

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з курсу „Економіка, організація та діяльність посередницьких підприємств”
для студентів факультету економіки та менеджменту
спеціальності 6.050100 „Маркетинг”
усіх форм навчання

Затверджено на засіданні кафедри
як конспект лекцій з курсу
“Економіка, організація та діяльність
посередницьких підприємств”
Протокол №16 від 05.01.2006р.

Суми
Вид-во СумДУ
2006

Конспект лекцій з курсу „Економіка, організація та діяльність посередницьких підприємств” / Укладач М.Ю. Баскакова. – Суми: Вид-во СумДУ, 2006. – 92с.

Кафедра маркетингу

ЗМІСТ

	С.
Вступ	5
Тема 1 Сутнісно-змістова характеристика посередницької підприємницької діяльності. Ринок посередницьких організацій.....	6
1.1 Зміст поняття «підприємництво».	
Об'єкти та суб'єкти підприємницької діяльності	
1.2 Посередництво як вид підприємницької діяльності	
1.3 Ринок посередницьких організацій	
Тема 2 Збирання економічної інформації про кон'юнктуру вибраного ринку.....	12
2.1 Джерела інформації в економічній діяльності	
2.2 Економічна розвідка як особливий метод збирання інформації	
2.3 Захист бізнесу від шпигунства	
2.4 Бенчмаркетинг у підприємстві	
Тема 3 Формування підприємницького капіталу.....	17
3.1 Підприємницький капітал: сутність і складові елементи	
3.2 Формування початкового підприємницького капіталу	
3.3 Джерела формування підприємницького капіталу	
Тема 4 Технологія створення і початок діяльності посередницького підприємства на прикладі створення приватного підприємства.....	24
4.1 Реєстрація підприємницької діяльності	
4.2 Реєстрація в органі податкової служби	
4.3 Реєстрація осіб платниками ПДВ	
4.4 Реєстрація в Пенсійному фонді	
4.5 Реєстрація в органах соціального страхування	
4.6 Реєстрація за принципом "єдиного вікна"	
Тема 5 Технологія одержання печатки, штампів і відкриття рахунка в банку.....	33
5.1 Одержання печатки і штампів	
5.2 Відкриття рахунка в банку	
5.3 Порядок інформування органів податкової служби	
Тема 6 Патенти та ліцензії. Порядок їх використання.....	36
6.1 Ліцензування господарської діяльності	
6.2 Порядок одержання ліцензії	
6.3 Патентування підприємницької діяльності	
6.4 Види патентів	
6.5 Торговельна діяльність і діяльність з надання побутових послуг, що не потребують патентування	

Тема 7 Облік, звітність, оподаткування приватних підприємців.....	49
7.1 Характеристика систем оподаткування приватних підприємців	
7.2 Традиційна система оподаткування приватних підприємців підтверджених витрат	
7.3 Фіксований податок	
7.4 Сдинний податок	
Тема 8 Порядок укладання і реєстрації трудового Договору.....	54
8.1 Порядок укладання трудового Договору	
8.2 Порядок реєстрації трудового договору	
8.3 Особливості ведення трудових книжок у приватних підприємців	
Тема 9 Комерційні зв'язки. Договірні відносини з постачальниками.....	58
9.1 Маркетинг закупівель	
9.2 Види договірних відносин з постачальниками	
9.3 Посередницькі угоди, виділені за обсягами переданих прав	
9.4 Система договорів господарської діяльності	
9.5 Способи нарахування і виплати винагороди	
Тема 10 Формування попиту споживачів на продукцію та послуги.....	67
10.1 Ефективний збут продукції	
10.2 Маркетингові рішення в посередницькій торгівлі	
10.3 Комунікації посередницької організації	
10.4 Організація мерчандайзингу	
Додатки.....	76
Список літератури.....	91

Вступ

Процес переходу економіки України до ринкових відносин робить діяльність посередницьких підприємств все більш важливою в процесі руху товарів до потенційного споживача.

Мета курсу „Економіка, організація та діяльність посередницьких підприємств” – формування у студентів знань про процес створення посередницьких підприємств, оптимальні умови оподаткування і діяльності приватного підприємства.

За допомогою лекційного матеріалу студент повинен навчитися використовувати та захищати одержану інформацію щодо вибраного ринку, знати можливі варіанти формування початкового капіталу, вивчити етапи створення приватного підприємства та знати можливі засоби стимулювання продажу товарів.

Тема 1

Сутнісно-змістова характеристика посередницької підприємницької діяльності. Ринок посередницьких організацій.

1.2 Зміст поняття «підприємництво».

Об'єкти та суб'єкти підприємницької діяльності

Відповідно до ст. 42 Господарського Кодексу України (далі - ГКУ) **підприємництво** — це самостійна, ініціативна, систематична здійснена на власний ризик господарська діяльність суб'єктами господарювання, спрямована на отримання економічних і соціальних результатів та отримання 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 прибутку.

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

- 1) свобода вибору напрямків і методів діяльності, самостійність у прийнятті рішень;
- 2) постійна наявність фактора ризику;
- 3) орієнтація на досягнення комерційного успіху (зиску);
- 4) інноваційний характер діяльності.

Суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути:

- громадяни України та інших держав;
- юридичні особи — підприємства (організації) усіх форм власності.

Законодавство України передбачає певні обмеження щодо здійснення підприємництва. Зокрема, не дозволяється займатися підприємницькою діяльністю таким категоріям громадян: 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.

Тип (вид) підприємницької діяльності визначається тим місцем, яке воно займає у процесі задоволення споживчого інтересу.

1.2 Посередництво як вид підприємницької діяльності

Посередництво – вид ініціативної підприємницької діяльності, спрямованої на задоволення потреб споживачів і отримання прибутку за допомогою закупівлі виготовлених товарів та подальшому їх продажу.

Відмінності комерційного посередництва від інших видів підприємництва:

- проста форма організаційної структури;
- відсутність виробничої діяльності;
- велике значення професіоналізму менеджерів фірми;
- акцентування уваги на знанні ринку та пошуку споживачів.

Функції КП:

- є сполучною ланкою між товаровиробником та споживачем (головна місія);

- спрощує передачу товарів від товаровиробника до споживача;

- сприяє ефективному переміщенню товарів до споживача;

- є зворотним зв'язком від споживача до виробника;

- стимулює розвиток товарного ринку завдяки конкуренції між посередницькими організаціями, завдяки чому споживач отримує більш якісну послугу;

- сприяє прискоренню кругообігу капіталу, зростанню ефективності його використання;

- економить засоби виробників на просування і товарорух виготовленої продукції та послуг;

- сприяє насиченню (до раціональних меж) ринку необхідними товарами (послугами);

- бере на себе фінансовий ризик, що виникає від коливання цін, попиту та відсоткових ставок.

Посередницька 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) і 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 і повноважень, котрі відбиті у засновницьких документах та статутах підприємств (організацій) різних форм власності.

Типи підприємницької діяльності:

- 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 Ринок посередницьких організацій

На сьогодні посередницькі організації йдуть на тісну інтеграцію зусиль та засобів із товаровиробниками, забезпечуючи їм значну економію ресурсів та розширення обсягів збуту на ринку.

За цільовим призначенням і характером здійснюваної діяльності виділяють посередництво:

- у товарорусі;
- у розподіленні товарів;
- в установленні господарських зв'язків та складанні контракту.

Відповідно до характеру здійснюваного посередництва існують такі типи посередницьких організацій:

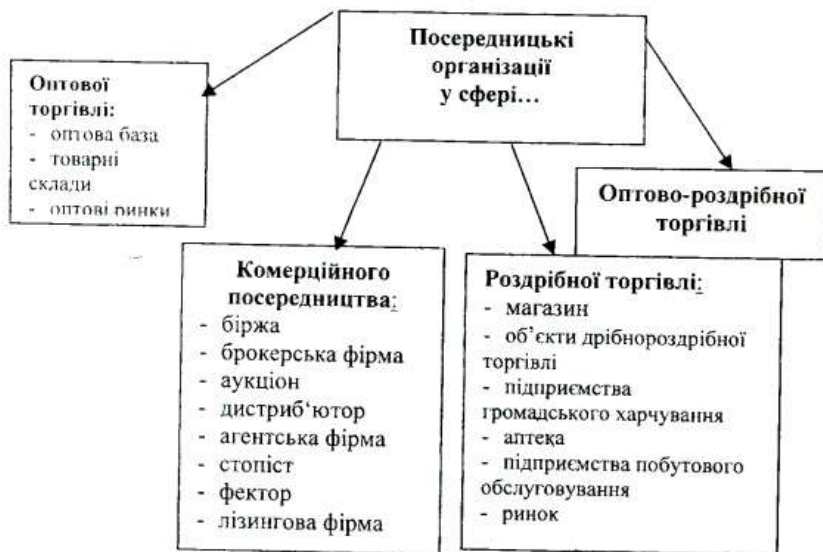


Рисунок 1.1 – Типи посередницьких підприємств

Магазин — це підприємство роздрібною торгівлі, яке реалізує товари і надає послуги, що призначаються для остаточного споживання. Магазин займає окрему споруду або приміщення. Для нього характерна наявність торговельного залу, підсобних і допоміжних приміщень.

Магазин — це узагальнене поняття. Воно поширюється на більшість типів роздрібних підприємств — торговельні центри, універмаги, спеціалізовані підприємства, дрібнооптові підприємства.

За своїм правовим статусом магазин може бути юридичною або неюридичною особою. Організаційно-правова форма магазину не обмежується, але найбільш поширеними є підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю, філія і дочірнє підприємство.

Магазин займає провідне місце у сфері роздрібно́ї торгівлі. Усіх типів і видів магазинів налічується 87 тис. од., їх частка в загальній кількості суб'єктів господарювання цієї сфери становить 65 %.

Об'єкти дрібно́роздрібно́ї торгівлі — павільйони, кіоски, ларьки, ятки — також мають помітне місце у функціональній структурі торгівлі. Нині їх нараховується близько 22 тис. одиниць, що становить 23 % загальної чисельності об'єктів роздрібно́ї торгівлі.

Підприємства громадського харчування — їдальні, кафе, закусочні, бари, буфети, ресторани, фабрики-кухні. Усі вони займають окремі приміщення або споруди, які мають, як правило, зал, обладнаний столиками та стільцями, а також виробничі та підсобні приміщення.

Більшість підприємств громадського харчування є юридичними особами. Кількість підприємств громадського харчування за останні роки стабілізувалася, і їх є близько 34—35 тис. од., що становить 25 % загальної кількості суб'єктів роздрібно́ї торгівлі.

• **Аптека** — це стаціонарний пункт роздрібно́го продажу лікувальних засобів, товарів санітарії та гігієни, який займає окреме приміщення і має торговельний зал для покупців, а також інші приміщення функціонального призначення. Як і магазини, аптеки можуть мати різний правовий статус і правове становище.

• **Підприємства побутового обслуговування** — стаціонарні центри, салони, майстерні, цехи, які займають окрему споруду або приміщення і відповідно оснащені. Вони виконують роботи і надають послуги населенню, пов'язані з ремонтом предметів особистого споживання та домашнього вжитку. Інші види послуг відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності в Україні не належать до категорії комерційного бізнесу.

Ринок — це підприємство сфери торгівлі, яке виконує функції надання послуг із забезпеченням умов для здійснення купівлі-продажу продовольчих і непродовольчих товарів за вільними цінами. Основними продавцями на ринку є фізичні особи — підприємці і непідприємці, а покупцями — населення.

Залежно від асортименту товарів ринки поділяються на продовольчі, речові, автомобільні, універсальні, спеціалізовані.

За статусом ринки в Україні поділяють на формальні і неформальні (незаресстровані). Формальні ринки є юридичними особами.

Оптова база — майновий комплекс, технологічно оснащений для забезпечення комерційних, торговельно-оперативних та торгово-технологічних процесів.

За значенням бази поділяються на:

- оптово-збутові;
- оптово-закупівельні;
- оптово-торговельні;
- вихідні;
- перевальні тощо.

Найбільш характерна організаційно-правова форма оптової бази— акціонерні товариства або спільне підприємство (в системі споживчої кооперації).

Оптові бази не відіграють нині провідної ролі на оптовому ринку товарів та послуг. Їх частка в забезпеченні роздрібного товарообігу залишається надзвичайно низькою— 9—10 %.

Товарні склади, склади-холодильники дрібнооптових фірм — це специфічно пристосовані приміщення для зберігання товарних запасів і формування асортименту товарів. Ця мережа значною мірою не легалізована. Організаційно-правовий статус дрібнооптових фірм різноманітний, але переважають товариства з обмеженою відповідальністю.

Оптові продовольчі ринки являють собою структуризовані організаційні правові форми, основною метою яких є реалізація оптових партій сільськогосподарської продукції і продуктів їх переробки. За товарним профілем оптові продовольчі ринки можуть бути поділені на ринки худоби і м'яса та м'ясопродуктів; жирів та молокопродуктів; овочів, плодів та продуктів їх переробки; зерна і продуктів; цукру і кондитерських виробів, технічних культур.

У територіальному плані ринки поділяються на: сільські, міські, районні і міжрегіональні. Організаційно-правовою формою ринку, як правило, є акціонерне товариство або господарське товариство.

Оптово-роздрібні підприємства займають окрему споруду, до якої входять торговельні, складські та допоміжні приміщення. Таке підприємство багатofункціональне. Воно здійснює оптову і роздрібну торгівлю товарами легкої промисловості, культтоварами, меблями, будматеріалами. Характерним представником такого підприємства є магазин-склад з купівлі-продажу палива, будматеріалів, лісоматеріалів, габаритних товарів. В організаційно-правовому плані такі підприємства набувають форми господарського товариства або кооперативного підприємства.

У сфері комерційного посередництва суб'єкти господарювання проходять стадію становлення. При цьому їх коло прискорено розширюється, охоплюючи біржі, аукціони, дистриб'юторів, брокерські фірми, консигнаторів, лізингові компанії тощо.

Біржа — особливий вид організаційно оформленого і регулярно функціонуючого ринку, де здійснюється торгівля 40—45 видами біржових товарів або цінними паперами. Головне завдання біржі — створення умов для торговельно-посередницької діяльності. Біржі поділяються на фондові, товарні і товарно-сировинні. Розрізняють біржі: зернові, худоби, металу, дорогоцінного металу, какао-кофе, нафти й т. п. Основна частина вітчизняних бірж є акціонерними товариствами.

Брокерські фірми — це суб'єкти ринку, провідною функцією яких є зведення контрагентів. Біржові брокери є продавцями і покупцями. Але в обох випадках брокери виконують разове доручення і діють від імені і за рахунок замовника. Вони виконують лише фактичні, а не юридичні дії.

Аукціони — це спеціально організовані ринки, які періодично діють у загальноновизнаних світових торговельних центрах. На аукціонах здійснюється привселюдний продаж аукціонних товарів за принципом: власником товару стає той, хто пропонує найвищу ціну.

Дистриб'ютори — це суб'єкти оптового ринку (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), які володіють винятковим правом купівлі-продажу товару конкретної фірми. Дистриб'ютори укладають угоди від свого імені і за свій рахунок. В Україні дистриб'ютори представляють товари та інтереси переважно зарубіжних фірм.

Агентські фірми є незалежними суб'єктами на ринку товарів і послуг. Вони від імені і за рахунок замовника здійснюють посередництво під час укладання угод або самі укладають угоди, виконуючи при цьому як фактичні, так і юридичні дії. Комерційні (торговельні) агенти співпрацюють з принципалами на договірній основі.

Стопісти — це фірми в країні імпортера, які здійснюють експортно-імпортні операції на основі спеціального договору консигнаційного складу.

Фектори — торговельні посередники, які виконують від імені експортера операції: експортні, кредитні, страхові.

Лізингові фірми — це суб'єкти ринку, основна діяльність яких полягає в здаванні в довгострокову оренду з викупом (фінансовий лізинг) машин, обладнання, транспортних засобів, комп'ютерної техніки. Лізингові фірми бувають універсальними і спеціалізованими.

Об'єктивна необхідність діяльності ПП на товарному ринку буде надалі обумовлюватись тією економією витрат виробництва, яку він зможе принести своєму клієнтові. Для започаткування і тривалого здійснення підприємництва необхідні самі підприємці.

Тема 2

Збирання економічної інформації про кон'юнктуру вибраного ринку.

2.2 Джерела інформації в економічній діяльності

Джерела інформації [4]:

- внутрішні;
- зовнішні.

Внутрішні – дані бухгалтерської, статистичної, оперативної та вибіркової звітності (чеки, накладні, рахунки, векселі тощо).

