичнішу ідею.

**Метод морфологічного аналізу** - метод пошуку підприємницької ідеї, що заснований на застосуванні комбінаторики, тобто дослідженні можливих варіантів, виходячи із закономірностей побудови (морфології) об'єкта, що підлягає вивченню та аналізу. Комбінуванням можливих варіантів намагаються окреслити різні рішення стосовно нових підприємницьких ідей.

**Метод фокальних об'єктів** - один з результативних методів пошуку нової підприємницької ідеї, який полягає у перенесенні ознак випадково визначених об'єктів на об'єкт, що потребує вдосконалення. Останній знаходиться у "фокусі" перенесення і тому названий фокальним. При цьому може виникнути кілька варіантів виконання завдання. Такий метод дає порівняно добрі результати за пошуків нових модифікацій відомих технічних ідей, зокрема розробки й освоєння виробництва нових товарів.

**Міжнародна підприємницька діяльність** - це спільний бізнес у сфері практичної реалізації форм міжнародних економічних відносин, її можна трактувати як науково-технічну, виробничу, торговельну, сервісну та іншу співпрацю (бізнесову діяльність) суб'єктів господарювання двох або більше

країн. До основних суб'єктів міжнародної підприємницької діяльності (бізнесу) належать фізичні та юридичні особи, інституціональні і добровільні об'єднання останніх, міжнародні організації. За рівнем інтернаціоналізації розрізняють такі форми міжнародного бізнесу: 1) окремі зовнішньоекономічні операції (експортно-імпортні, лізинг, посередницькі послуги); 2) різноманітна промислова кооперація - науково-технічна, виробнича, сервісна; 3) спільне підприємництво (спільні підприємства, ліцензування, управління за контрактами); 4) комплекс територіально-виробничих і багатосторонніх міжнародних зв'язків (прикордонна та прибережна торгівля, спільні вільні економічні зони, формування консорціумів, реалізація концесійних угод тощо).

**Моніторинг-постійний** нагляд за різнонапрямленою діяльністю суб'єктів господарювання і підприємництва. Першочергову увагу приділяють моніторингу фінансово-виробничої та екологічної діяльності окремих суб'єктів господарювання.

## Н

**Нематеріальні активи** - цінності, які не є фізичними об'єктами, але мають вартісну оцінку (патенти, ліцензії, "ноу-хау", товарні знаки тощо) та є в розпорядженні підприємства (фірми).

**«Ноу-хау»** - сукупність різних знань науково-технічного, виробничого, організаційного, економічного і правового характеру; дослідних даних (інформації) щодо певної технології, професійної діяльності фірми, що не стали загальновідомим надбанням, не запатентовані, не захищені правами промислової (інтелектуальної) власності і через це належать, як правило, до комерційної таємниці.

## О

**Об'єкти інвестування** - реальні інвестиційні проекти, об'єкти нерухомості, різноманітні фінансові інструменти (насамперед інструменти фондового ринку), що є предметом інвестування.



**Оборотний капітал (оборотні активи)** - сукупність коштів фірми, вкладених в оборотні фонди та фонди обігу, що забезпечують безперервний процес виробничо-господарської і комерційної діяльності та повністю споживаються протягом виробничого циклу. До оборотних активів належать: виробничі запаси; незавершене виробництво; витрати майбутніх періодів; готова продукція; відвантажена, але не оплачена продукція; кошти в розрахунках; грошові кошти на рахунках у банках і в касі. Загальний обсяг оборотного капіталу формується з власних оборотних активів і позичених (залучених) оборотних коштів.

**Одноосібне володіння** - підприємство, власником якого є фізична особа або сім'я. Вона отримує певний прибуток (дохід), але несе весь тягар господарського ризику від ведення власного бізнесу.

**Онкольний кредит** - короткостроковий кредит, що повертається позичальником на першу вимогу банку. Він надається комерційними банками, як правило, під заставу векселів, облігацій, інших цінних паперів і товарів; погашається позичальником з попередженням за 2-7 діб. За онкольними кредитами плата за кредит нижча, ніж за строковими позичками.

**Опціон** - договірне зобов'язання купити або продати товар за наперед визначеною ціною у межах узгодженого періоду. В обмін на отримання такого права покупець опціону виплачує продавцю певну суму премії. Ризик покупця обмежується розміром цієї премії, а ризик продавця зменшується на величину цієї премії.

**Організаційна структура управління** - це форма системи управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів (виробничих і управлінських підрозділів). У практиці господарювання застосовують кілька типових структур управління: лінійну, функціональну, лінійно-функціональну, програмно-цільову (проектного управління, впровадження нововведень, матричну).

**Організаційною основою** найбільш поширеної лінійно-функціональної системи управління є лінійна підпорядкованість виконавців і керівників відповідних рангів; для кваліфікованої допомоги лінійним керівникам

створюються функціональні служби. Організаційні структури проектного управління об'єднують дві основні ланки: 1) групу розвитку (стратегія і наукові дослідження, фінанси та ресурсне забезпечення); 2) проектні групи (розробка і реалізація проектів створення та освоєння нових виробів). Матричні структури інтегрують функціональне і проектне управління, передбачають створення тимчасових проектних груп.

**Оренда** - надання майна в тимчасове користування за певну плату. Відносини орендодавця (власника майна або уповноваженого ним) й орендаря (фізичних або юридичних осіб, спільних підприємств, іноземних держав) засвідчуються договором про оренду. Він визначає: склад майна з його вартісною оцінкою на момент здачі в оренду; строки оренди; розмір орендної плати; обов'язки сторін щодо ремонту і відновлення орендованого майна; форму оренди (звичайна, з наступним викупом). Орендна плата складається з амортизаційних відрахувань і частини прибутку (згідно з договором, але не нижче банківського відсотка).

**Основний капітал (основні активи)** - сукупність грошових коштів фірми, вкладених в основні засоби (технічні засоби виробництва), що тривалий час беруть участь у процесах виробничої і комерційної діяльності та переносять на продукцію (послуги) свою вартість частинами - внаслідок щорічних амортизаційних відрахувань.

**Оферент** - юридична особа (автор оферти), яка подала пропозицію щодо укладання договору та має право брати участь у торгах.

**Оферта (з лат. - запропонований)** - офіційна письмова пропозиція продавця (направлена потенційному покупцю) про продаж партії товару з дотриманням певних умов контракту (угоди). У комерційній практиці розрізняють два види оферти: тверду і вільну. Тверда оферта - письмова пропозиція щодо продажу певної партії то вару, що надсилається оферентом одному можливому покупцю; вільна - надається одночасно кільком можливим покупцям.

**Офсет** - виробничі взаємовідносини, коли продавець зобов'язаний виготовляти товар або складати готовий виріб на місці збуту (в іноземній

державі) чи купувати певні компоненти (деталі та вузли) для даного товару на місці виробництва.

## П

**Партнерство** - юридична форма організації підприємницької діяльності, яка полягає у співробітництві кількох юридичних або фізичних осіб, які беруть участь у діяльності підприємства власним капіталом і особистою працею на основі партнерського договору.

**Партнерські зв'язки** - система договірних відносин, що встановлюються між підприємцями (партнерами) і дозволяють кожному з них досягти очікуваного результату за рахунок обміну результатами своєї діяльності.

**Період окупності інвестицій** - один з показників ефективності інвестицій, що характеризує термін (кількість років або місяців), за який вони повністю окупаються; його розраховують діленням загальної суми інвестицій на середньорічний грошовий потік, приведений до теперішньої вартості.

**Підприємець** - самостійний агент ринку, який діє на свій страх і ризик, під особисту відповідальність за результати бізнесової діяльності. Він завжди є власником певного капіталу і водночас якоюсь мірою менеджером.

**Підприємництво** - ініціативна господарсько-фінансова діяльність суб'єктів різних форм власності в рамках чинного законодавства на свій ризик і під власну фінансову та майнову відповідальність. До основних типів підприємництва належать: малий бізнес, заснований на особистій власності або оренді; спільне і корпоративне підприємництво, що базується відповідно на спільній (колективній) та акціонерній власності.

**Підприємницький договір** - форма волевиявлення сторін стосовно безпосереднього здійснення підприємницької діяльності; він не передбачає (не вимагає) об'єднання підприємців, що домовляються між собою, у певну організаційно-правову форму.

**Підприємницький капітал** - усі грошові витрати, які необхідно здійснити для практичної реалізації підприємницького проекту й отримання

очікуваного економічного ефекту. Він складається з основного та оборотного капіталу (активів).

**Підприємницький ризик** - діяльність підприємця, розрахована на позитивний кінцевий результат (одержання максимально можливого прибутку), але з небезпекою частково або повністю втратити не тільки сподіваний зиск, а й власний капітал за несприятливих економічних обставин.

**Повне товариство** - вид господарської організації, усі учасники якої здійснюють спільну підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном.