Внутрішні джерела:

1) облікові джерела:

- бухгалтерський облік і звітність;
- первинний облік;
- статистичний облік і звітність;
- звіти економіста, маркетолога, аналітика;

2) необлікові джерела:

- матеріали ревізій та внутрішнього аудиту, виробничих нарад;
- програми, плани, проекти розвитку;
- патенти, технології, ліцензії;
- протоколи зборів;
- накази і розпорядження;
- матеріали внутрішньофірмових засобів масової інформації;
- аналітичні довідки;
- робітники, службовці фірми різних рівнів.

Особливості внутрішньокорпоративної інформації:

- достовірність;
- комплексність і повнота даних;
- важкодоступність.

Зовнішні – інформація із фірмового прямого та незалежного середовища.

До середовища прямих зв'язків відносять:

- постачальників капіталу;
- постачальників товарів;
- постачальників енергоресурсів;
- постачальників інформації;
- споживачів продукції, що продає конкурентна фірма;
- органи державного управління;
- транспортні організації;
- біржі, асоціації, до складу яких входить фірма;
- виставки, ярмарки, торгові агентства.

2.2 Економічна розвідка як особливий метод збирання інформації

Методи збирання:

- кабінетні дослідження;
- польові дослідження.

Одним із особливих польових методів збирання інформації є економічна розвідка.

З точки зору особливих методів всю інформацію можна поділити на три групи: відкриту (легальну), напівлегальну і таємну (нелегальну). Відповідно методи збирання можна класифікувати як:

- легальні;
- напівлегальні;
- нелегальні.

Легальні методи: залучення агентів-експертів, наукові співробітники НДІ, викладачі тощо. Дані, залучені таким чином, вимагають особливо детальної перевірки, тому що серед них може бути і дезінформація конкурента для приховування дійсного стану своєї фірми.

Напівлегальні: бесіди зі спеціалістами, підставне наймання, запрошення консультантів, використання фондів і союзів, переманювання провідних спеціалістів, використання наукових зв'язків.

Нелегальні: крадіжки документів, копіювання документів, заслання агентів як клієнта, проникнення у комп'ютерну мережу конкурента [5].

Економічна розвідка цікавиться всією інформацією, яка має життєво важливе значення і забезпечує переваги конкуренту і стосується його господарської діяльності.

У межах економічної розвідки виділяють промислову (наукові дослідження, технологічні процеси) і комерційну розвідки (постачальники, система транспортування, структура витрат, менеджмент та стратегія маркетингу).

Принципи економічної розвідки:

- 1) неупередженість у відборі, систематизації, обробці і передаванні адресату одержаної інформації;
- 2) системність інформації (більшість досліджуваних об'єктів є складними системами);
- 3) конфіденційність (одержання інформації про конкурента повинне залишатися для нього таємницею).

Особливу важливість для підприємства, що планує займатися посередництвом, має така інформація про конкурентів:

- форма організації;
- організаційна структура;
- основні постачальники;
- засоби транспортування, їх кількість;

- обсяги збуту;
- методи збуту;
- основні споживачі;
- статті витрат тощо.

Вся одержана інформація дасть змогу зорієнтуватись у кількості і конкурентоспроможності учасників ринку, зробити SWOT-аналіз своєї справи і визначитись для початку із оптимальною формою організації підприємства.

2.3 Захист бізнесу від шпигунства

Суть захисту зводиться до нейтралізації і запобігання загрозам, а якщо такі відбуваються, то до відшкодування шкоди.

Об'єкти захисту:

- 1) інтереси організації (визначаються місією, стратегією і цілями);
- 2) власність організації – формою власності є всі економічні ресурси, за винятком персоналу, які належать підприємству;
- 3) технології (патенти, ліцензії);
- 4) економічні, корпоративні та інші зв'язки з партнерами;
- 5) продукція і послуги, що поставляється споживачам;
- 6) транспортні засоби і вантажі;
- 7) персонал, який одночасно є носієм інформації.

Склад і структура служби безпеки організації визначаються потенційним складом і структурою загроз та фінансовими можливостями організації.

Основу *методики захисту інформації* повинна складати схема комунікаційної системи організації, яка містить чотири елементи: джерело інформації; інформацію, яка входить до джерела; канал, по якому передається інформація; адресат. З огляду на це перш за все відокремлюють інформацію, яка є особливим секретом фірми. Вона не повинна циркулювати за загальною системою.

Загрози інтересам фірми через персонал:

- продаж персоналом секретів фірми;
- вербування персоналу розвідкою конкурента;
- переманювання провідних спеціалістів;
- балакучість співробітників;
- крадіжки майна, інших засобів персоналом.

Перевірку благонадійності персоналу можна проводити за допомогою трьох методів: психофізіологічного, соціометричного, розвідувального.

Психофізіологічний доцільно використовувати при відборі кандидатів на роботу, пов'язану з особливо секретною інформацією, збереженням матеріальних цінностей, фінансами (бажано, щоб це робив досвідчений психолог).

Для перевірки працюючих спеціалістів доцільніше застосовувати соціометричні методи. Суть їх зводиться до того, що потенційна можливість неолояльного ставлення до фірми визначається за оцінками колег.

2.4 Бенчмаркетинг у підприємництві

Бенчмаркетинг має певне визначення якості, кількості і здатності бути використаним як стандарт чи еталон при порівнянні з іншими предметами [5].

Бенчмаркетинг – систематична діяльність, спрямована на пошук, оцінку та вивчення кращих прикладів роботи підприємств незалежно від їх розмірів, сфери бізнесу та географічного положення.

У центрі уваги бенчмаркетингу такі питання:

- 1) яка фірма перебуває на вершині конкуренції;
- 2) чому власне підприємство не є кращим;
- 3) що повинно бути замінене на підприємстві, щоб воно стало кращим;
- 4) як застосувати розроблену на фірмі стратегію.

Принципи:

- 1) взаємність (діяльність, що ґрунтується на взаємних стосунках, згоді та обміні даними);
- 2) аналогія (оперативні процеси партнерів повинні бути подібними);
- 3) вимір (порівняння характеристик, виміряних на декількох підприємствах, з метою встановлення різниць);
- 4) достовірність.

Види:

1 **Внутрішній** – проводиться всередині організації, порівнюючи характеристики виробничих одиниць, подібних до аналогічних процесів (простий, не можна назвати оптимальним). Проведення тренінгів та конференцій, презентація методів та проектів з обов'язковою демонстрацією результатів впровадження в інших компаніях.

2 **Бенчмаркетинг конкурентоспроможності** – вимір характеристик підприємства та їх порівняння з характеристиками конкурентів; дослідження специфічних продуктів, можливостей процесу чи адміністративних методів (складність – в отриманні даних конкурентів).

3 **Функціональний бенчмаркетинг** – порівнює окрему функцію двох чи більше організацій в цьому ж секторі (переваги: функціональних лідерів краще розпізнати, не виникає проблем з отриманням інформації, існують можливості визначення різних нестандартних підходів та технологій).

4 **Бенчмаркетинг процесу** – діяльність щодо зміни окремих показників для порівняння з підприємствами, характеристика яких є бездоганною в економічних процесах.

5 **Глобальний** – розширення стратегічного бенчмаркетингу, який задіє також асоціативну складову.

6 **Загальний** – процес, який порівнює окрему функцію двох чи більше організацій незалежно від сектору економіки.

7 **Асоціативний** – проводиться організаціями, які перебувають у вузькому бенчмаркетинговому альянсі. Тобто фірма може вступити в альянс за умови внесення відповідного членського внеску чи/та обов'язкового надання достовірної інформації про діяльність фірми з метою подальшого використання в бенчмаркетингових проектах.

Тема 3

Формування підприємницького капіталу

3.1 Підприємницький капітал: сутність і складові елементи

Для здійснення бізнесової діяльності необхідно мати певний стартовий капітал. Без наявності останнього не може бути підприємництва.

Під капіталом прийнято розуміти матеріальні та грошові кошти, а також інтелектуальні напрацювання і організаторські навички, котрі використовуються у процесі виробництва і його обслуговування та є джерелом і засобом отримання прибутку.

Підприємницький капітал охоплює певні капіталотворювальні елементи, а саме:

1) усі технічні засоби виробництва (будівлі, споруди, устаткування, рухомий склад транспорту, інструменти тощо), використовувані підприємцем на законній підставі (не лише як об'єкти власності, а й на правах оренди, лізингу, тимчасового користування тощо);

2) матеріальні оборотні елементи виробництва (сировина і матеріали, пристосування й інструменти одноразового або короточасного використання);

3) оборотні кошти у грошовій формі (фонд оплати праці, кошти для придбання елементів оборотних фондів, фонди обігу, у тому числі грошові кошти на розрахунковому рахунку у банку);

4) інтелектуальну власність (якщо вона як така буде сприйнята виробництвом або ринком), тобто власне підприємницька ідея, спосіб виготовлення сировини або готової продукції, спосіб надання товару нових властивостей і якісних характеристик—все те, що прийнято називати «ноу-хау».

Отже, величину підприємницького капіталу K можна обчислити за формулою

$$K = T_e + K_o + M_{oe} + V_i, \quad (3.1)$$

де T_e — технічні елементи; K_o — оборотні кошти;

M_{oe} — матеріальні оборотні елементи; V_i — інтелектуальна власність (нематеріальні активи).

Із сказаного випливає, що гроші стають капіталом, якщо вони інвестовані у виробництво і дають прибуток.

Залежно від того, хто надає грошові кошти для інвестування, розрізняють:

- підприємницький;
- позичковий капітал.

Підприємницький капітал відображує певну суму грошей, що вкладаються у конкретне діло з метою отримання прибутку або прав управління підприємством через прямі чи портфельні інвестиції.

На відміну від підприємницького позичковий капітал прямо не вкладається в конкретне діло, а надається іншій особі (інвестору) в тимчасове користування на засадах повернення і сплати певного відсотка. У даному випадку він є

специфічним товаром, а його ціною вважається депозитна (облікова) ставка чи позичковий відсоток.

За ознакою економічного призначення капітал поділяють на:

- основний;
- оборотний.

До складу *основного капіталу* входять усі технічні засоби виробництва, без яких неможливо організувати нормальний процес виробництва.

Оборотний капітал охоплює все те, що «проходить» через-підприємство і призначене для виробничого й особистого споживання або продажу на ринку (матеріали, готова продукція (ще не реалізована, а також реалізована, але ще не оплачена покупцями), готівка у касі підприємства і на банківських рахунках, включаючи кошти на оплату праці персоналу).

Якщо основний капітал відшкодовується частинами у вигляді амортизаційних відрахувань в міру його зношування (фізичного спрацювання), то оборотний — відразу після виробництва і реалізації товару, його оплати споживачами. Усе це варто враховувати при організації нового підприємства, практичній реалізації нового підприємницького проекту або ідеї.

Близьким за значенням (сутністю) до терміна «капітал», але не тотожним за величиною є поняття *капітальних вкладень*, які характеризують реальні інвестиції у відтворення основних фондів (фіксованих активів) і на приріст матеріально-виробничих запасів. Звичайно капітальні вкладення уособлюють певну сукупність фінансових коштів, що органічно зв'язана з функціонуванням основного капіталу. Отже, за абсолютною величиною капітал значно переважає капітальні вкладення, які в подальшому матеріалізуються переважно в найбільшому за розміром елементі капіталу — технічних засобах виробництва.

3.2 Формування початкового підприємницького капіталу

Початковим називають капітал, котрий вкладається у будь-яку власну справу з самого початку практичної реалізації підприємницького проекту, на початковій стадії підприємницької діяльності в цілому.

Наявний підприємницький капітал (сукупність усіх витрат у грошовій формі, які необхідно здійснити для реалізації проекту і отримання очікуваного економічного ефекту) може створювати відповідний імідж підприємця як ділової людини, а також бути однією з можливих гарантій досягнення комерційного успіху у власній діяльності.

Загальний порядок формування

Потрібний розмір початкового (стартового) підприємницького капіталу визначається на основі економічних розрахунків щодо конкретного проекту, розробленого стосовно прийнятої нової підприємницької ідеї.

Для розрахунків потреби у підприємницькому капіталі існує відповідна процедура. Схема і алгоритм останньої показані на прикладі у табл. 3.1. За такою схемою можна визначити попередню (приблизну) величину необхідних фінансових коштів.

Таблиця 3.1 – Попередні розрахунки необхідної величини підприємницького капіталу (цифри умовні)

Елементи (складові) капіталу	Сума, тис. грн
<i>Основний капітал</i>	
1 Будівлі (адміністративні, виробничі, складські)	600
2 Обладнання офісів	200
3 Устаткування виробничих цехів	500
4 Верстати, прилади та інструменти	240
5 Автомобільний транспорт	300
A Підсумок з основного капіталу	1840
<i>Оборотний капітал</i>	
6 Сировина	200
7 Залишки готової продукції на складі	150
8 Заборгованість покупців	50
9 Касовий залишок готівки	10
10 Кошти на рахунку в банку	500
B Підсумок з оборотного капіталу	910
Загальна потреба у капіталі (A+B)	2750

Відштовхуючись від неї, підприємець має скласти (розробити) конкретний план інвестицій, тобто обґрунтований і виважений план вкладення грошей (капіталу) у всі заходи, які необхідно здійснити для реалізації проекту і започаткування виробництва нового товару. Такі економічні розрахунки здійснюються у процесі розроблення відповідного розділу бізнес-плану.

При розробленні конкретного плану інвестицій доцільно враховувати можливі варіанти дій стосовно формування окремих елементів (складових) підприємницького капіталу.

1) Необхідні приміщення (виробниче, для офісу тощо) можна не купити, а взяти в оренду. Оскільки орендна плата буде включатись у вартість товарної продукції фірми, то передбачати на це відповідні інвестиції не потрібно. Отже, за такої можливості підприємець може зменшити потребу в стартовому капіталі. Це зменшення обсягу інвестицій буває досить відчутним за умови, коли необхідні

приміщення (адміністративні, виробничі, складські тощо) купують разом з відповідною земельною ділянкою.

2 Можна купити (придбати) не нове, а таке, що було в користуванні, устаткування або придбати його на засадах лізингу. Цим самим можна також помітно скоротити потрібну величину стартового підприємницького капіталу.

3 За необхідності придбання нового устаткування також можна зекономити певну суму власного підприємницького капіталу. Для цього потрібно ґрунтовно вивчити можливі пропозиції ринку, продажні ціни на устаткування, що коливаються у певних межах, і вибрати найбільш економічні його види.

4 При визначенні суми потрібної готівки треба неодмінно враховувати проміжок часу між започаткуванням виробництва і надходженням перших доходів, оскільки в межах цього терміну потрібно виплачувати заробітну плату. Відповідно до тривалості такого періоду необхідно коригувати й обсяг фінансових коштів за відповідними статтями передбачуваних витрат.

У процесі розрахунків стартового підприємницького капіталу варто не шкодувати часу на аналіз можливих варіантів і вибрати найкращий з них, що забезпечить мінімізацію потрібних інвестиційних ресурсів.

Особливості формування в перехідний 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 суспільно значущих підприємницьких проєктів.

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

- 1) розробляється конкретний підприємницький проєкт;
- 2) здійснюється розподіл проєкту на окремі складові;
- 3) проводиться розміщення замовлень на виробництво кожної складової загального проєкту (окремого виду продукції або послуги);
- 4) підприємець здійснює складальні операції, пакує і маркує товар;
- 5) підприємець поставляє готовий товар споживачам і оgrimує від них гроші;
- 6) отримавши гроші, підприємець розраховується зі своїми партнерами;
- 7) після закінчення реалізації продукції підприємець розпочинає новий цикл, масштабніший за перший.

Діяльність за названих умов можна започаткувати майже з «нульовим» капіталом, оскільки не треба витрачатись 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.

3.3 Джерела формування підприємницького капіталу

Можливі способи формування підприємницького капіталу:

- 1 Фінансові підсумки попередньої підприємницької діяльності (власної або успадкованої).
- 2 Особисті заощадження (не лише у грошовій, а й у речовій, товарній формі).
- 3 Позичкові кошти, тобто отримані в борг з певними зобов'язаннями (скажімо, сплата встановленого відсотка за рік).

Третій спосіб формування початкового статутного капіталу має значне поширення в Україні; це так зване «зростання з нуля». При цьому варто зазначити, що отримати кредит не так просто — потрібна тверда гарантія щодо його вчасного повернення. Такою гарантією можуть бути якість підприємницького проекту, точність економічних розрахунків, висока ймовірність значного ефекту, швидка оборотність і окупність капіталу.

З огляду на економічне розуміння не треба плутати (ототожнювати) терміни «позика» і «кредит» (хоч кредит інколи використовується у формі позики — безвідсоткового кредиту).