**Позика** - передання однією стороною (позикодавцем) у власність іншій стороні (одержувачу позики) грошей або речей на певний строк з оплатою (без оплати) відсотка за користування.

**Посередники** - фізичні або юридичні особи, які представляють на ринку інтереси виробників чи споживачів, не будучи такими. На ринках і біржах посередницькі функції виконують переважно брокери та дилери, тобто фізичні або юридичні особи, які здійснюють купівлю-продаж товарів, цінних паперів, валюти, дорогоцінних металів від свого імені та за рахунок власних фінансових коштів, але за дорученням іншої особи (принципала).

**Поточний рахунок** - рахунок у банку юридичної або фізичної особи, що служить для зберігання коштів і здійснення розрахунків.

**Початковий (стартовий) капітал** - капітал, що вкладається у будь-яку власну справу із самого початку практичної реалізації підприємницького проекту або на початковій стадії підприємницької діяльності взагалі.

**Премія за низьку ліквідність** - додатковий дохід, виплачений (або передбачений до виплати) інвестору з метою відшкодування його ризиків, що зв'язані з низькою ліквідністю об'єктів інвестування. Розмір премії залежить від рівня ліквідності інвестицій.

**Премія за ризик** - додатковий дохід (премія), виплачений (або передбачений до виплати) інвестору за той рівень інвестицій, що перевищує безризиковий. Розмір цієї премії залежить від рівня ризику і визначається за допомогою моделі "лінії надійності ринку".

**Прибутковість інвестицій** - показник, який характеризує відношення середньорічної суми чистого прибутку (балансового прибутку за мінусом обов'язкових платежів із загальної його суми) до обсягу інвестицій. Він відбиває роль прибутку у формуванні загальної дохідності інвестицій.

**Приватизація** - процес трансформації будь-якої форми власності у приватну. У загальному вигляді її можна розглядати як форму роздержавлення, тобто перетворення державної власності в інші форми привласнення. Головна мета приватизації - передача недостатньо ефективних державних підприємств реальним власникам (господарям), які будуть безпосередньо зацікавлені у підвищенні ефективності своєї підприємницької діяльності. Вирішальне значення у реформуванні власності має так звана велика приватизація державних підприємств (корпоратизація, акціонування, створення холдингових компаній тощо).

**Приватні інвестиції** - вкладення фінансових коштів, здійснюване громадянами (фізичними особами) та фірмами недержавних форм власності.

**Принципал** - особа, від імені і на користь якої діє агент (брокер, дилер тощо).

**Принципи підприємництва** - вихідні положення і норми організації підприємницької діяльності. Основні принципи підприємництва наступні:

- 1) вільний вибір сфери діяльності, що приносить достатній зиск (прибуток);
- 2) залучення на добровільних засадах майна та коштів юридичних і фізичних осіб;
- 3) самостійне формування програми виробничої та інших видів діяльності, вибір постачальників ресурсів і споживачів продукції, встановлення цін на товари та послуги;
- 4) вільне наймання працівників і оплата їхньої праці без особливих обмежень;
- 5) вільне розпорядження чистим прибутком;
- 6) самостійне здійснення підприємцями-юридичними особами зовнішньоекономічної діяльності.

**Проектне фінансування** - форма партнерських зв'язків у сфері виробництва, за якої: а) одна із сторін бере на себе зобов'язання фінансувати реалізацію проекту іншого партнера; б) одна сторона, що має власний розроблений проект, пропонує його іншій стороні, реалізує і фінансує. Проте в обох випадках інша сторона має повернути кредит, як правило, у товарній формі (за рахунок частини виробленої продукції після реалізації проекту).

## Р

**Реальні інвестиції** - вкладення капіталу у реальні матеріальні і нематеріальні (інноваційного характеру) активи підприємства. Реальними інвестиціями вважають так звані виробничі інвестиції, або прості капітальні вкладення.

**Реінвестиції** - повторні додаткові вкладення коштів, одержаних як дохід від інвестиційних операцій. Основною метою реінвестицій є одержання підприємницького прибутку, дивіденду або відсотка. Розрізняють реінвестиції фінансові (придбання цінних паперів) і реальні (вкладення в основний та оборотний капітал фірми).

**Реновація** - економічний процес оновлення елементів основних виробничих фондів, що відбуваються внаслідок фізичного (матеріального) спрацьовування та техніко-економічного старіння. Реновація здійснюється заміною ліквідованих елементів основних засобів новими, технічно досконалішими. Витрати на реновацію фінансуються (відшкодовуються) за рахунок амортизаційних відрахувань на повне відновлення основних засобів.