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

Кредит — господарсько-економічна операція з надання однією стороною (звичайно 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 звичайно є багатоспрямованими і порівняно численними. У зв'язку з цим їх варто групувати (класифікувати) за певними ознаками.

За ознакою залежності від форми забезпечення (застави) передусім виокремлюють 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.

Кредити мають різні строки повернення:

- *онкольні кредити* (кредити до запитання, які повертаються на першу вимогу

кредитора);

- *короткострокові* (надаються на термін до одного року);
- *середньострокові* (від 1 до 5 років);
- *довгострокові кредити* (понад п'ять років).

Види кредитів:

- *кредити для поповнення власних оборотних коштів або для інвестування різних за призначенням об'єктів;*
- *сільськогосподарські кредити;*
- *кредити посередникам фондового ринку та іпотечні кредити.*

Основні способи погашення кредитів:

- *разове повернення* зі сплатою певного відсотка за користування ними;
- *повернення кредитних ресурсів та виплат*, тобто здійснення кількох послідовних платежів у межах загальної суми кредиту з урахуванням відсотка за користування ним.

На етапі реалізації підприємницького проекту підприємець приймає рішення щодо вибору найбільш прийнятної форми формування підприємницького капіталу. Рішення має базуватися на результатах порівняльного аналізу всіх доступних на даний час можливостей формування капіталу. Доступними вважаються всі виявлені джерела формування капіталу.

При формуванні стартового підприємницького капіталу підприємець має враховувати не тільки його загальну величину у вартісному вираженні, а й прогнозовану економічну вигоду від вкладення у власну справу.

3.4 Порядок одержання кредиту в банку

Проект повинен не суперечити нормам охорони навколишнього середовища, охорони здоров'я й безпеки, включаючи чинні закони про охорону навколишнього середовища й нормативні акти України. Кредитні засоби не можуть бути використані для:

- виробництва або торгівлі зброєю або іншим військовим устаткуванням;
- виробництва або торгівлі виробами, зробленими з матеріалів, зникаючих видів тварин або рослин;
- виробництва або торгівлі тютюновими виробами;
- виробництва або торгівлі спиртними напоями;
- функціонування казино або інших установ грального бізнесу;
- операцій спекулятивного характеру;
- інвестицій у які-небудь види цінних паперів.

Крім того, кредити не надаються для погашення існуючих зобов'язань Позичальника.

Дані обмеження мають принциповий характер як при кредитуванні ресурсами міжнародних організацій, так і при кредитуванні ресурсами банку.

Методика мікрокредитування припускає видачу кредиту Позичальникові навіть в умовах обмеженої інформації про фінансовий стан клієнта, що унеможливує одержання звичайного банківського кредиту.

Визначальним фактором при ухваленні рішення про видачу кредиту є не забезпечення й навіть не діяльність клієнта в минулому, а перспективи проекту, що кредитується; це досягається використанням специфічних методів аналізу й вимагає максимально тісної й відкритої взаємодії клієнта й відповідального працівника банку.

Однією з основних особливостей методики кредитування є обов'язкова наявність графіка погашення кредиту. Він може бути у вигляді:

- рівних частин протягом терміну дії кредиту;
- частин, що збільшуються;
- з відстроченням першого траншу погашення.

Такий порядок погашення заборгованості веде до того, що ефективна відсоткова ставка виявляється значно нижчою від задекларованої в кредитній угоді.

Для розгляду проекту Позичальник (приватний підприємець без утворення юридичної особи) подає в банк або його філію заявку й такі документи:

- копію свідоцтва про державну реєстрацію;
- копію довідки про присвоєння ідентифікаційного коду;
- копії ліцензій на право заняття певними видами діяльності, патентів і дозволів;
- накладні, господарські договори й / або інші документи, що підтверджують діяльність підприємця;
- договори оренди або правовстановлювальні документи на об'єкти, орендовані підприємцем або належні йому (офіс, квартира);
- документи, що підтверджують право власності на заставне майно.

За поданими документами проводиться попередня експертиза з метою перевірки Позичальника й інвестиційного проекту на відповідність критеріям Кредитної лінії ЄБРР.

Тема 4

Технологія створення і початок діяльності посередницького підприємства на прикладі створення приватного підприємства

4.1 Реєстрація підприємницької діяльності

Здійснення підприємницької діяльності в Україні дозволяється тільки після проходження процедури державної реєстрації як суб'єкт підприємницької діяльності, що проводиться державним реєстратором у місцевому виконавчому комітеті державної адміністрації.

Згідно зі ст. 42 Закону України від 15.05.2003 р. № 755-ІВ "Про державну реєстрацію юридичних осіб і фізичних осіб - підприємців" (далі - Закон №755) громадянин, що має намір стати підприємцем, повинен представити особисто державному реєстраторові за місцем проживання такі документи [6]:

- паспорт;
- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця;
- копію довідки про внесення заявника в Держреєстр фізичних осіб - платників податків й інших обов'язкових платежів (ідентифікаційний номер);
- документ, що підтверджує внесення реєстраційного збору за проведення держреєстрації фізичної особи - підприємця (це може бути копія квитанції, виданої банком). Сума реєстраційного збору для фізичних осіб - підприємців становить два неоподатковуваних мінімуму доходів громадян (далі - нпмдг) (34 грн) (рис.4.1).

Зазначені документи можуть подаватися особисто заявником або надсилати поштою. При цьому у випадку подання документів заявником особисто необхідно показати паспорт, а у випадку надсилання поштою - нотаріально засвідчити підпис на реєстраційній картці.

Держреєстратор приймає документи по опису, копія якої потім видається заявникові з оцінкою про дату надходження документів або ж висилається рекомендованим листом поштою (якщо документи прийшли поштою). Дата надходження документів заноситься в реєстраційний журнал. На підставі даних реєстраційної картки держреєстратор вносить запис про проведення реєстрації в Єдиний Держреєстр, після чого заводить на підприємця окрему реєстраційну справу. Дата внесення відомостей у Єдиний Держреєстр вважається датою реєстрації фізичної особи-підприємця. При цьому строк реєстрації не повинен перевищувати двох робочих днів з дати подачі документів. Свідцтво про Держреєстрації повинне видаватися не пізніше наступного робочого дня з дати реєстрації.

Згідно із ст. 6 Закону № 755 державний реєстратор передає відомості з реєстраційних карток фізичних осіб - підприємців в органи державної

податкової служби, Пенсійного фонду й всіх соціальних фондів для взяття підприємця на облік.

Дата одержання ним Свідоцтва про держреєстрацію є початком відліку строків інших видів реєстрації, передбачених законодавством.

Після одержання Свідоцтва про держреєстрацію підприємець повинен зареєструватися протягом п'яти днів - в органі податкової служби за своїм місцем проживання для постановки на податковий облік. При цьому він повинен визначитися з вибором системи оподаткування:

- загальна (зі сплатою авансових платежів);
- спрощена (зі сплатою єдиного податку);
- зі сплатою фіксованого податку (шляхом придбання патенту).

4.2 Реєстрація в органі податкової служби

Для взяття на податковий облік підприємець повинен звернутися в орган податкової служби з такими документами:

- заявою, що громадянин зобов'язаний заповнити особисто за ф. № 5-ОПП;
- копією посвідчення про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності - фізичної особи;
- документом, що засвідчує особистість (паспортом).

На практиці, можливо, буде потрібно мати при собі ксерокопію сторінок паспорта, на яких наклеєна фотокартка, зазначені дата й орган видачі, місце прописки.

Крім того, в органах податкової служби від підприємця вимагають подання оригіналу (або копії) довідки про присвоєння ідентифікаційного номера, а також Книги обліку доходів і витрат за ф. № 10 (далі - Книга ф. № 10), затвердженої додатком № 10 до Інструкції про прибутковий податок із громадян. Книгу необхідно пронумерувати й прошнурувати. Запис про те, що в даній книзі пронумерована й прошнурована певна кількість аркушів, засвідчується підписом начальника органу податкової служби й печаткою цього органу. Розміщається подібний запис на невеликому аркуші паперу, що наклеюється на останньому аркуші (обкладинці) книги.

Дані із заяви за ф. № 5-ОПП працівниками підрозділів з обліку платників податків заносяться в Держреєстр фізичних осіб.

Фізичні особи-підприємці, що підпадають під визначення платників податку на додану вартість, зобов'язані зареєструватися як платники ПДВ в органі державної податкової служби за їх місцем проживання.

Після взяття підприємця на облік як платника податків й інших обов'язкових платежів органи податкової служби видають йому довідку за ф. № 4-ОПП (оформлення безкоштовне), що підтверджує взяття його на податковий облік. Приватному підприємцеві видаються також копії даної

довідки, про що робиться запис у журналі реєстрації копій довідок про взяття платника податків на облік за ф. № 14-ОПІ. Копії довідки за ф. № 4-ОПІ подаються в установи банків, де приватний підприємець буде відкривати поточні рахунки, а також за необхідності в інші органи державної влади.

Органи податкової служби мають право накладати на громадян - суб'єктів підприємницької діяльності адміністративні штрафи:

- якщо громадянин займається підприємницькою діяльністю без державної реєстрації, на нього буде накладений штраф у розмірі від 3 до 8 нпмдг (від 51 грн до 136 грн);

- якщо громадянин, здійснюючи підприємницьку діяльність, винні у відсутності обліку або неналежному веденні Книги ф. № 10, накладається штраф у розмірі від 1 до 5 нпмдг (від 17 грн до 85 грн).

4.3 Реєстрація осіб-платників ПДВ

Приватному підприємцю, який за певних умов потрапляє до «кола платників ПДВ» (файл – «коло платників ПДВ»), необхідно зареєструватися після взяття його на облік в органі державної податкової служби. Документом, що підтверджує факт взяття на облік у податкових органах, є копія довідки за ф. № 4-ОПІ.

Такий самий порядок реєстрації необхідно пройти і фізособі-платнику єдиного податку, який виявив бажання стати платником ПДВ добровільно.

Реєстр платників ПДВ веде центральний податковий орган. Будь-якій особі, яка зареєструвалася як платник ПДВ, присвоюється індивідуальний податковий номер. Цей номер використовується виключно для справляння ПДВ.

Механізм реєстрації фізосіб — СПД як платників ПДВ складається з таких етапів (таблиця 4.1):

1) для реєстрації подається заява про реєстрацію фізособи — СПД як платника ПДВ (п. 9.3 *Закону про ПДВ*). Заява за формою № і-р заповнюється в одному примірнику друкованим способом чи від руки друкованими літерами чорнилом темного кольору. До заяви додається платіжний документ про оплату внесення до Реєстру платників ПДВ у розмірі 1 нмдг (17 грн), і подача його здійснюється особисто або поштою з повідомленням про вручення.

2) видача свідоцтва про податкову реєстрацію фізособи — СПД як платника ПДВ. Термін видачі — протягом 10 днів із дня одержання реєстраційної заяви (п. 9.5 *Закону про ПДВ*).

Таблиця 4.1 – Процес реєстрації платником ПДВ

Закон про пдв	У яких випадках реєструються платником ПДВ	Умова	Термін подачі заяви для реєстрації
1	2	3	4
пп. «а» п. 2.1, п. 2.2	«Добровольці» у тому числі фізособи — спрощенці		Не пізніше ніж за 20 календарних днів до початку податкового періоду, з якого особи-«добровольці» бажають стати платниками ПДВ [абз. перший п.9.4, пп. «в» п.9.6]
абз. «б» п. 2.1 пп. 2.3.1	Обов'язково повинні зареєструватися: 1 Особи, в яких загальна сума від здійснення операцій з поставки товарів (послуг) за останні 12 календарних місяців перевищує 300 тис. грн (без урахування ПДВ). Вияток: особи, які не є платниками ПДВ (юрособи і фізособи— платники єдиного податку)	600 тис. грн > V > 300 тис грн V > 600 тис. грн Укладено договір, де обсяг планованих операцій > 600 тис. грн	Протягом 20 календарних днів, наступних за звітним періодом (місяцем), у якому був факт перевищення 300 тис. грн [абз. другий п.9.4] Протягом 20 календарних днів з моменту досягнення V > 600 тис. грн [пп. «а» п.9.6] До кінця звітного податкового періоду, у якому було укладено договір [абз. третій п. 9.4]
пп. 2.3.2	2 Особа, уповноважена вносити консолідований податок підприємствами залізничного транспорту і зв'язку	V = п (тобто обмеження в розмірі параметра V немає)	Не пізніше ніж за 20 календарних днів до початку здійснення таких операцій [пп. «б» п.9.6]

Продовження табл. 4.1

1	2	3	4
пп. 2.3.3	3 Особа, що поставляє товари (послуги) в Україну з використанням глобальної або локальних комп'ютерних мереж	Режим оподаткування значення не має	
пп. 2.3.4	4 Особа, що реалізує конфісковане майно		
п. 2.4	Імпортери Вияток: платниками ПДВ не є: 1 Нерезиденти, які пересилають поштою відправлення згідно з правилами Міжнародного поштового союзу на митну територію України, і одержувачі таких поштових відправлень. 2 Фізособи— громадяни, не зареєстровані як платники, що ввозять товари в супроводжуваному багажі чи одержують їх як поштові відправлення: а) вартість товару не більше 200 євро плюс вага не більше 50 кг;	ПДВ не сплачується	
	б) вартість товару більше 200 євро плюс вага більше 50 кг;		

4.4 Реєстрація в Пенсійному фонді

Реєстрації в органах Пенсійного фонду підлягають всі підприємці незалежно від вибраної системи оподаткування. Необхідність реєстрації платників єдиного й фіксованого податку, що не використовують працю найманих робітників як платників збору, обумовлена тим, що із сум сплаченого податку Держказначейством виробляються відрахування в Пенсійний фонд.

У зв'язку з тим що в цей час активно відбувається процес введення реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності за принципом "єдиного вікна", правління Пенсійного фонду відповідно до доручення Президента України від 01.06.2005 р. № 1-1/444 і доручення Прем'єр-міністра України від 02.06.2005р. № 28479В1/1-05 з 1 липня 2005 року призупинило старий порядок реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності, наведений у розділі 3 Інструкції № 21-1, і Постановою від 21.06.2005 р. № 10-1 затвердило Тимчасовий порядок узяття на облік і зняття з обліку в органах Пенсійного фонду України юридичних осіб і фізичних осіб і підприємців як платників страхових внесків (далі - Порядок № 10-1).

Відтепер підприємцям не потрібно готувати окремий пакет документів і відвідувати органи Пенсійного фонду для здійснення реєстрації.

Державний реєстратор направляє в органи Пенсійного фонду за місцем проживання підприємця повідомлення про проведення державної реєстрації

такого підприємця. У повідомленні зазначаються номер і дата внесення відповідного запису в Єдиний державний реєстр, а також відомості з реєстраційної картки підприємця.

Протягом трьох робочих днів від дня взяття на облік органи Пенсійного фонду направляють поштою підприємцеві повідомлення (за формою відповідно до додатка 2 Порядки № 10-1) про те, що він узятий на облік як платник збору. Повідомлення повинне містити дані про реєстраційний номер платника, який необхідно зазначати на платіжних документах при здійсненні розрахунків з Пенсійним фондом; про строки перерахування збору й дату подання звітності; а також номер рахунка, на який перераховуються кошти.

4.5 Реєстрація в органах соціального страхування

Якщо приватний підприємець використовує у своїй діяльності працю найманих робітників, він повинен також зареєструватися у:

- відділенні виконавчої дирекції Фонду соціального страхування по тимчасовій втраті працездатності (далі - Фонд по тимчасовій непрацездатності) у десятиденний строк з моменту висновку трудового договору з першим із найманих робітників;

- відділенні виконавчої дирекції Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві й професійних захворюваннях (далі - Фонд від нещасних випадків) у десятиденний строк з моменту висновку трудового договору з першим з найманих робітників;

- відділенні виконавчої дирекції Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття (далі - Фонд зайнятості) з моменту висновку трудового договору з першим з найманих робітників.

Приватні підприємці, що працюють самостійно, можуть зареєструватися у фондах соціального страхування за власною ініціативою, тобто добровільно, і при настанні страхового випадку одержувати матеріальне забезпечення й соціальні послуги за умови сплати страхових внесків.

За відхилення громадян-підприємців від реєстрації в Пенсійному фонді й фондах соціального страхування України як платників обов'язкових страхових внесків передбачена адміністративна відповідальність, а саме штраф у розмірі від 8 до 15 нпмдг (від 170 грн до 255 грн).

4.5.1. Реєстрація у Фонді по тимчасовій непрацездатності

Згідно з пп. 2.5 п. 2 Інструкції № 16 підприємці від дня висновку першого трудового договору з найманим робітником зобов'язані в десятиденний строк подати в робочі органи Фонду по тимчасовій непрацездатності паспорт, заяву й завірені відповідальною особою Фонду копії таких документів:

— посвідчення про Держреєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності;

— довідки про присвоєння ідентифікаційного номера.

Підприємці, що сплачують єдиний податок, при реєстрації подають копію документа, що підтверджує їх перехід на спрощену систему оподаткування.

Після реєстрації страхувальникові видається повідомлення, у якому зазначається реєстраційний номер. Добровільно застрахованим особам, крім повідомлення про реєстрації, видається ще й страхове посвідчення, що повинне представлятися застрахованою особою при одержанні засобів з Фонду по тимчасовій непрацездатності.

Відповідно до пп. 2.11 п. 2 Інструкції № 16 страхувальник не може бути зареєстрований двічі й мати два реєстраційних номери. Однак у випадку якщо підприємець зареєструвався як платник внесків, що має найманих робітників і ухвалює рішення щодо добровільного особистого страхування, йому привласнюється новий персональний номер. Новий номер привласнюється підприємцеві й у випадку, якщо він застрахований у добровільному порядку й реєструється у зв'язку з використанням найманої праці.

Відповідно до Закону № 2240 за порушення строку реєстрації з підприємця стягується штраф у розмірі 50% суми сплати страхових внесків за весь період, що минув від дня, коли він повинен був зареєструватися.

4.5.2 Реєстрація у Фонді зайнятості

Згідно з пп. 3.1 п. 3 Інструкції № 339 роботодавці - фізичні особи зобов'язані зареєструватися в центрі зайнятості за своїм місцем проживання від дня висновку трудового договору з першим з найманих робітників.

Для реєстрації підприємець подає заяву, в якій зазначають: прізвище, ім'я та по батькові підприємця; номер рахунка в банку (за його наявності); номер Свідоцтва про державну реєстрацію й ідентифікаційний номер. До заяви додаються завірені відповідальною особою центра зайнятості копії таких документів:

— посвідчення про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності;

— довідки про присвоєння ідентифікаційного номера.

Підприємці, що реєструються на добровільних началах, представляють зазначені документи й подають заяву, у якому зазначають ті самі дані, що й при оформленні заяви при обов'язковій реєстрації.

Після реєстрації платникові страхових внесків видається повідомлення, у якому проставляється реєстраційний номер.

За порушення строку реєстрації як платник страхових внесків на роботодавця накладає штраф у розмірі 50% суми належних до сплати страхових внесків за весь період, що минув від дня, коли страхувальник

повинен був зареєструватися (пп. 9.2 п. 9 Інструкції № 339), а також адміністративний штраф.

4.5.3 Реєстрація у Фонді від нещасних випадків

Реєстрацію необхідно здійснити в десятиденний строк після висновку трудового договору із першим з найманих робітників.

Для реєстрації у відділенні виконавчої дирекції Фонду від нещасних випадків підприємець подає заяву, в якій зазначають: його прізвище, ім'я, по батькові; місце проживання; дані паспорта; номер посвідчення про державну реєстрацію; ідентифікаційний номер; уточнюється, чи використовується наймана праця.

Крім того, необхідно представити засвідчені нотаріально або відповідальною особою виконавчої дирекції Фонду від нещасних випадків копії таких документів:

- посвідчення про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності;

- довідки про присвоєння ідентифікаційного номера з Державного реєстру фізичних осіб - платників податків й інших обов'язкових платежів;

- копії трудових договорів з найманими робітниками.

При добровільній реєстрації підприємець повинен подати той самий пакет документів, крім договорів з найманими робітниками.

Після реєстрації страхувальникові (підприємцеві) видається страхове свідчення, в якому зазначається реєстраційний номер.

Орган виконавчої дирекції Фонду від нещасних випадків у десятиденний строк після прийняття заяви видає страхувальникові повідомлення, у якому зазначають:

- клас ризику виробництва, якому відповідає основна діяльність підприємця;

- розмір страхового тарифу;

- розрахунок розміру страхового внеску;

- банківські реквізити для перерахування внесків.

Після реєстрації підприємець може починати свою підприємницьку діяльність, але за умови, що ця діяльність не вимагає наявності ліцензії або інших дозвільних документів.

4.6 Реєстрація за принципом "єдиного вікна"

З 01.07.2005 р. за дорученням Президента України від 01.06.2005 р. № 1-1/444 у всіх регіонах нашої країни повинна бути введена система "єдиного вікна", що дозволяє спростити реєстрацію з підприємницької діяльності. Однак у Донецькій, Рівненській, Хмельницькій областях й АР Крим організація "єдиних вікон" реалізована частково. В інших регіонах активно ведеться

робота зі спрощення реєстраційних процедур шляхом створення "єдиних офісів".

У процесі реалізації принципу "єдиного вікна" виникають певні труднощі:

- відсутність програмного забезпечення, що дозволило б налагодити обмін інформацією між реєстраторами й іншими органами державної влади; відсутність законодавчих актів, що регламентують діяльність служби "єдиного вікна" й адміністратора;

- проблеми виникають і при одержанні певних дозвільних документів, особливо тих, які видаються в центральних органах виконавчої влади в Києві, а не за місцем фактичного здійснення підприємницької діяльності;

- у питанні щодо видачі дозволів на виготовлення печаток, проведення окремих державних експертиз (пожежної, санітарно-гігієнічної, екологічної та ін.), що значно ускладнює одержання дозволів. Особливо гостро стоїть проблема відведення земельних ділянок, що триває за часом від 10 місяців до 1,5 року.

Тема 5

Технологія одержання печатки, штампів і відкриття рахунка в банку

5.1 Одержання печатки і штампів

Фізична особа для здійснення підприємницької діяльності не обов'язково повинна «заводити» печатки чи штамп. Це робиться добровільно, виходячи з особистих суб'єктивних вимог щодо ведення свого бізнесу.

Для того щоб одержати печатку (або штамп) фізособі-підприємцю, необхідно [6]:

- звернутися до органу внутрішніх справ, щоб одержати Дозвіл на оформлення замовлення на виготовлення печатки (або штампа);
- скористатися послугами штемпельно-граверної майстерні для виготовлення печатки (або штампа).

Для одержання дозволу на оформлення замовлень на виготовлення печаток (або штампів) приватний підприємець подає до органів внутрішніх справ *заяву*. У ній зазначаються:

- а) кількість печаток і штампів, які необхідно виготовити;
- б) уперше чи ні виготовляються печатки (або штамп). Якщо печатки виготовляються не вперше, то в заяві зазначається підстава їх виготовлення;
- в) місцезнаходження фізособи — підприємця;
- г) особа, що несе відповідальність за одержання дозволу на виготовлення печаток (або штампів), її прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані;
- г) прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані керівника або уповноваженої ним особи, яка подає клопотання до органу внутрішніх справ.

До заяви додаються такі документи:

- копія свідоцтва про держреєстрацію, нотаріально засвідчена;
- зразки (ескізи) печаток, штампів у двох примірниках, затверджені керівником (власником);
- копія довідки про присвоєння ідентифікаційного номера фізичної особи — платника податків.

Протягом 5 робочих днів із дня одержання пакета документів орган внутрішніх справ зобов'язаний:

- видати дозвіл на виготовлення печаток (чи штампів) фізособі — підприємцю або
- надати письмову відмову, зазначивши при цьому її причини.

За видачу дозволів справляється плата, розмір і порядок використання якої встановлюються КМУ. Платіжне доручення або квитанції про оплату

Після того як орган внутрішніх справ прийняв рішення про дозвіл фізособі — підприємцю на оформлення замовлення печатки:

- на зворотному боці оригіналу свідоцтва про держреєстрацію, що подається до органів внутрішніх справ при одержанні дозволу, проставляється штамп про видачу дозволу на право виготовлення печаток (або штампів) у певній кількості. Замість оригіналу свідоцтва може бути й інший документ, який би підтверджував легалізацію діяльності приватного підприємця;

- документ, що підтверджує такий дозвіл органів внутрішніх справ, підписується працівником дозвільної системи, скріплюється печаткою з відбитком «Дозвільна система»;

- - потім цей документ повертається його власнику.

Якщо печатки і штампи виготовляються вперше, то орган внутрішніх справ на дозволі та на кожному примірнику зразків (ескізів) печаток і штампів проставляє штами про те, що вони були виготовлені вперше.

Якщо печатки і штампи виготовляються у зв'язку із заміною старих або у зв'язку зі змінами, доповненнями в написах на печатках і штампах, то орган внутрішніх справ на дозволі та на кожному примірнику зразків (ескізів) печаток і штампів проставляє штамп про виготовлення печаток, штампів замість наявних.

Старі печатки підлягають знищенню в органах внутрішніх справ, про що фізособі — підприємцю видається квитанція про знищення печаток і штампів.

У разі крадіжки, втрати печаток або штампів громадяни-підприємці зобов'язані негайно повідомити про це органи внутрішніх справ і вжити відповідних заходів, спрямованих на їх розшук. При цьому дозвіл на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів замість викрадених, загублених видається на загальних підставах. Єдина відмінність полягає в тому, що він видається фізособі-СПД після опублікування в пресі повідомлення про недійсність викрадених, загублених печаток (або штампів). Печатки (або штампи), виготовлені замість викрадених (загублених), повинні мати у відбитку букв «Д» (дублікат).

Оформлений дозвіл видається громадянам-підприємцям під розписку, після пред'явлення паспорта або іншого документа, що посвідчує особу.

5.2 Відкриття рахунка в банку

Підприємці здійснюють розрахунки один з одним або з юридичними особами як у готівковій, так і в безготівковій формі. Розрахунки в безготівковій формі здійснюються за допомогою векселів, рахункових чеків,

платіжних карток тощо. При цьому підприємцям не обійтися без відкриття рахунка в установі банку.

Можна відкривати рахунки (кількість рахунків необмежена):

- у національній,
- в іноземній валюті.

Законодавство не вимагає від підприємців обов'язкового відкриття рахунка в банку – це справа добровільна.

Процес відкриття рахунка:

2 *Вибір банку, де підприємець планує відкрити рахунок*

Після згоди керівництва банку підприємець і банк укладають договір, обов'язково в письмовій формі. У договорі визначаються умови відкриття рахунка та особливості його функціонування. При цьому умови договору не повинні суперечити вимогам *Інструкції №492*.

2 *Підприємець подає пакет документів:*

1) заяву про відкриття поточного рахунка, підписану фізичною особою — підприємцем (*бланк надається банком*);

2) копію Свідоцтва про держреєстрацію фізичної особи — підприємця, виданого уповноваженим органом державної влади України за місцем проживання, засвідчена нотаріально або органом, що його видав;

3) копію документа (довідки за формою №4-ОПП), що підтверджує взяття фізичної особи — підприємця на облік в органі державної податкової служби, засвідчену органом, що видав документ, чи нотаріально;

4) копію документа (додаток 4 до Інструкції №21-1), що підтверджує реєстрацію фізичної особи-підприємця у відповідному органі Пенсійного фонду України, засвідчену органом, що його видав, або нотаріально;

5) картка зі зразками підписів (додаток 4 до *Інструкції №492*). Якщо підприємець працює з використанням печатки, наявність відбитка печатки на картці зразка підписів є обов'язковою. Зразки підписів засвідчуються підписом уповноваженого працівника банку або нотаріально;

6) якщо фізична особа-підприємець використовує найману працю, додатково необхідно подати копію страхового свідоцтва, що підтверджує реєстрацію у відповідному органі Фонду «нещасного випадку», засвідчену органом, що його видав, або нотаріально. Якщо фізична особа — підприємець не використовує працю найманих працівників, вона обов'язково має зазначити це в заяві про відкриття поточного рахунка в рядку «Додаткова інформація».

Отже, якщо підприємець подасть у повному обсязі всі перелічені вище документи і при його ідентифікації не виникне немотивованих підозр у працівника банку, то йому цього ж дня буде відкрито рахунок.

Підтвердженням того, що прийнято рішення про відкриття рахунка цьому підприємцю, є відмітка в заяві про дату відкриття і номер рахунка, яку робить уповноважений працівник банку. Після цього заяву підписує один з керівників банку або уповноважена ним особа, на яку відповідно до внутрішнього положення банку покладено обов'язок приймати рішення про відкриття поточних рахунків клієнтів.

Днем відкриття поточного рахунка клієнта вважається дата, зазначена на заяві про відкриття цього рахунка в розділі «Відмітки банку».

5.3 Порядок інформування органів податкової служби

Документом, що регламентує порядок інформування органів податкової служби про відкриття рахунків у банку, є *наказ ДПА України від 01.08.2001 р. №306 «Про затвердження Порядку подання податковим органам Повідомлення про відкриття (закриття) рахунків у фінансових установах».*

Відповідно до цього *наказу* підприємець протягом трьох робочих днів (включаючи день відкриття рахунка) зобов'язаний поінформувати про це орган податкової служби за місцем реєстрації чи особисто за допомогою поштового відправлення з повідомленням про вручення.

Наказом №306 затверджено форму повідомлення, що оформлюється установою банку, в якому відкрито рахунок підприємцю. При одержанні повідомлення орган податкової служби реєструє його за умови заповнення всіх необхідних реквізитів і повертає підприємцю зі штампом відповідного підрозділу податкової служби і датою реєстрації.

У триденний строк після дати одержання повідомлення орган державної податкової служби направляє установі банку, в якому відкрито рахунок, або повертає платнику для подальшої передачі до установи банку корінець повідомлення з відміткою про взяття рахунка на податковий облік. Повідомлення зберігається в особовій справі платника податків.

Датою початку видаткових операцій за рахунком підприємця в банку є дата реєстрації одержання банком корінця повідомлення про взяття рахунка на облік органом державної податкової служби. Повідомлення зберігається в юридичній справі клієнта в банку.

За несвоєчасне повідомлення податкової служби про відкриття рахунка передбачено фінансову санкцію в розмірі 20 нмдг (340 грн.) (п. 12 ст. 11 Закону «Про державну податкову службу в Україні» від 04.12.90р. №509-ХІІ зі змінами та доповненнями).

Тема 6

Патенти та ліцензії. Порядок їх використання.

6.1 Ліцензування господарської діяльності

Види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, і порядок їх ліцензування визначено *Законом України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» від 01.06.2000р. № 1775-III* (далі — *Закон про ліцензування*).

Чинність *Закону про ліцензування* поширюється на всіх суб'єктів господарювання.

Ліцензія — це документ дозвільного характеру, що дає право на заняття певним видом господарської діяльності, який відповідно до законодавства підлягає обмеженню.

Згідно зі ст. 9 *Закону про ліцензування* ліцензуванню підлягають окремі види господарської діяльності (додаток Б).

Крім переліку видів діяльності за ст. 9 *Закону про ліцензування*, існують й інші види діяльності, що підлягають ліцензуванню, такі, як виробництво та продаж алкогольних і тютюнових виробів. Порядок і принципи державного регулювання виробництва та реалізації зазначених товарних позицій визначені *Законом України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів»- від 19.12.95 р. №481 /95-ВР, зі змінами та доповненнями* (далі — *Закон №481*)[6].

Відповідно до статті 8 *Закону про ліцензування* суб'єкт господарювання зобов'язаний провадити певний вид господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, відповідно до встановлених для цього виду діяльності ліцензійних умов. Ліцензійні умови та зміни до них підлягають оприлюдненню у порядку, встановленому законодавством, і набирають чинності через 10 днів після державної реєстрації нормативно-правового акта, якщо в ньому не передбачено пізніший строк набрання чинності.

6.2 Порядок одержання ліцензії

Процедура одержання ліцензії залежить від того, яким видом діяльності має намір займатися фізособа — підприємець. Тому щодо цього розглянемо 2 «гілки»:

1) порядок одержання ліцензії за переліком, зазначеним у ст. 9 *Закону про ліцензування*;

2) порядок одержання ліцензії для здійснення операцій з алкогольними і тютюновими виробами згідно із *Законом №481*.

Порядок одержання ліцензії за переліком, зазначеним у ст. 9 закону про ліцензування

Приватний підприємець, який має намір здійснювати вид діяльності, що підлягає ліцензуванню, повинен подати до органу ліцензування такі документи:

1) заяву встановленого зразка про видачу ліцензії, в якій зазначаються:

— прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані (серія, номер паспорта, ким виданий і коли виданий, місце проживання), ідентифікаційний номер фізичної особи — платника податків та інших обов'язкових платежів;

— вид господарської діяльності, на здійснення якої заявник має намір одержати ліцензію;

2) копію свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності.

Для окремих видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, до заяви про видачу ліцензії також додаються документи, вичерпний перелік яких встановлено *Постановою Кабінету Міністрів України від 04.07.2001р. №756*.