**Рентабельність** - відносний показник ефективності роботи підприємства. У загальному вигляді він обчислюється як співвідношення прибутку і ресурсів (витрат). Рентабельність має кілька модифікацій. Рентабельність застосовуваних (інвестованих) ресурсів залежно від охоплення елементів останніх може визначатися як рентабельність виробничих фондів, сукупних активів, власного (акціонерного) капіталу.

**Рентабельність товарної** (реалізованої) продукції обчислюють як відношення прибутку до повної собівартості загального обсягу відповідної

продукції (товарної або реалізованої). Визначають і аналізують також рентабельність певного виробу (відношення прибутку з одиниці виробу до його собівартості).

**Рефакція** - корекція базисної ціни товару відповідною знижкою, що фіксується у договорі (контракті) як обов'язкова умова.

**Реципієнт** - фізична або юридична особа чи держава, що отримує будь-які інвестиції та інші інвестиційні ресурси. Термін застосовують щодо країн, окремих суб'єктів господарювання, які залучають іноземних інвесторів.

**Ринкова інфраструктура** - сукупність різноманітних суб'єктів сфери обігу, що забезпечує необхідні умови для нормального функціонування ринкової економіки. У ринковій інфраструктурі відокремлюють ринки капіталу, засобів виробництва і праці. Елементами ринку капіталу є фондова біржа, комерційні банки, інвестиційні та інноваційні фонди, брокерські контори, страхові компанії, фонд державного майна, державна комісія з цінних паперів та фондового ринку. Ринок засобів виробництва обслуговують товарні біржі, торговельно-посередницькі фірми, аукціони, ярмарки, державна інспекція з контролю за цінами та стандартами, антимонопольний комітет тощо. Інфраструктуру ринку праці становлять: біржа праці, центри і фонд зайнятості населення, державний фонд сприяння підприємництву, пенсійний фонд, фонди милосердя тощо.

## С

**Санация (оздоровлення)** - система заходів для запобігання банкрутству різних підприємницьких структур (підприємств, банків тощо), що здійснюється способом: 1) злиття підприємств та інших організаційних утворень, що опинились на грані банкрутства, з більш міцними за фінансовим станом; 2) повної або часткової купівлі акцій державою; випуску нових акцій та облігацій; 3) зменшення відсотка по облігаціях і відстрочки їхнього погашення; 4) збільшення банківських кредитів і надання урядових субсидій тощо.

**Селенг** - один з видів позичкових джерел фінансування інвестицій,

сутність якого полягає у передачі (делегуванні) власниками (юридичними та фізичними особами) прав щодо користування і розпорядження їх майном за певну плату. Таким майном можуть бути будівлі, споруди, устаткування, сировина, матеріали, кошти, цінні папери, а також продукти інтелектуальної праці.

**Сертифікат якості** - документ, що підтверджує якість товару відповідно до укладеного договору (контракту). Він містить, як правило, такі відомості: опис товару, поіменованого у договорі чи специфікації; місце і дату відвантаження, транспортні реквізити; кількість місць, вага нетто та брутто; дата виготовлення продукції відповідно до маркірування на ньому.

**Сертифікація продукції** - важливий елемент системи управління якістю продукції, що полягає в її оцінюванні з обов'язковим документальним оформленням - видачею сертифіката. В Україні розрізняють обов'язкову та добровільну сертифікацію. Обов'язкова сертифікація здійснюється тільки в межах державної системи управління суб'єктами господарювання, охоплює в усіх випадках перевірку та випробування продукції з метою визначення її якісних характеристик і відповідності вимогам міжнародних стандартів ІСО серії 9000. Добровільна може здійснюватись на відповідність продукції вимогам, що не є обов'язковими, за ініціативою самих підприємств. Організаційною основою сертифікації виробі в є мережа державних випробувальних центрів з найважливіших видів продукції.

**Спільне підприємство** - форма співробітництва партнерів, які об'єднують капітал для здійснення спільної виробничої діяльності, управління і розподілу прибутку пропорційно вкладеному капіталу. Воно створюється на основі договору кількома юридичними особами різних держав.

**Стартова ціна** - початкова ціна, що встановлюється аукціонатором (власником товару) і аукціоністом (організатором), з цієї ціни розпочинається торг під час проведення аукціону.

**Статут підприємства (фірми)** - письмовий юридичний документ, що розробляється і затверджується його (її) засновниками та регулює всі сторони діяльності. У статуті наводиться повна характеристика всіх напрямів



діяльності підприємства (мета і основні завдання; правова основа діяльності; перелік майна та коштів; взаємовідносини з бюджетом; формування і розподіл прибутку; управління підприємством; реорганізація та припинення діяльності підприємства).

**Статутний капітал** - сукупність матеріальних ресурсів і коштів, що надається засновником у постійне розпорядження підприємства чи організації. Первісний розмір статутного фонду фіксується у статуті підприємства за його заснування та використовується як основне джерело власних коштів для формування основних і оборотних фондів. Сума статутного фонду на початок і кінець звітної періоду відображається в пасиві балансу підприємства (організації) та відповідає залишковій вартості основних засобів і мінімальній потребі в оборотних коштах.

**Стратегія диференціювання** - один із різновидів стратегії зростання фірми через зростання ступеня охоплення ринку. Вона спрямована на встановлення ринкових відносин, за яких фірма буде поставляти на ринок товари, привабливіші для споживачів порівняно з продукцією конкурентів. Така стратегія застосовується у випадку, коли фірма продукує унікальний товар і завдяки цьому може захопити весь ринок, або, принаймні, більшу частку його.

**Стратегія підприємства (фірми)** - комплексна програма дій (заходів), що повинна забезпечити досягнення її численних цілей у передбачуваному тривалому періоді. Формування стратегії здійснюється у процесі стратегічного планування (далекоглядного передбачення) діяльності підприємства.

**Стратегія фокусування** - різновид стратегії зростання фірми, в основу якої покладено ідею про об'єктивно існуючу сегментність будь-якого ринку. Кожний сегмент ринку формує специфічні вимоги до продукції, призначеної для реалізації на ньому. Тому підприємець може збільшити частку своєї участі на ринку, якщо забезпечить виробництво продукції відповідно до цих вимог або зуміє зробити це краще, ніж його конкуренти. Стратегія фокусування набуває поширення у бізнесі індивідуальних підприємців, що, як

правило, не мають достатніх інвестиційних ресурсів для забезпечення охоплення певного ринку в цілому.

**Субвенція** - вид грошової допомоги місцевим органам влади з боку держави; на відміну від дотації, спрямовується на фінансування певного заходу і підлягає поверненню у випадку порушення її цільового використання.

**Субсидія (від лат. - допомога, підтримка)** - допомога у грошовій формі чи натурою, що надається державою фізичним чи юридичним особам за рахунок коштів державного або місцевих бюджетів.

## Т

**Тарифна угода** - договір між представниками сторін переговорів з питань оплати праці та соціальних гарантій. Тарифні угоди укладаються на трьох рівнях: міжгалузевому (генеральна тарифна угода між урядом і Федерацією профспілок України); галузевому (галузева тарифна угода); фірмовому (як складова частина колективного договору, тобто угоди між трудовим колективом в особі профспілки й адміністрацією, що регулює переважно трудові відносини, а саме: умови праці, продуктивність і оплату праці; підготовку та підвищення кваліфікації персоналу; соціальний захист працівників).

**Технопарки** - одна з нових форм управління циклом "наука - техніка - виробництво", організаційні утворення, спеціалізовані на розробці нових технологій і видів продукції. Найбільш поширеними можуть бути парки (центри): 1) технологічні (спеціалізовані на впровадженні високих технологій; мають у своєму складі фірми ризикового капіталу); 2) дослідно-конструкторські (прикладні науково-дослідні роботи та проектування нових виробів); 3) промислові (базовані на раціональному використанні виробничого потенціалу й об'єктів інфраструктури); 4) грюндерські ("стартова" допомога з широким спектром послуг з управління процесами становлення малих і середніх фірм).

**Товариство з додатковою відповідальністю** - вид господарської

організації, статутний фонд якої розділений на частини, розмір яких визначається установчими документами. Учасники такого товариства відповідають за його борги своїми внесками у статутний фонд, а за недостатності цих сум - додатково майном, що їм належить, в однаковому для всіх учасників розмірі, кратному внеску кожного з них.

**Товариство з обмеженою відповідальністю** - організація, створювана на основі угоди між юридичними особами та (або) громадянами шляхом об'єднання їхніх внесків задля досягнення загальних цілей. Таке товариство, статутний фонд якого формується лише за рахунок коштів пайовиків, несе відповідальність у межах власного майна, а його учасники - у межах їхніх внесків.