Заява про видачу ліцензії та документи, що додаються до неї, приймаються за описом, копія якого видається заявнику з відміткою про дату прийняття документів органом ліцензування і підписом відповідальної особи.

Орган ліцензування приймає рішення про видачу ліцензії або про відмову в її видачі в строк не пізніше десяти робочих днів із дати надходження заяви про видачу ліцензії та документів, що додаються до заяви.

Повідомлення про прийняття рішення про видачу ліцензії або про відмову надсилається заявнику в письмовій формі протягом трьох робочих днів з дати прийняття відповідного рішення. У разі відмови у видачі ліцензії на підставі виявлення недостовірних даних у документах, поданих заявником про видачу ліцензії, суб'єкт господарювання може подати до органу ліцензування нову заяву про видачу ліцензії, але не раніше ніж через три місяці з дати прийняття рішення про відмову в її видачі.

Якщо ліцензіату відмовлено у видачі ліцензії на підставі невідповідності заявника ліцензійним умовам, установленим для виду господарської діяльності, зазначеної в заяві про видачу ліцензії, суб'єкт господарювання може подати до органу ліцензування нову заяву про видачу ліцензії після усунення причин, що стали підставою для відмови в її видачі.

За видачу ліцензії справляється плата у розмірі:

- 20 нмдг, якщо органом ліцензування є центральний орган виконавчої

влади;

- або 15 нмдг, якщо органом ліцензування є місцевий орган виконавчої влади.

Плата за видачу ліцензії має бути внесена суб'єктом господарювання після прийняття рішення про видачу ліцензії. Якщо заявник протягом 30 календарних днів із дня направлення йому повідомлення про прийняття рішення про її видачу не подав документ, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії, орган ліцензування має право скасувати рішення про її видачу. Так само орган ліцензування може вчинити й у тому випадку, якщо суб'єкт господарювання не звернувся до органу ліцензування для одержання оформленої ліцензії.

Орган ліцензування повинен оформити ліцензію не пізніше ніж за три робочі дні з дня надходження документа, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії.

Термін дії ліцензії становить п'ять років.

Винятком у цьому випадку є:

— діяльність із випуску і проведення лотерей. Ліцензія видається строком на 12 років;

— виробництво парфумерно-косметичної продукції з використанням спирту етилового. Ліцензія видається строком на 3 роки, а плата за її видачу справляється в розмірі 600 нмдг;

У разі якщо суб'єкт господарювання має намір здійснювати зазначений у ліцензії вид господарської діяльності після закінчення терміну її дії, він зобов'язаний одержати нову ліцензію. Вона видається не раніше ніж в останній робочий день дії раніше виданої ліцензії.

Штрафи: за заняття підприємницькою діяльністю без спеціального дозволу (ліцензії), якщо його одержання передбачене законодавством, на громадян-СПД накладаються адміністративні стягнення у вигляді штрафу від 3 до 8 нмдг з конфіскацією виготовленої продукції.

Імпорт, експорт, оптова і роздрібна торгівля алкогольними напоями і тютюновими виробами

Імпорт, експорт і оптову торгівлю алкогольними напоями і тютюновими виробами можуть здійснювати суб'єкти підприємницької діяльності усіх форм власності за наявності ліцензій (ст. 15 *Закону №481*).

Річна плата за ліцензії на право імпорту, експорту й оптової торгівлі цією продукцією встановлюється в таких розмірах [3, 6]:

— **імпорт алкогольних напоїв:** у річному обсязі 500000 гривень.

При перевищенні будь-якого з установлених щорічних обсягів вноситься додаткова плата в розмірі 1000000 гривень. Про внесення додаткової плати до

ліцензії вноситься відповідний запис. За відсутності такого запису дія ліцензії вважається призупиненою;

- **імпорт тютюнових виробів** — 500000 гривень;
- **експорт алкогольних напоїв і тютюнових виробів**— 3000 гривень;
- **оптова торгівля алкогольними напоями**— 250000 гривень,
- **тютюновими виробами**— 125000 гривень.

Ліцензії на право імпорту, експорту алкогольних напоїв і тютюнових виробів видаються **терміном на 5 років** органом виконавчої влади, уловноваженням КМУ. Плата за ліцензію справляється щорічно і зараховується до бюджету відповідно до чинного законодавства.

Ліцензії на право **оптової торгівлі** також видаються терміном на 5 років.

Сплата за весь термін дії ліцензії не дозволяється. Сплата чергового платежу за ліцензію справляється за кожен наступний щорічний термін дії ліцензії.

Суб'єкти підприємницької діяльності, що **одержали ліцензії на виробництво або імпорт** алкогольних напоїв чи тютюнових виробів, здійснюють поставку цієї продукції підприємствам оптової та роздрібною торгівлі та іншими українськими споживачами без ліцензій на оптову торгівлю лише в межах обсягів власного виробництва (імпорту).

Роздрібна торгівля алкогольними напоями або тютюновими виробами може здійснюватися суб'єктами підприємницької діяльності усіх форм власності, у тому числі її виробниками, за наявності в них ліцензій.

Щорічна плата за ліцензію на роздрібну торгівлю становить:

- **алкогольними напоями** — **8000 гривень** на кожен окремий, зазначений у ліцензії електронний контрольно-касовий апарат (книгу обліку розрахункових операцій), що є на місці торгівлі;
- **тютюновими виробами** на кожне місце торгівлі — **2000 грн.**

На території сіл і селищ, за винятком тих, котрі знаходяться в межах території міст:

- **500 гривень** на роздрібну торгівлю алкогольними напоями на кожен окремий, зазначений у ліцензії електронний контрольно-касовий апарат (книга обліку розрахункових операцій), що є на місці торгівлі;
- **250 гривень** — на роздрібну торгівлю тютюновими виробами на кожне місце торгівлі.

Для місць торгівлі, розміщених за межами території міст обласного підпорядкування і міст Києва і Севастополя на відстані до 50 км і які мають торговельні зали площею понад 500 м², щорічна плата за ліцензію на роздрібну торгівлю алкогольними напоями становить:

- **8000 гривень** на кожен окремий, зазначений у ліцензії електронний контрольно-касовий апарат (книга обліку розрахункових операцій),

що є на місці торгівлі;

- **2000 гривень** — на роздрібну торгівлю тютюновими виробами на кожне місце торгівлі.

Ліцензії на право роздрібно́ї торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами видаються терміном на один рік. Орган ліцензування — територіальні підрозділи регіональних управлінь Департаменту з питань адміністрування акцизного збору і контролю за виробництвом та обігом підакцизних товарів у містах, районах, районах у містах Києві і Севастополі за місцем торгівлі фізособи — СПД.

Плата за ліцензії на право зазначеної торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами сплачується щоквартально рівними частинами і зараховується до бюджету відповідно до чинного законодавства.

Для того щоб одержати ліцензію такого типу, фізособі-підприємцю необхідно до відповідного органу ліцензування подати пакет документів:

- заяву фізособи — СПД про одержання ліцензії на право роздрібно́ї торгівлі алкогольними чи тютюновими виробами;
- копію свідоцтва про держреєстрацію фізособи як підприємця, засвідчену нотаріально або органом, що видав це свідоцтво;
- довідка податкової служби про реєстрацію електронних контрольно-касових апаратів (книг обліку розрахункових операцій), що є на місці торгівлі.

При цьому в заяві слід зазначити вид господарської діяльності, на здійснення якої фізособа-СПД хоче одержати ліцензію (імпорт, експорт, оптова, роздрібна торгівля алкогольними напоями або тютюновими виробами).

Крім того, у заяві про видачу ліцензії на роздрібну торгівлю алкогольними напоями додатково зазначаються перелік електронних контрольно-касових апаратів (книг обліку розрахункових операцій), що є на місці торгівлі, а також адреса місця торгівлі. У заяві на видачу ліцензії на роздрібну торгівлю тютюновими виробами зазначається тільки адреса місця торгівлі.

У додатку до ліцензії на роздрібну торгівлю алкогольними напоями фізособою — СПД зазначаються:

- адреса місця торгівлі;

- перелік електронних контрольно-касових апаратів та повна інформація про них (їх модель, модифікацію, заводський номер, виробника, дату виготовлення; реєстраційні номери книг обліку розрахункових операцій, що знаходяться на місці торгівлі).

Вимагати подання будь-яких інших документів — відмінних від зазначених вище, — заборонено *Законом № 481*.

документів подається особисто фізособою (заявником або його уповноваженою особою) чи надсилаються поштою рекомендованим листом. Якщо пакет документів подається особисто, то всі документи повинні прийматися за описом, копія якого видається заявнику. У ній зазначається перелік прийнятих документів, дата прийняття заяви і підпис особи, що їх прийняла.

Протягом 10 календарних днів з дня одержання пакета документів заявнику видається ліцензія або рішення про відмову в її видачі, де зазначається підстава для відмови.

Дія ліцензії призупиняється на термін до сплати заборгованості у разі несвочасної сплати чергового платежу за ліцензію на підставі письмового розпорядження органу, який видав ліцензію.

За видачу дубліката ліцензії на оптову торгівлю, імпорт або експорт справляється плата в розмірі 1700 гривень, а дубліката ліцензії на роздрібну торгівлю — у розмірі 170 гривень, що зараховується до бюджету відповідно до чинного законодавства.

6.3 Патентування підприємницької діяльності

Відповідно до Закону України «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності» від 23.03-96р. №98/96-ВР (далі — Закон про патентування) патент — це державне свідоцтво, що засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності на здійснення певних видів діяльності.

Патентуванню підлягають такі види підприємницької діяльності:

- торгівля за готівкові кошти та інші готівкові платіжні засоби з використанням кредитних карток на території України;
- обмін готівкових валютних цінностей;
- послуги у сфері грального бізнесу;
- побутові послуги за встановленим переліком.

Закон про патентування передбачає використання суб'єктами підприємницької діяльності таких видів патентів:

- **торговий** — для здійснення торговельної діяльності за готівку, надання побутових послуг і послуг у сфері грального бізнесу, а також для обміну готівкових валютних цінностей;
- **короткостроковий** (має термін дії 1–15 днів) і **пільговий** (має мінімальну вартість 25,00 за весь термін дії) — для здійснення торговельної діяльності.

На кожен вид патентованої діяльності приватному підприємцю необхідно придбати відповідний торговий патент.

Бувають такі випадки:

І Якщо в одному пункті продажу товарів, в одному окремому приміщенні, будівлі чи в їх частинах здійснюються два і більше видів діяльності

разом із наданням послуг, що підлягають патентуванню (роздрібна торгівля, громадське харчування та один вид побутових послуг; роздрібна торгівля і кілька видів побутових послуг), приватний підприємець зобов'язаний придбати два торгових патенти: на торговельну діяльність і на діяльність з надання побутових послуг.

2 У випадку здійснення двох чи трьох видів торговельної діяльності (роздрібна та оптова торгівля, громадське харчування) в одному пункті продажу товарів придбається один торговий патент за максимальною вартістю, встановленою відповідним органом місцевого самоврядування з урахуванням місцезнаходження даного пункту й асортиментного переліку товарів.

3 Якщо суб'єкт підприємницької діяльності в одному окремому приміщенні, будівлі чи в їх частинах надає два і більше видів побутових послуг, що підлягають патентуванню, придбається один торговий патент за максимальною вартістю, встановленою відповідним органом місцевого самоврядування, з урахуванням місцезнаходження цього пункту і виду побутових послуг.

Підставою для придбання торгового патенту є заява. У ній містяться такі реквізити:

- прізвище, ім'я, по батькові приватного підприємця;
- адреса місця проживання приватного підприємця;
- вид підприємницької діяльності, здійснення якої вимагає придбання торгового патенту;
- найменування документа про повну або часткову сплату вартості торгового патенту.

Торгові патенти, форму бланків яких затверджено наказом ДПАУ від 13.03.98р. № 107, видаються суб'єкту підприємницької діяльності під розписку державними податковими органами в триденний термін з дня подачі заявки; суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснюють торговельну діяльність або надають побутові послуги (крім пересувної торговельної мережі), торговий патент видається за місцезнаходженням пункту продажу товарів або пункту з надання побутових послуг. Суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснюють торговельну діяльність через пересувну торговельну мережу, — за місцем реєстрації цих суб'єктів.

Торговий патент має бути розміщено на відкритому і доступному для огляду місці:

- на фронтальній вітрині магазину, а у разі її відсутності — біля касового апарата;
- на фронтальній вітрині малої архітектурної форми;
- на табличці — для автомагазинів, розвезень та інших видів пересувної торговельної мережі, а також для лотків, прилавків та інших видів

торговельних точок, відкритих у відведених для торговельної діяльності місцях;

- у приміщеннях для надання послуг у сфері грального бізнесу і надання побутових послуг.

Заборонено передачу торгового патенту іншому суб'єкту підприємницької діяльності.

6.4 Види патентів.

6.4.1 Торговий патент на здійснення торговельної діяльності

Торговельна діяльність із продажу товарів (відповідно до *Закону про патентування*) — це роздрібна та оптова торгівля, діяльність у торговельно-виробничій (громадське харчування) сфері за готівкові кошти, інші готівкові платіжні засоби і з використанням кредитних карток. Тобто під пунктами продажу товарів розуміється здійснення посередницької діяльності.

Із викладеного вище випливає, що де б не здійснювалася торгівля за готівкові кошти, на це торговельне місце необхідно придбати торговий патент. При цьому приватний підприємець, що має кілька торговельних точок, повинен придбати патент на кожну з них.

Вартість торгового патенту на здійснення торговельної діяльності встановлюється органами місцевого самоврядування залежно від місцезнаходження пункту продажу товарів і асортиментного переліку товарів.

Вартість торгового патенту за календарний місяць устанавлюється в розмірах таких граничних рівнів:

- на території міста Києва, обласних центрів — від 60 до 320 грн;
- на території міста Севастополя, міст обласного підпорядкування (крім обласних центрів) і районних центрів — від 30 до 160 гривень;
- на території інших населених пунктів — до 80 гривень.

Якщо пункти продажу товарів розміщені в курортних місцевостях або на територіях, що прилягають до митниць, інших пунктів переміщень через митний кордон, органи місцевого самоврядування, до бюджетів яких спрямовується плата за торговий патент, можуть прийняти рішення про збільшення такої плати, але не більше 320 гривень за календарний місяць. Додаткові доходи, одержувані в результаті прийняття зазначених рішень, повністю направляються до відповідних місцевих бюджетів.

Термін дії торгового патенту на здійснення торговельної діяльності становить 12 календарних місяців.

Оплата вартості торгового патенту на здійснення торговельної діяльності проводиться щомісяця, до 15 числа місяця, що передує звітному. Під час придбання торгового патенту на здійснення торговельної діяльності суб'єкт підприємницької діяльності, крім згаданої вище попередньої щомісячної оплати вартості торгового патенту, вносить

одноразову плату в розмірі його вартості за один місяць, на величину якої буде зменшено розмір плати за торговий патент, яка підлягає внесенню в останній місяць його дії.

Суб'єкт підприємницької діяльності може попередньо оплатити вартість торгового патенту на здійснення торговельної діяльності за весь термін його дії, а також придбати торгові патенти на здійснення торговельної діяльності на наступні за поточним роки, але не більше ніж на три, сплативши повну вартість цих патентів під час їх одержання. При цьому суб'єкт підприємницької діяльності звільняється від доплати вартості торгового патенту у разі, якщо прийнятими після сплати повної вартості торгового патенту на наступні роки нормативно-правовими актами буде збільшено його вартість.

6.4.2 Короткотерміновий торговий патент

Короткотерміновий торговий патент придбавається суб'єктом підприємницької діяльності у разі проведення ярмарків, виставок-продажів з демонстрацією і продажем товарів та інших короткострокових заходів, пов'язаних із продажем товарів.

Термін дії короткотермінового торгового патенту на здійснення торговельної діяльності становить від 1 до 15 днів.

Вартість короткотермінового торгового патенту за один день встановлюється у фіксованому розмірі 10 гривень.

Оплата вартості короткотермінового торгового патенту здійснюється не пізніше ніж за 1 день до початку здійснення торговельної діяльності.

Короткотерміновий торговий патент придбавається лише в тому випадку, якщо торговельна діяльність не є його основним видом діяльності.

У разі здійснення суб'єктом підприємництва торговельної діяльності як одного з видів його діяльності незалежно від кількості днів торгівлі на місяць придбавається не короткостроковий, а звичайний торговий патент.