**Товарна біржа** - організаційне утворення, яке спеціалізується на оптовій торгівлі насамперед масовими товарами, що мають чіткі та стійкі якісні параметри. Оптова купівля-продаж здійснюються без попереднього огляду (лише за зразками та стандартами) і за заздалегідь встановленими розмірами мінімальних партій продукції. Ринкові ціни формуються залежно від фактичного співвідношення попиту і пропонування.

**Товарний знак (знак обслуговування)** - оригінальна позначка (ім'я, термін, рисунок або їхнє сполучення), яка має правовий захист і призначена для ідентифікації товарів (послуг). Якщо під товарним знаком надаються послуги, то він називається знаком обслуговування. Товарні знаки розміщуються на самому товарі або його упаковці. Вони використовуються також у рекламі, друкованих виданнях, на офіційних бланках фірм (підприємств, організацій тощо).

**Торговий дім** - особлива категорія зовнішньоторговельних фірм, що здійснюють широкий спектр експортно-імпортних операцій, включаючи організацію різнонапрямлених виставок і проведення активної реклами. Торговий дім не відображає конкретної організаційно-правової форми відповідної фірми, а вказує лише на профіль її діяльності. За умови виходу на зовнішній ринок торгові дома можуть засновувати свої представництва в інших країнах.

**Трансферт прибутку** - процедура репатріації (повернення на батьківщину) прибутку іноземного інвестора. Остання передбачає обов'язкове створення резервного фонду зі зберіганням його в банку країни, що приймає фіксацію розміру трансфертного прибутку відповідно до існуючих правил валютного регулювання та угод про валютне співробітництво.

**Траст** - компанія, що інвестує свої та залучені кошти в різноманітні об'єкти народного господарства країни.

## У

**Управління за контрактом** - форма виробничих послуг, сутність якої зводиться до такого: один з підприємців передає іншому "ноу-хау" в галузі управління, а другий забезпечує інвестування; за своєю суттю вона є експортом управлінських послуг, а не капіталу.

**Установчий договір** - форма договору, що укладається засновниками товариств, спільних підприємств, суб'єктів ринкової інфраструктури. У ньому зазначається, для чого і на яких засадах створюється та чи інша господарська структура; перелічуються засновники з їхніми юридичними адресами; визначається частка кожного з них у статутному фонді, загальна сума останнього тощо.

## Ф

**Факторинг** - фінансова операція, за якої "фактор-фірма" купує у своїх клієнтів їхні вимоги до контрагентів, протягом кількох (звичайно 2-3) днів сплачує переважну більшість цих вимог авансом, а решту - лише після надходження до клієнта рахунку-оплати. До цього можна додати, що "фактор-фірма" надає свої послуги за малий (0,5-1,5) відсоток від суми оплачених рахунків плюс звичайний банківський відсоток для короткострокових угод.

**Фінансова група** - об'єднання юридичне та економічно самостійних підприємств і організацій різних галузей народного господарства. На відміну від концерну, фінансову групу очолює один чи кілька комерційних банків, які розпоряджаються консолідованим капіталом підприємницьких структур, що

входять до неї та координують усі напрями їхньої діяльності. У нашій країні успішно функціонує Українська фінансова група, що об'єднує десятки підприємств (організацій) і фактично є міжгалузевим промислово-торговельним банківським комплексом.

**Фінансові інвестиції**-використання власного капіталу для купівлі акцій, облігацій та інших цінних паперів, що випускаються підприємствами або державою. Вони є джерелом отримання доходу у вигляді дивідендів (відсотків).

**Фірма** - загальна назва первинних господарських ланок у ринковій економіці, які у своїй діяльності намагаються досягати комерційних цілей - отримання максимального прибутку.

**Фондова біржа** - спеціалізований центр з купівлі-продажу цінних паперів.

**Форс-мажор** - обставини непереборної сили (пожежа, стихійне лихо, війна, економічна блокада, заборона експорту або імпорту), за яких стає неможливим виконання умов угоди (договору, контракту). У договорі обов'язково обумовлюється, що з настанням таких обставин строк виконання договірних зобов'язань відкладається на час їхньої дії. Якщо форс-мажорні обставини триватимуть понад три місяці, то кожна сторона договору має право відмовитися від виконання зобов'язань за ним.

**Франчайзинг** - у широкому розумінні слова означає надання права на виробництво та (або) збут продукції (реалізацію послуг), а також практичної допомоги у справі організації і управління бізнесом. Це метод здійснення підприємницької діяльності, за якого достатньо потужна фірма делегує іншому підприємству право використовувати своє ім'я та товарний знак в обмін на зобов'язання виготовляти або продавати її продукцію. За право діяти під торговельною маркою та від імені фірми-франчайзодавця інше підприємство (організація) - франчайзоотримувач має виплачувати певний відсоток від свого доходу.