6.4.3. Пільговий торговий патент

Пільговий торговий патент видається суб'єктам підприємницької діяльності, які здійснюють торговельну діяльність із використанням таких видів товарів:

вітчизняного виробництва:

- поштові марки, листівки, вітальні листівки та конверти не погашені, ящики, коробки, мішки, сумки та інша тара з дерева, паперу та картону, що використовується для поштових відправлень підприємствами Державного комітету зв'язку України, і фурнітура до них;

- періодичні видання друкованих засобів масової інформації, що мають реєстраційні свідоцтва, видані уповноваженими органами України, книги, брошури, альбоми, нотні видання, буклети, плакати, картографічна

продукція, що видаються юридичними особами— резидентами України;

- проїзні квитки;
- товари народних промислів (крім антикварних та тих, що становлять культурну цінність згідно з переліком, що встановлюється Міністерством культури України);

- вугілля, вугільні брикети, паливо пічне побутове, гасосвітлювальний і газ скрапленний, торф наливний кусковий, торф'яні брикети і дрова для продажу населенню;

незалежно від країни їхнього походження:

- періодичні видання друкованих засобів масової інформації (якщо суб'єкти підприємницької діяльності здійснюють операції з продажу періодичних видань у комплекті з пластинками, дискетами, аудіо- чи відеокасетами, то такі операції підлягають патентуванню на загальних підставах);

- готові лікарські засоби (лікарські препарати, ліки, медикаменти, предмети догляду, перев'язувальні матеріали та ін. медичне приладдя) та вітаміни для населення; ветеринарні препарати, папір туалетний, зубні паста та порошки, косметичні серветки, дитячі пелюшки, тампони, інші санітарно-гігієнічні вироби з целюлози або її заміників, термометри, індивідуальні діагностичні прилади;

- мило господарське, сірники;

- насіння овочевих, баштанних, квіткових культур, кормових коренеплодів та картоплі;

- зошити;

- товари військової атрибутики і повсякденного користування для військовослужбовців, що реалізуються суб'єктами підприємницької діяльності на території військових частин і військових навчальних закладів.

У пільговому торговому патенті обов'язково наводиться повний перелік товарів, передбачених для реалізації. Пільговий торговий патент не дає права на здійснення торгівлі товарами, що не ввійшли до наведеного вище переліку.

Виятком є товари повсякденного попиту і продукти харчування, що реалізуються суб'єктами підприємницької діяльності інвалідам через торговельні установи, створені для цих цілей громадськими організаціями інвалідів. Такі суб'єкти підприємницької діяльності одержують пільговий торговий патент.

Суб'єкти підприємницької діяльності, що займаються *продажем періодичних друкованих засобів масової інформації*, також одержують пільговий торговий патент на торгівлю такою супутньою продукцією, як ручки, олівці, інструменти для креслення, пензлі, мастихіни, мольберти, фарби, лаки, розчинники та закріплювачі для малювання та живопису, полотно, багети, рамки для картин, швидкозшивачі, інші канцелярські прилади та конторське приладдя, крім

виготовлених з дорогоцінних і напівдорогоцінних металів (незалежно від країни їх походження).

При придбанні пільгового торгового патенту суб'єкт підприємницької діяльності вносить одноразову плату в розмірі 25 гривень за весь термін дії патенту.

6.5 Торговельна діяльність і діяльність з надання побутових послуг, що не потребують патентування

Винятки Закону про патентування:

— чинність *Закону про патентування* не поширюється на деякі види торговельної діяльності та діяльності з надання побутових послуг;

— торгівля певними видами товарів здійснюється без придбання торгового патенту;

— деякі види підприємницької діяльності не вимагають патентування.

Чинність *Закону про патентування* не поширюється на торговельну діяльність і діяльність з надання побутових послуг суб'єктів підприємницької діяльності — фізичних осіб, які:

— здійснюють торговельну діяльність з лотків, прилавків і сплачують ринковий збір (плату) за місце для торгівлі продукцією в межах ринків усіх форм власності;

— здійснюють продаж вирощених в особистому підсобному господарстві, на присадибній, дачній, садовій і городній ділянках продукції рослинництва, худоби, кроликів, нутрій, птиці (як у живому вигляді, так і продукції їх забою в сирому вигляді та і у вигляді первинної переробки), продукції власного бджільництва;

— сплачують державне мито за нотаріальне посвідчення договорів про відчуження власного майна, якщо товари кожної окремої категорії відчужуються не частіше одного разу на календарний рік;

— сплачують фіксований податок відповідно до законодавства про оподаткування доходів фізичних осіб;

— сплачують державне мито за нотаріальне посвідчення договорів про відчуження власного майна, якщо товари кожної окремої категорії відчужуються не частіше одного разу на календарний рік;

— сплачують фіксований податок відповідно до законодавства про оподаткування доходів фізичних осіб.

Без придбання торгового патенту здійснюється торгівля такими товарами вітчизняного виробництва, як [4]:

- хліб і хлібобулочні вироби;
- борошно пшеничне і житнє;
- сіль, цукор, олія соняшникова і кукурудзяна;
- молоко і молочна продукція, крім молока і вершків згущених з

- добавками і без них;
- продукти дитячого харчування;
- безалкогольні напої;
- морозиво;
- яловичина і свинина;
- домашня птиця;
- яйця;
- риба;
- ягоди і фрукти;
- мед та інші продукти бджільництва, бджолоінвентар і засоби захисту бджіл;
- картопля і плодоовочева продукція;
- комбікорми для продажу населенню.

Торгівля рибою живою, свіжою, охолодженою або мороженою різних видів, але вітчизняного виробництва, здійснюється без торгового патенту. Згідно з Номенклатурою товарів народного споживання, що обліковуються в роздрібній та оптовій торгівлі, затвердженою наказом Міністерства статистики України від 14.01.94р. № 12, риба в'ялена, солена, холодного і гарячого копчення є продуктом спеціальної обробки риби. Тому суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснюють торгівлю рибою спеціальної обробки, необхідно придбавати торгові патенти на загальних підставах.

Не вимагають патентування:

— реалізація суб'єктом підприємницької діяльності продукції власного виробництва фізичним особам, що перебувають з ним у трудових відносинах, через пункти продажу товарів, вбудовані у виробничі або адміністративні приміщення цього суб'єкта;

— діяльність суб'єктів підприємницької діяльності 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);

— діяльність у торговельно-виробничій сфері (громадське харчування), на підприємствах, в установах, організаціях, у тому числі навчальних закладах, з обслуговування виключно працівників цих підприємств, установ, організацій, учнів і студентів у навчальних закладах;

— надання побутових послуг, що не включені в перелік, затверджений постановою КМУ від 27.04.98р. №576.

Тема 7

Облік, звітність, оподаткування приватних підприємців

7.1 Характеристика систем оподаткування приватних підприємців

На сьогодні існують три системи оподаткування приватних підприємців:

- традиційна система оподаткування;
- оподаткування за фіксованим податком;
- спрощена система оподаткування приватних підприємців

(єдиний податок).

Кожна з перелічених вище систем має свої переваги і недоліки. Слід урахувати, що для переходу на сплату фіксованого податку або на сплату єдиного податку законодавством ставиться низка вимог, необхідність виконання яких обов'язкова.

У табл. 7.1 (див. додаток) наведено загальну характеристику трьох систем оподаткування приватних підприємців.

7.2 Традиційна система оподаткування приватних підприємців

Порядок обчислення і сплати податку з доходів фізичних осіб (прибуткового податку) є головною відмінною рисою традиційної системи оподаткування приватних підприємців.

Відповідно до *Декрету № 13-92* та *Інструкції про оподаткування доходів фізичних осіб* приватні підприємці сплачують прибутковий податок протягом року шляхом перерахування до бюджету **авансових внесків** у розмірі 25 % річної суми прибуткового податку. Річна сума прибуткового податку визначається податковими органами на підставі поданої приватними підприємцями декларації. Якщо приватний підприємець тільки починає здійснювати свою діяльність, він подає декларацію про очікуваний (оцінний) у поточному році дохід, а потім — декларацію про фактично отриманий протягом року дохід.

Для сплати авансових платежів встановлено такі терміни: до 15 березня, до 15 травня, до 15 серпня, до 15 листопада. У разі значного збільшення або зменшення протягом року доходу приватного підприємця податковими органами може бути зроблено перерахунок сум податку за термінами сплати прибуткового податку, що не настали.

Крім сплати авансових внесків, приватні підприємці зобов'язані подавати до податкового органу декларації за результатами кожного звітного кварталу, а також звітного року в терміни, визначені *Законом №2181-III*.

Декларація подається протягом 40 календарних днів, що йдуть за останнім днем звітного (податкового) кварталу, тобто не пізніше: 10 травня — за I квартал,

9 серпня — за перше півріччя, 9 листопада — за 9 місяців, 9 лютого наступного року — за звітний рік.

Якщо останній день строку подання податкової декларації припадає на вихідний або святковий день, то останнім днем строку вважається наступний за вихідним або святковим робочий день.

У декларації про доходи приватними підприємцями зазначаються загальні суми отриманого доходу, витрат і сплаченого податку за звітний квартал (рік). Суми плати за патент і суми податку, сплачені протягом року за місцем виплати доходу та у вигляді авансових платежів, пред'явлених податковими органами, враховуються при остаточному розрахунку суми прибуткового податку на підставі документального підтвердження факту сплати податку.

Додатково нараховані за остаточними розрахунками суми податку підлягають сплаті не пізніше 30 календарних днів із дня одержання повідомлення податкового органу.

Чинним законодавством передбачено два способи визначення сукупного чистого доходу приватного підприємця, з якого сплачується прибутковий податок:

1) сукупний чистий дохід визначається як різниця між валовим доходом (виручкою у грошовому і натуральному вираженні) і **документально підтвердженими витратами**, безпосередньо пов'язаними з одержанням доходу;

2) сукупний чистий дохід визначається як різниця між валовим доходом (виручкою у грошовому і натуральному вираженні) і витратами, визначеними **за нормами**, наведеними у **додатку 6 до Інструкції про оподаткування доходів фізичних осіб**.

Не можна поєднувати обидва способи визначення чистого доходу приватного підприємця, наприклад, використовуючи перший для підтверджених документально витрат, а другий — для непідтверджених документально витрат. Приватний підприємець самостійно приймає рішення, якому з двох способів визначення чистого доходу віддати перевагу.

Принциповою відмінністю зазначених способів визначення чистого доходу приватного підприємця є порядок визначення витрат.

7.2.1 Порядок визначення складу документально підтверджених витрат

Відповідно до *ст. 13 Декрету № 13-92* до складу витрат, безпосередньо пов'язаних з одержанням доходів, належать витрати, що включаються до складу валових витрат виробництва (обігу) або підлягають амортизації згідно із *Законом України «Про оподаткування прибутку підприємств» у редакції від 22.05.97р. № 283/97-ВР* (далі — *Закон про податок на прибуток*).

Згідно зі статтею 8 («Амортизація») можна додатково зменшити валовий дохід виключно на суми витрат, що підлягають амортизації та не перевищують розмір амортизаційних відрахувань, нарахованих шляхом застосування норм амортизації до балансової вартості груп основних фондів.

До декларації про доходи, отримані за звітний період, включаються тільки прямі валові витрати і суми амортизаційних відрахувань, що відповідають фактичній сумі отриманого в цьому періоді валового доходу в будь-якій формі від певного виду діяльності та підтверджені документально.

Приватні підприємці повинні обліковувати документально підтверджені витрати.

До витрат включаються фактично понесені витрати, безпосередньо пов'язані з одержанням доходів. Наприклад, якщо приватний підприємець придбав у I кварталі товар, але не реалізував його в цьому кварталі, то витрати на придбання такого товару до витрат приватного підприємці цього звітного періоду не включаються. Витрати на придбання товару буде віднесено до складу витрат приватного підприємця того кварталу, в якому вони будуть реалізовані.

Розглянувши порядок віднесення витрат до складу витрат приватного підприємця, перейдемо безпосередньо до розгляду складу витрат. Почнемо з витрат, що відповідно до *Закону про податок на прибуток* підлягають амортизації.

До складу витрат, що *підлягають амортизації*, включаються витрати на:

— придбання основних фондів і нематеріальних активів для власних виробничих потреб, включаючи витрати на придбання плеїнної худоби і придбання, закладини і виросування багаторічних насаджень до початку плодоносіння;

— самостійне виготовлення основних фондів для виробничих потреб, включаючи витрати на виплату заробітної плати працівникам, що були зайняті виготовленням таких основних фондів;

— проведення всіх видів ремонту, реконструкції, модернізації й інших видів поліпшення основних фондів;

— капітальні поліпшення землі, не зв'язані з будівництвом, а саме: іригація, осушення, збагачення, інші подібні капітальні поліпшення землі.

Починаючи з 1 січня 2004 року норми амортизації за основними фондами у розрахунку на квартал згідно з *п. 8.6 ст. 8 Закону про податок на прибуток* такі:

- для групи 1 основних фондів — 2%;
- для групи 2 основних фондів — 10%;
- для групи 3 основних фондів — 6%;
- для групи 4 основних фондів — 15%.

До групи 1 основних фондів належать будівлі, споруди, їх структурні компоненти та передавальні пристрої, у тому числі житлові будинки та їх частини (квартири і місця загального користування), вартість капітального поліпшення землі.

До групи 2 основних фондів належать автомобільний транспорт та вузли (запасні частини) до нього; меблі; побутові електронні, оптичні, електромеханічні прилади та інструменти, інше конторське (офісне) обладнання, устаткування та приладдя до них.

До групи 3 основних фондів належать будь-які інші основні фонди, не включені до груп 1, 2 і 4.

До групи 4 основних фондів належать електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичної обробки інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друку інформації, інші інформаційні системи, комп'ютерні програми, телефони (у тому числі стільникові), мікрофони та раші, вартість яких перевищує вартість малоцінних товарів (предметів).

Термін «комп'ютерна програма» розуміється в значенні, наведеному в законодавстві з питань охорони авторських і суміжних прав.

Облік основних фондів, що використовуються приватним підприємцем у його господарській діяльності, на наш погляд, необхідно вести пооб'єктно.

Приклад 7.1

Визначення суми амортизації

Приватний підприємець (платник ПДВ) придбав у I кварталі комп'ютер вартістю 4800 грн, у тому числі ПДВ — 800 грн., що використовується в його підприємницькій діяльності. Нарахування амортизації починається з II кварталу.

Сума амортизації становитиме:

II квартал: $4000 \times 15 : 100 = 600,00$ (грн.);

III квартал: $3400 \times 15 : 100 = 510,00$ (грн.);

$3600 - 4000 - 400$.

IV квартал: $2890 \times 15 : 100 = 433,50$ (грн.).

Для нарахування суми амортизації щодо нематеріальних активів застосовується так званий лінійний метод. Відповідно до цього методу кожен окремий вид нематеріального активу амортизується рівними частинами, виходячи з його первісної вартості і строку корисного використання. Строк корисного використання визначається приватним підприємцем самостійно, але не більше 10 років безперервної експлуатації.

Приклад 7.2

Розрахунок суми амортизації щодо нематеріальних активів

Первісна вартість нематеріального активу (програмного забезпечення) становить 1200 грн, у тому числі ПДВ — 200 грн. Строк корисної дії, встановленої приватним підприємцем для такого нематеріального активу, — 2 роки. Річна сума амортизації - $1000 / 2 = 500$ (грн.), квартальна — $500 / 4 = 125$ (грн.).

7.3 Фіксований податок

Приватний підприємець може вибрати спосіб оподаткування своїх доходів шляхом сплати фіксованого податку **при одночасному дотриманні умов, визначених у ст. 14 Декрету № 13-92:**

1) здійснення підприємницької діяльності з продажу товарів і надання супутніх такому продажу послуг на ринках з **обов'язковою сплатою ринкового збору згідно з чинним законодавством.**

Доходи такого громадянина, отримані від здійснення інших видів підприємницької діяльності, обкладаються прибутковим податком у загальному порядку;

2) кількість осіб, які перебувають у трудових відносинах з таким підприємцем, включаючи членів його сім'ї, **не повинна перевищувати п'яти;**

3) **валовий дохід підприємця від самостійного провадження підприємницької діяльності або з використанням найманої праці за останні 12 календарних місяців, що передують місяцю придбання патенту, не перевищує 7000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (119000 грн).**

7.4 Єдиний податок

Приватний підприємець згідно з *Указом № 746* може перейти на сплату єдиного податку за таких умов:

- число осіб, які перебувають з ним у трудових відносинах, включаючи членів його сім'ї, не перевищує 10 чоловік;

- розмір виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) не перевищує 300 тис. гривень;

- підприємець займається господарською діяльністю, що не входить до переліку обмежених.

Згідно з *п. 1 Указу №746* виручкою від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) вважається сума, фактично отримана СПД на розрахунковий рахунок після здійснення операцій з продажу продукції (товарів, робіт, послуг). У разі здійснення операцій з продажу основних фондів виручкою від реалізації вважається різниця між сумою, отриманою від реалізації цих фондів, і їх залишковою вартістю на момент продажу.

Тема 8

Порядок укладання і реєстрації трудового Договору

8.1 Порядок укладання трудового Договору

Укладення громадянином трудового договору як з підприємством, так і з фізичною особою є реалізацією його права на працю, гарантованого ст.43 Конституції України.

Згідно зі ст. 21 *КЗпП* **трудоий договір** - це угода між працівником і роботодавцем, за яким працівник зобов'язується виконувати роботу, визначену цією угодою, з підпорядкуванням внутрішньому трудовому розпорядку, а роботодавець зобов'язується виплачувати працівнику заробітну плату і забезпечувати умови праці, необхідні для виконання роботи, передбачені законодавством про працю, колективним договором і угодою сторін.

Тривалий час аж до 13 січня 2000 року питання оформлення трудових відносин підприємств з найманими працівниками законодавчо не було врегульовано. Наймаючи працівників, роботодавці (підприємці) стикалися з проблемою оформлення трудового договору, адже чинне законодавство не містило ні норм, ні рекомендацій щодо його складання. З моменту набрання чинності *Законом України «Про внесення змін до Кодексу законів про працю України» від 24.12.99р. №1356-ХІУ* (з 13.01.2000р.) **трудоий договір** між найманими працівниками і фізичною особою – СПД про роботу у фізичної особи обов'язково має бути укладено **в письмовій формі**. Така норма міститься в ст.24 *КЗпП*, відповідно до якої фізичні особи, у тому числі суб'єкти підприємницької діяльності, при прийнятті на роботу найманого працівника повинні укладати з ним трудовий договір.

Крім того, з появою *Наказу Міністерства праці та соціальної політики України «Про затвердження Форми трудового договору між працівником і фізичною особою і Порядку реєстрації трудового договору між працівником і фізичною особою» від 08.06.2001 р. №260* (далі — *наказ №260*) існуючі проблеми оформлення трудових договорів з найманими працівниками для приватних підприємств утратили свою актуальність.

Наказом № 260 затверджено уніфіковану форму трудового договору між працівником і фізичною особою. Так, ця форма договору може застосовуватися при оформленні трудових відносин з найманим працівником (фізичною особою, що не є СПД (наприклад, нянька, домробітниця) і фізичною особою — СПД, тому у формі трудового договору роботодавець (наймач) іменується «Фізична особа», а найманий працівник — «Працівник».

У трудовому договорі повинні бути зазначені дані про роботодавця: паспортні дані, номер свідоцтва про реєстрацію фізичної особи — підприємця, ідентифікаційний код.

Згідно зі ст.24 *КЗпП* при укладанні трудового договору громадянин зобов'язаний показати роботодавцю паспорт або інший документ, що посвідчує особу, трудову книжку, за потреби — документ про освіту із зазначенням спеціальності, кваліфікації. У трудовому договорі обов'язково зазначаються паспортні дані та ідентифікаційний код працівника. Також у договорі необхідно зазначати відомості про його місце проживання, останнє місце роботи і вид діяльності (професії).

Однією з істотних умов трудового договору є **термін його дії**. Згідно з чинним законодавством трудовий договір може бути безстроковим (тобто укладеним на невизначений строк) і строковим: укладеним на певний строк, установлений сторонами, або на час виконання певної роботи. У договорі слід підкреслити вибраний вид терміновості договору, і якщо підприємець і працівник прийшли до угоди про встановлення конкретного терміну дії договору, зазначити цей термін.

У договорі досить докладно, щоб було зрозуміло і приватному підприємцю, і працівнику, повинно бути описано **обов'язки працівника і роботодавця** із зазначенням потреб, обсягів, якості і термінів виконання роботи.

У переліку обов'язків роботодавця (наймача) має бути зазначено інформацію, що стосується термінів виплати заробітної плати (грошової винагороди), розміру місячної заробітної плати і порядку її виплати.

Крім того, у трудовому договорі має бути зазначена інформація з точним указанням часу початку і закінчення роботи, вихідних днів і тривалості щорічної оплачуваної відпустки (не менше 24 календарних днів).

Якщо найманий працівник має права на пільги щодо податку з доходів, у договорі зазначаються підстави (додаються відповідні документи).

Трудовий договір складається в трьох примірниках — по одному для приватного підприємця і працівника, третій залишається в державній службі зайнятості при його реєстрації.

8.2 Порядок реєстрації трудового договору

Відповідно до ст.24 *КЗпП*, у разі укладання трудового договору між фізичною особою і працівником фізична особа повинна в **тижневий термін** з моменту **фактичного допуску** працівника до роботи зареєструвати укладений у письмовій формі трудовий договір у державній службі зайнятості за своїм **місцем проживання** в порядку, визначеному Міністерством праці та соціальної політики України.

Наказом №260 затверджено *Порядок реєстрації трудового договору між працівником і фізичною особою* (далі — *Порядок №260*).

Згідно з п.3 *Порядку №260 при реєстрації* трудового договору сторони зобов'язані подати в державну службу зайнятості такі документи:

- **приватний підприємець** — паспорт, свідоцтво про реєстрацію підприємницької діяльності та довідку про присвоєння ідентифікаційного коду;
- **працівник** — паспорт, трудову книжку і довідку про присвоєння ідентифікаційного коду.

Якщо працівник **уперше** влаштовується па роботу і **не має** трудової книжки, достатньо буде пред'явлення паспорта і довідки про присвоєння ідентифікаційного коду.

Трудовий договір реєструється в книзі реєстрації трудових договорів у службі зайнятості з присвоєнням реєстраційного номера.

Відмітка про реєстрацію трудового договору засвідчується підписом працівника служби зайнятості і печаткою в самому договорі.

Для прийняття на роботу найманого працівника приватному підприємцю, крім трудового договору, не потрібно оформляти будь-яких документів.

На підставі даних трудового договору заповнюється трудова книжка працівника.

Після закінчення строку дії трудового договору або у разі дострокового його припинення роботодавець робить у передбачених для цього рядках договору запис про підстави його припинення і зазначає відповідну статтю *КЗпП*. Цей запис засвідчується підписами підприємця і працівника. *Порядком №260* передбачено, що про припинення трудового договору повідомляється служба зайнятості, що зареєструвала трудовий договір. Протягом трьох днів з моменту повідомлення трудовий договір знімається з реєстрації, про що в службі зайнятості робиться відмітка в книзі реєстрації трудових договорів і в трьох примірниках трудового договору. **Відмітка про припинення строку дії в трудовому договорі засвідчується підписом працівника служби зайнятості і печаткою.**

8.3 Особливості ведення трудових книжок у приватних підприємств

Відповідно до *ст. 48 КЗпП* на найманих працівників, які працюють у фізичної особи понад 5 днів, необхідно оформляти трудову книжку.

Підставою для внесення приватним підприємцем (як і просто фізичною особою) запису до трудової книжки найманого працівника є **відмітка про реєстрацію або зняття з реєстрації** трудового договору. При цьому посадова особа центру зайнятості підтверджує особистим підписом внесені записи як

про прийняття, так і про звільнення найманого працівника і засвідчує їх печаткою.

Як показує практика, оформлення трудової книжки здійснюється одночасно з реєстрацією (зняттям з реєстрації) трудового договору з найманим працівником.

Звертаємо увагу, що оформлені трудові книжки зберігаються безпосередньо в працівників, а не в підприємців або фізичних осіб, що використовують найману працю, пов'язану з наданням послуг (на відміну від роботодавців — юридичних осіб, для яких передбачено спеціальні правила обліку і зберігання трудових книжок).

Порядок №260 (як і рекомендована ним форма трудового договору) містить обов'язкову вимогу, згідно з якою працівник служби зайнятості при реєстрації трудового договору повинен ознайомити сторони з порядком реєстрації і зняття з реєстрації трудового договору, а також внесення відповідних записів до трудової книжки працівника та її зберігання. Ознайомлення має провадитися під підпис обох сторін у передбаченому для цього рядку трудового договору.

Тема 9

Комерційні зв'язки. Договірні відносини з постачальниками

9.1 Маркетинг закупівель

Маркетинг закупівель використовується для одержання конкурентних переваг уже на стадії роботи з постачальниками за рахунок прилбання товарів, здатних задовольнити потреби кінцевих покупців.

У цьому випадку вирішуються завдання:

- закуповувати товар, що користується попитом у споживача;
- процес закупівлі повинен давати економічну вигоду для оптовика (за рахунок одержання знижок, відстрочення платежу);
- у випадку некондиційного товару оптовик повинен мати можливість його заміни.

Етапи процесу закупівлі:

- а) визначення потреб у конкретному товарі, конкретній торговельній марці із устанавленням його кількості;
- б) визначення потреб в асортименті, що бажано купувати в одного постачальника;
- в) визначення критеріїв, які є вихідною базою при оцінці постачальників і веденні переговорів з ними (економічні, маркетингові, технічні, логістичні вимоги);
- г) пошук й аналіз постачальників методами маркетингового дослідження ринку;
- д) відбір постачальників й організація переговорів з ними;
- е) розміщення пробних замовлень;
- ж) оцінка результатів;
- з) висновок довгострокових договірних угод.

Можна сформулювати такі основні вимоги до постачальників:

- популярність (популярність торговельної марки);
- надійність;
- доступність;
- зацікавленість у спільній роботі;
- розуміння ролі маркетингу в просуванні своєї продукції;
- мінімальні строки поставки;
- брати на себе частку ризику, наприклад, пов'язаного із транспортуванням.

При відборі постачальників оптова компанія вирішує питання зупинитися на одному постачальнику (*принцип концентрації замовлень*) або вибрати декілька постачальників (*принцип розширення замовлень*).

Перевага концентрації замовлень в одного постачальника дозволяє одержати більші знижки за рахунок більшого розміру замовлення. Цьому ж сприяє тісне співробітництво, включаючи й здійснення спільних проєктів з виробництва нових товарів. Посередницька компанія може надавати інформацію про нові тенденції попиту, нові товари, що надходять на ринок від інших виробників.

Однак робота з одним постачальником збільшує ризик посередника й обмежує його можливості швидко підбудуватися під вимоги роздрібною мережі.

Для зниження такого роду ризику оптова компанія працює одночасно з *декількома постачальниками*. Якщо постачальники зацікавлені співробітничати з посередником, то це можна використати для одержання додаткових вигід, домагаючись поступок від них.

9.2 Види договірних відносин з постачальниками

Після вибору постачальників посередник укладає договори з ними за наступними формами, виходячи зі специфіки товару, способів транспортування та розрахунків.

Посередницька діяльність у торгівлі здійснюється брокерськими структурами в таких основних формах [4]:

- *комісійна (проста)* - проводиться від імені клієнта за певний відсоток від суми угод;
- *дилерська (комерційна)* - посередник діє від свого імені і за свій рахунок. Його дохід формується як різниця між ціною продажу та реалізації товару.

Права й обов'язки посередників визначаються в договорах з їх поручителями, при цьому основною умовою цих договорів є право посередника підписувати комерційні контракти з третіми особами, з визначенням того, за чий рахунок, від чийого імені він це може робити. За цим повноваженням всіх посередників можна поділити на такі основні групи:

- посередники, що не мають права підписувати контракти з третіми особами, - агенти-представники (комерційні представники), брокери, маклери;
- посередники, що підписують контракти з третіми особами від свого імені, але за рахунок довірителя, — комісіонери, консигнатори;
- посередники, що підписують контракти з третіми особами від імені та

за рахунок довірителя — агенти-повірені, комерційні (торговельні) агенти;

- посередники, що підписують контракти з третіми особами від свого імені та за свій рахунок, - купці, дистриб'ютори, дилери.

Посередницька операція - це господарська операція суб'єкта підприємницької діяльності, що виконує роль комісiонера в договорі комісії, консигнатора в консигнаційному договорі або повіреного в договорі доручення, за винятком довірчих операцій.

У міжнародному законодавстві виділяються такі їх види:

- *дилерські операції* - посередник діє від свого імені і за свій рахунок (здійснюються торговими фірмами, дилерами);
- *комісійні операції* - посередник діє від свого імені, але за чужий рахунок (здійснюються комісійними фірмами);
- *операції по договорами-дорученнями, агентські доручення* - посередник діє від чужого імені і за чужий рахунок (здійснюються торговими агентами, у тому числі брокерами).

Загалом у світовій торговій практиці всіх посередників можна назвати агентами і принципалами, а договори, що з ними укладаються, - агентськими угодами. В Україні посередницькими вважаються три види угод:

- комісії;
- консигнації;
- доручення.

9.3 Посередницькі угоди, виділені за обсягами переданих прав

Продавці і посередники, діючи на конкретних, заздалегідь визначених ринках, мають стосовно один одного різні права й обов'язки. За обсягами переданих прав посередники (агенти) поділяються на:

- простих агентів (агентів з невинятковим правом продажу);
- монопольних агентів (агентів з винятковим правом продажу);
- агентів із правом «першої руки» (переважним правом продажу).

Угода про *просте агентство (невиняткове право продажу)* характеризується таким поєднанням прав і обов'язків сторін:

- посередник наділений правом збувати товари певної номенклатури за дорученнями принципала на обумовленій території й одержувати від принципала винагороду;
- принципал має право збувати товари через даного посередника, а також залучати інших посередників і самостійно збувати товар покупцям на обумовленій території.

Однак в агентській угоді має бути зафіксоване зобов'язання принципала не продавати товари самостійно або через інших посередників на цьому ринку на більш сприятливих комерційних умовах порівняно з умовами, запропонованими простому агенту. Проста агентська угода не гарантує посередникові стабільного становища на ринку, тому що він побоюється, що основний потік товарів обминатиме його.

Така угода не обмежує прав самого принципала, що може самостійно збувати на цьому ж ринку ці ж товари, при цьому не виплачуючи винагороди чи компенсації простим агентам. Однак принципалу забороняється продавати товари самостійно або через інших агентів на більш вигідних умовах, ніж ті, що були запропоновані простому агенту. У зв'язку з цим угоди звичайно мають короткочасний характер (до 1 року) і укладаються при виході на нові ринки збуту. Як правило, простих агентів у принципала небагато.

При *винятковому (монопольному) праві продажу* виробник за угодою позбавляється можливості продавати на обумовленій території самостійно або через інших посередників товари, аналогічні до внесених в угоду, що перетворює посередника, власне кажучи, в монополіста на ринку. Це сприяє стабільності його становища, надає можливості створення збутової мережі, яка відповідає всім вимогам.

Угода про надання агенту монопольного права продажу характеризується таким співвідношенням прав і обов'язків сторін:

- надання посереднику монопольного права означає, що тільки він може продавати товари принципала певної номенклатури на обумовленій території протягом періоду, що встановлений угодою, й одержувати за це винагородження;
- якщо продавець порушить зазначену вище умову угоди, то посередник може зажадати від продавця сплатити йому винагороду, неначе сам посередник займався збутом цього товару.

Переважає право продажу, або «право першої руки», - це різновид простого агентства, згідно з яким принципал зобов'язаний спочатку запропонувати товар саме цьому агенту. Якщо агент відмовляється від запропонованих умов, він зобов'язаний подати принципалу відмову в письмовому вигляді із зазначенням причини, тоді принципал сам або через інших агентів має право реалізувати товар на цьому ринку без виплати винагороди посереднику.

При угоді про переважне право продажу для виробників зникає небезпека блокування ринку з боку посередника.

9.4 Система договорів господарської діяльності

І Договори, спрямовані на передачу майна у власність, повне господарське володіння або оперативне управління. Залежно від об'єкта майнових правовідносин розрізняють такі види угод [1]:

об'єкт угоди - товар;

об'єкт угоди - робота;

об'єкт угоди - послуга.

Групи угод господарської діяльності:

І Договір купівлі-продажу

За *договором купівлі-продажу* одна сторона (продавець) зобов'язується передати річ (товар) у власність іншій стороні (покупцю), який, у свою чергу, зобов'язується прийняти цей товар і сплатити за нього визначену грошову суму. Він може укладатися не лише між юридичними, а й між фізичними особами — індивідуальними підприємцями. Крім наявних умов, необхідних для будь-якого договору, договір купівлі-продажу передбачає додаткові умови, без яких угода може бути визнана судом або арбітражем недійсною. Так, для договору купівлі-продажу такими додатковими умовами є:

- найменування, кількість і розгорнутий асортимент товарів, що підлягають постачанню;
- якість (сортність) і комплектність;
- загальний термін дії договору і терміни (періоди) постачання;
- ціна і загальна сума договору;
- вимоги до тари та пакування;
- порядок відвантаження, доставки, здачі та приймання товарів;
- порядок і терміни узгодження графіка централізованої доставки товарів;
- порядок і форма розрахунків;
- платіжні, поштові, відвантажувальні реквізити постачальника та одержувача;
- майнова відповідальність за загальними умовами договору та ін.