**Функціональні стратегії підприємництва** - різновиди стратегії підприємництва залежно від його функціональної діяльності. Базова стратегія

фірми спирається на такі функціональні стратегії як: 1) маркетингова діяльність; 2) науково-дослідна і дослідно-конструкторська розробка; 3) виробництво; 4) фінансова; 5) екологічна; 6) соціальна.

**Функціонально-вартісний аналіз (ФВА)** - один з методів прогнозування і забезпечення високого рівня техніко-економічних показників. Метод ФВА охоплює переважно аналітичні прийоми проектування. Він передбачає функціональний аналіз і моделювання альтернативних рішень, визначення витрат за функціями виробу і його конструктивних елементів, вибір оптимального рішення за критерієм співвідношення функцій і витрат на їх реалізацію. Прийоми ФВА доцільно використовувати за всіх видів проектування: функціонального (для вибору структурної схеми); схематичного (для розробки принципової схеми, складу елементів); конструктивного (для вибору варіанта компоновки, конфігурації, розмірів, матеріалів); технічного (для обґрунтування виду заготовки, технологічного процесу та устаткування).

**Ф'ючерсна угода** - строкова угода на товарних та фондових біржах щодо купівлі-продажу товарів, золота, валюти, цінних паперів тощо за фіксованою в момент її укладання ціною з виконанням такої самої комерційної операції через певний проміжок часу (до 2-3 років).

## Х

**Хеджирування (захист від втрат)** - спосіб зменшення підприємницького ризику шляхом укладення ф'ючерсних угод.

**Холдинг** - різновид акціонерної корпорації (компанії), характерною ознакою якої є володіння контрольним пакетом акцій інших фірм з метою контролю і управління їхньою діяльністю.

## Ц

**Ціна** - грошова вартість уречевлених у товарі затрат праці окремих товаровиробників. Ціна не збігається з вартістю: вона може бути вище вартості за умови дефіциту товарів певної номенклатури на ринку або нижче

вартості за їхнього надлишку. Ціна, що відбиває суспільне необхідні затрати уречевленої і живої праці, відіграє роль прогресивного економічного нормативу виробництва товарів для задоволення потреб ринку.

**Ціна базисна** - попередньо узгоджена ціна між покупцем і продавцем, що є основою для визначення реальної ціни, яка доповнюється знижками та націнками залежно від кон'юнктури ринку, якості й ефективності споживання товару.

**Ціна виробництва** - сума витрат виробництва та середнього прибутку на весь авансований капітал.

**Ціна купівлі-продажу (контрактна)** - продажна ціна товару, що зазначена у контракті на його поставку.

**Ціна попиту** - офіційна згода покупця придбати товар за певною ціною, що відображає кон'юнктуру ринку та необхідність задоволення власних його потреб.

**Ціна пропонування** - офіційне пропонування продавця (без знижки), що зафіксоване в оферті.

**Ціна роздрібна** - ціна, за якою товари продаються споживачам у роздріб. Вона складається з витрат виробництва, прибутку виробничих і збутових організацій, податку на додану вартість.

## Ч

**Чисті інвестиції** - сума валових інвестицій, зменшених на величину амортизаційних відрахувань і призначених для розширеного відтворення основних засобів (активів) фірми.

**Чистий приведений дохід** - один з важливих показників оцінки ефективності реальних інвестицій, що визначається як різниця між приведеним до теперішньої вартості грошовим погоном і сумою інвестованих коштів.

## Ю

**Юридична особа** - суб'єкт цивільного права, що відповідає певним вимогам чинного законодавства. До ознак юридичної особи належать:

незалежність функціонування від окремих фізичних осіб, які входять до її складу; наявність власного майна, відокремленого від майна її учасників; право придбавати, користуватись і розпоряджатись власністю; здійснювати від свого імені інші дозволені законодавством дії; право від свого імені вирішувати спірні питання щодо діяльності та конфліктні ситуації у суді й арбітражі; самостійна майнова відповідальність; наявність розрахункового та інших рахунків у банках, самостійного балансу, печатки зі своїм найменуванням, товарного знака (знака обслуговування). Будь-яке підприємство (організація) набуває прав юридичної особи з моменту його (п) державної реєстрації.



## Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV зі змінами від 11.03.2007 [Електронний ресурс] - режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Податковий кодекс України: від 02.12.2010 № 2755-VI. [Електронний ресурс] - режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
3. Азьмук Н. Проблеми розвитку малого підприємництва в Україні / Н. Кузьмук // Вісник КНТЕУ– 2008. - №6. - С. 37–45.
4. Амосов О. Ю. Економіка підприємства : навчальний посібник для самост. вивчення дисципліни / О. Ю. Амосов, М. А. Латинін - К. : Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2008. - 168 с.
5. Бойчук І. М. Економіка підприємства: навчальний посібник / І. М . Бойчук . - К. : Атіка, 2007. - 528 с.
6. Бутенко А. І. Підприємництво в Україні : монографія / А. І. Бутенко, І. М. Сараєва, С. В. Якимов - О. : Фенікс, 2007. — 68с.
7. Виговська В.В. Малий бізнес України: сучасний стан і тенденції розвитку / В. В. Виговська // Актуальні проблеми економіки –2009. - №1(91). – С. 59–63.
8. Вініченко І. І. Формування системи управління інвестиційною діяльністю підприємства / І. І. Вініченко // Інвестиції: практика та досвід – 2008. - №4 – С. 9–13.
9. Гринчуцький В. І. Економіка підприємства: навчальний посібник / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погрішук. – Тернопіль : Крок, 2008. – 312 с.
10. Данилишин Б. М. Державна підтримка та податкове регулювання підприємницької діяльності в Україні : монографія / Б. М. Данилишин, О. М. Кондрашов. – Донецьк: Юго-Восток, 2010. – 296 с.
11. Данілов О. Д. Податковий менеджмент у запитаннях і відповідях [навчальний посібник]. – К.: Комп'ютерпрес, 2010. – 218 с.
12. Данілов О. Д., Паєнтко Т. В. Фінанси підприємств у запитаннях і відповідях [навчальний посібник]. – К. : ЦУЛ, 2011. – 256 с.
13. Данілов О.Д., Паєнтко Т.В. Податкова система у запитаннях і відповідях [навчальний посібник]. – К. : ДКС центр, 2013. – 294 с.

14. Ерохин В.Л. Международное предпринимательство: учебник / В. Л. Ерохин. – К. : Финансы и статистика, 2008. – 392 с.
15. Кривов'язюк І. В. Підприємництво в умовах ринку: навчальний посібник для ВНЗ / І. В. Кривов'язюк. – К. : Кондор, 2009. – 840 с.
16. Крупка Ю. М. Правові основи підприємницької діяльності : навчальний посібник. – К.: Юрінком Інтер, 2008. – 480 с.
17. Основи бізнесу: [навчальний посібник] / Я. С. Ларіна, С. В. Мочерний, В. М. Фомішина, С. І. Чеботар – К. : Академвидав, 2009. – 384 с.
18. Основи підприємництва: [навч. посіб. для студ. вищих навч. закладів] / В. І. Депутат, О. О. Кожемяченко, Л. В. Овчаренко, Т. П. Ткаченко. – К. : КНТ, 2009. – 64с.
19. Підлісна О. А. Основи виробничого підприємництва: навч. посібник / О. А. Підлісна, В. В. Янковий, М. П. Дорошенко. - К. : ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2010. – 272 с.
20. Покропивний С. Ф. Підприємництво : стратегія, організація, ефективність: навчальний посібник / С. Ф. Покропивний, В. М. Колот. – Львів : Оскарт, 1996. – 352 с.
21. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: закон України - № 4618-VI від 22 березня 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>.
22. Про затвердження плану заходів з виконання у 2011 році Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва в Україні : Розпорядження № 273-р від 06.04.2011 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : // <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/273-2011-%D1%80>
23. Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні: Закон України № 2157-III від 21.12.2000 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2157-14>.
24. Сизоненко В. О. Фінанси та підприємництво: Світовий досвід та практика України : навчальний посібник / В. О. Сизоненко, С. Циганов, – К. : [Навчальна

книга], 2009. – 576 с.

25. Цегелик Г. Г. Державна підтримка розвитку малого підприємництва в Україні // Вісник Хмельницького національного університету. - 2010. - № 1, Т.2. – С. 84-89.

26. Чорнодон В. І. Внутрішній економічний механізм підприємства: навчальний посібник / В. І. Чорнодон. – Тернопіль. : «Підручники і посібники», 2010.– 280 с.

27. Шваб Л. І. Основи підприємництва: навчальни. Посібник / Л. І. Шваб. - К. : Каравела, 2006. - 343 с.