Крім того, сторони договору купівлі-продажу (постачання) визначають базисні умови: хто і за чий рахунок забезпечує транспортування товарів; обов'язки продавця за встановлену в договорі ціну доставити вантаж у визначену географічну точку, підготувати його до навантаження, передати транспортній організації; обов'язки продавця з упакування і маркування товарів; обов'язки сторін зі страхування вантажів; обов'язки сторін з оформлення комерційної документації; де і коли переходять від продавця до покупця права власності на товар, а також ризик випадкового його пошкодження або втрати.

Форми договору купівлі-продажу:

- *звичайна*, або *угода купівлі-продажу* (угода з негайним переданням то-

вару, тобто угода на той товар, що в продавця є в наявності). Відносини партнерів при укладанні такої угоди оформляються договором постачання або договором купівлі-продажу (для продажу послуг складається договір про надання послуг або договір про сервісне обслуговування). Сторонами такого договору є продавець і покупець або постачальник і споживач;

- *форвардна, або термінова угода*, що укладається на термін, як правило, від 6 до 14 місяців;
- *купівлі-продажу товарів на термін*, у тому числі попередньої купівлі-продажу і постачання в обумовлений у контракті час;
- *з передавання інформації типу ноу-хау* — відносини партнерів у переданні, як правило, одного або декількох незапатентованих «секретів виробництва» за певну винагороду на умовах, передбачених контрактом;
- *зі встановлення прямих виробничих зв'язків* — відносини партнерів, що ґрунтуються на безпосередньому співробітництві між фірмами, підприємствами, установами у виробничій, науково-технічній та інших галузях діяльності. Оформлення угоди здійснюється у вигляді контракту, господарського договору або протоколу про наміри (на попередній стадії);
- *спот* (від англ. *spot* — відразу, негайно) — вид операцій з купівлі-продажу наявного товару з негайною оплатою і доставкою. Найчастіше така угода практикується в біржовій торгівлі, а також під час продажу наявної валюти;
- *з експорту товару (послуги)* - договір про постачання товару партнерові іншої країни. Оформлення угоди здійснюється у вигляді контракту;
- *з реекспорту* - відносини, за яких один із партнерів придбає товар. Укладенню договору передують копітка робота, пов'язана з вивченням кон'юнктури ринку, вибором форм і методів роботи на ньому, визначенням постачальників і покупців (сегментація ринку). По суті, і продавець, і покупець проводять маркетингове дослідження ринку (або доручають провести відповідне дослідження спеціалізованій фірмі).

2 Договір постачання - найпоширеніший вид договору, що опосередковує товарообмін на внутрішньому і зовнішньому ринках. За договором постачання постачальник (продавець), що здійснює підприємницьку діяльність, зобов'язується передати в обумовлений термін (або терміни) вироблені (або закупаювані) ним товари покупцеві для використання у підприємницькій діяльності або в інших цілях, не пов'язаних з особистим, сімейним і домашнім використанням.

До договору постачання застосовуються правила про договір купівлі-продажу, якщо інше не передбачене законодавчими актами або договором.

Особливості постачання товарів для державних потреб визначаються спеціальним законодавством. Договір постачання, на відміну від договору купівлі-продажу, врегульований більш детально і тому краще відповідає інтересам підприємців.

Різновидом договорів постачання і купівлі-продажу є *договір про взаємне постачання продукції і товарів*. Найчастіше такі договори використовують у бартерних постачаннях товарів народного вжитку в обмін на продукцію виробничо-технічного призначення. Бартерний договір належить до різновиду договору міни, відповідно до якого між сторонами здійснюється обмін одного майна на інше. До договору міни застосовуються відповідні правила, що діють для договорів купівлі-продажу і постачання. При цьому кожний учасник договору міни є продавцем майна, яке він одержує. Слід пам'ятати, що регулювання сторонами окремих умов договору проводиться аналогічно до інших договорів постачання і купівлі-продажу - за згодою сторін.

Крім того, ще одним видом договору постачання є *договір контракти*, на підставі якого виробник сільськогосподарської продукції зобов'язується передати заготівнику такої продукції (контрактанту) у власність (повне господарське володіння) вироблену ним продукцію в терміни, у кількості й асортименті, що передбачені договором, а контрактант зобов'язується забезпечити виробникові сприяння у виробництві сільськогосподарської продукції, прийняти її та сплатити за неї певну ціну. На контрактанта покладається також обов'язок вивезення продукції, якщо інше не передбачене договором.

3 Договори на виконання робіт (усі види договорів підряду)

4 Договори на надання господарських послуг і на розрахункове обслуговування банків

5 За договором про перевезення вантажу транспортна організація (перевізник) зобов'язується доставити доручений їй відправником вантаж у пункт призначення і видати його уповноваженій на одержання вантажу особі (одержувачу), а відправник зобов'язується сплатити за перевезення вантажу встановлену плату.

6 Однією із сторін договору складського зберігання є товарний склад, що зобов'язується за винагороду зберігати товари, передані йому товаровласником, і повернути ці товари без пошкоджень.

7 Між торговельними підприємствами і сервісними організаціями може бути укладений договір на технічне обслуговування торгового устаткування.

8 Під час укладення договору про рекламу торговельного підприємства необхідно враховувати, що він має відповідати вимогам законодавства України.

II Договори, спрямовані на передачу майна в тимчасове володіння і користування (усі види договорів оренди, у тому числі лізингові):

Договір оренди є договором майнового наймання, за яким орендодавець (наймодавець) надає орендарю (наймачу) майно за плату в тимчасове володіння і користування або в тимчасове користування. У оренду можуть бути передані земельні ділянки, підприємства, будинки, споруди, устаткування, транспортні засоби та ін. Особливою формою договірних майнових відносин є *лізинг*.

Штраф встановлюється у відсотковому вираженні або певній грошовій сумі за невиконання або неналежне виконання того чи іншого договірного зобов'язання.

Неустойка (одноразовий платіж) стягується з постачальника за прострочення постачання або недопоставку товарів у відсотковому вираженні вартості не поставлених вчасно товарів за окремими найменуваннями асортименту.

Пеня - неустойка, що нарастає; вона нараховується за прострочення виконання зобов'язань (наприклад, пеня в розмірі 0,03% за кожний день прострочення оплати рахунку). Крім стягнення санкцій, кожна зі сторін вправі вимагати від іншої сторони відшкодування заподіяних порушенням договору збитків у частині, що не покривається цими санкціями.

Свої витрати посередник може покрити тільки з винагороди, отриманої ним від продавців чи покупців. До того ж він хоче ще одержати прибуток на вкладений капітал, що був би не нижчим середньої норми прибутку в країні збуту.

Угоди можуть містити такі зобов'язання посередників:

- здійснювати передпродажне обслуговування товарів;
- здійснювати монтаж і пуск машинно-технічної продукції в експлуатацію і її технічне обслуговування.

9.5 Способи нарахування і виплати винагороди

Способи винагороди:

- 1 Посередники залишають собі різницю між цінами реалізації товарів на ринку збуту і цінами виробників, що стимулює посередника до розширення обсягів збуту, однак не викликає в нього зацікавленості в збільшенні цін, що зумовило б зростання ефективності операцій. Виробник же при цьому повинен добре знати ціни реалізації на товари, щоб заздалегідь прогнозувати різницю цін, яка покриває витрати посередника, і сприяти одержанню посередником оптимального прибутку.
- 2 На користь посередника можуть нараховуватися узгоджені відсотки з ціни реалізації, що стимулює посередника до збільшення обсягу збуту та

підвищення цін і в результаті приводить до зростання ефективності продаж.

- 3 Змішана форма винагороди у вигляді відсотків з фактурної ціни і різниці цін досить поширена в торгівлі. Ця форма відповідає інтересам виробників, якщо вони мають можливість оперативно контролювати фактичний рівень цін реалізації товарів на ринку.
- 4 Винагорода за системою «кост-плас» - посередник подає виробнику (продавцю) документи, що підтверджують понесені витрати. Продавець відшкодовує посереднику витрати, збільшені на узгоджені відсотки, які й становлять прибуток посередника. Цей спосіб застосовується, коли заздалегідь важко визначити витрати посередника.

Способи винагороди вибираються залежно від виду посередників. Повірним винагорода нараховується у відсотках до суми контрактів. Додаткові зобов'язання оплачуються у твердих сумах або за системою «кост-плас». Комісіонерам виплачується комісійна винагорода, агентам — агентська; для них і для збутових посередників можуть використовуватися всі способи винагороди. Послуги рекламного характеру звичайно оплачуються за системою «кост-плас».

Тема 10

Формування попиту споживачів на продукцію та послуги

10.1 Ефективний збут продукції

У посередницькій діяльності набули поширення такі активні форми збуту:

1) *Торгівля за допомогою роз'їзних збутових агентів і менеджерів.*

Для цього посередник організує агентську мережу для пошуку покупців - юридичних осіб (більше дрібних оптовиків і магазинів). Роз'їзні агенти підтримують контакти зі своїми клієнтами, стежать за наявністю товарів у торговельному залі магазину, контролює своєчасність розрахунків за товари й т.ін.

Для кращої координації збутових агентів останні можуть бути закріплені за певної території, за групою клієнтів або продавати тільки певні товари.

2) *Торгівля за допомогою активних (вихідних) дзвінків з офісу або відділу збуту.* Для цього організується диспетчерська. Отриману інформацію про потенційних покупців диспетчери-продавці передають менеджерам із збуту. Диспетчерська служба також може приймати замовлення від старих покупців, виконувати маркетингові телефонні опитування, вести статистику збуту.

3) *Торгівля на виставках й ярмарках* дозволяє укласти договори на поставку під час відвідування виставки представниками покупця або провести попередні переговори. Виставки і ярмарки притягають до себе велику кількість професійних діячів ринку (виробників, посередників, споживачів), тому тут можна провести великий обсяг маркетингових досліджень, одержати останню інформацію про товари-новинки.

Під час роботи виставки або ярмарки рекомендується проводити промоушен-компанії, орієнтовані на споживача.

10.2 Маркетингові рішення в посередницькій торгівлі

Положення посередника істотно залежить від обраної маркетингової стратегії, маркетингової політики й характеру маркетингових рішень.

Завдання (функції) маркетингу посередницької організації представлені в таблиці 10.1.

Таблиця 10.1 – Завдання маркетингу в системі посередництва

Задачі маркетингу	Зміст
Розроблення маркетингових стратегій	Утримання й збільшення ринкової частки; проекування збутових каналів; розроблення конкурентної поведінки

Продовження таблиці 10.1

Проведення маркетингових досліджень	Дослідження професійного ринку збуту: конкурентів, дрібнооптової й роздрібною мережі; дослідження споживачів; дослідження ринку постачальників
Сегментування ринку збуту	Сегментування професійних покупців-посередників; сегментування споживачів; вибір цільових сегментів
Маркетинг закупівель	Визначення зв'язку між характером товарного попиту й вимогами до закупівель; маркетингова оцінка постачальників; розроблення політики в сфері закупівлі
Маркетинг-логістика	Визначення вимог покупців до логістичної структури системи збуту оптовика; пошук конкурентних переваг у сфері логістики збуту
Маркетингові рішення збуту	Цінова політика компанії; товарна й асортиментна політика; збутова політика; сервісна політика; комунікативна політика
Організація мерчандайзингу	Організація мерчандайзингу з ініціативи виробника; організація мерчандайзингу з ініціативи оптової компанії
Маркетинг-аудит системи збуту	Організація роботи з рекламаціями роздрібною торгівлі; організація роботи із претензіями покупців; розроблення програми аудиту збуту.

Маркетингові стратегії в сфері збутової діяльності підприємства розробляються у випадку розширення збуту на старому ринку, виходу на нові ринки, при проектуванні нових збутових каналів.

У збутовій діяльності підприємство неминуче зіштовхується з фірмами-конкурентами, а іноді спеціально передбачає конкуренцію між власними каналами збуту (за горизонтальним або вертикальним типом).

Стосовно зовнішніх конкурентів розробляється стратегія конкурентної боротьби або стратегія співробітництва. У випадку вибору стратегії суперництва підприємство визначає вид конкуренції (цінова, нецінова) і прогнозує поведження конкурентів.

Масштаб конкурентного суперництва може поширюватися на світовий ринок, ринок конкретної країни, у межах одного міста, в одному або декількох сегментах.

Реалізація маркетингових стратегій у збутовій діяльності вимагає тривалого часу, значних фінансових витрат, оскільки, як правило, потрібні інвестиційні вкладення в збут.

У табл. 10.2 наведений приклад плану збутової стратегії підприємства при його виході на російський ринок [1].

Таблиця 10.2 – Приклад плану збутової стратегії підприємства при виході на російський ринок

	1-й рік		2-й рік		3-й рік					
	III кв.	IV кв.	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
Санкт-Петербург										
Москва										
Міста-мільйонники										
Інші										
СНД										
Охоплення в млн. чоловік	0.5	1	3	6	12	20	30	40	50	60
Кількість охоплених роздрібних місць	50	100	350	800	1500	3000	5000	8000	10000	12000
Потенційний оборот при даному охопленні в роздрібних цінах, млн. \$	1	2	7	14	30	60	90	130	170	210
Середнє споживання на людину, рік, кг/ рік	0.05	0.07	0.1	0.15	0.2	0.25	0.3	0.5	0.7	0.9
Частка на ринку, %	3	5	10	15	25	35	45	55	60	58
Кількість збутового персоналу, чол.	3	7	10	27	60	110	190	300	310	315
Кількість оптових баз	1	1	1	2	5	10	20	45	50	52

Рішення про товарний асортимент

При прийнятті рішень щодо асортименту необхідно враховувати ступінь близькості між товарами різних товарних груп, можливості підприємства (фінансові, кадрові, складські й ін.), вимоги покупців, наявність конкурентів.

З фінансової точки зору формування відбувається з урахуванням оборотності товарів, розміру товарообігу й одержуваного прибутку.

Розширення асортиментів виробляється з причин:

- для деяких товарів основного асортименту необхідно мати товари, що їх доповнюють (товари-комплементи);
- діяльність оптової компанії при даному асортименті є нерентабельною (малий оборот);
- вирішуються інші маркетингові завдання: товари-новинки, підприємство переходить на більші роздрібні сегменти й т.д.

Рішення про ціни

У переважній більшості випадків при укладанні угоди магазинами з посередниками основним фактором є ціна, якість товару й умови оплати. У табл. 10.3 наведені дані опитувань, проведені серед українських оптовиків, а також для порівняння наведені результати опитування роздрібних підприємств Франції.

Таблиця 10.3

Показник	У Києві		У Франції
	місце	відсоток	місце
Ціна	1	49 %	2
Якість	2	30 %	1
Асортимент	3	21 %	3

Рішення про канали збуту

Більшою перевагою збутової структури посередника є можливість доставки в роздрібну мережу товарів невеликими партіями в короткий строк. Крім цього, збут повинен бути націлений на пошук нових покупців й освоєння нових ринків.

Рішення про розміщення місця зберігання товарних запасів

Посередницька компанія вирішує питання про організації системи складів або одного централізованого складу, а можливо, їхньої комбінації.

Вихідними моментами є співвідношення між витратами на забезпечення виробничої діяльності складів і поліпшення обслуговування клієнтів.

Сервісна політика відіграє більшу роль, коли товар технічно складний і вимагає великого обсягу післяпродажного обслуговування. Останнім часом роль сервісу дуже зросла, й це є потужним маркетинговим фактором на конкурентному ринку. Великі підприємства, як виробники, так і посередники, створюють мережу сервісних центрів, розміщених якнайближче до споживачів.

З позицій маркетингу завдання організації сервісного обслуговування полягає у підвищенні цінності товару. При цьому вважається, що сервіс входить як важливий для покупця атрибут товару, у тому числі його невлловима, нематеріальна складова (увага, доброзичливість). Комунікація в сфері сервісного обслуговування характеризується індивідуалізацією особистого спілкування, великою гнучкістю, прозорістю виробничого процесу (наприклад, установа пральної машини, електроплити відбувається на очах у покупця).

Орієнтація на постійно мінливі потреби споживачів приводить і до необхідності інтерактивних відносин між продавцем і покупцем й у цьому випадку неоціненна роль належить сервісу. Фахівці сервісних центрів, періодично зустрічаючись із покупцями, добре знають свій товар і думку споживачів про нього. Це може бути основою розроблення принципів маркетингу взаємодії.

10.3 Комунікації посередницької організації

Комунікативна політика більшості оптовиків спрямована, насамперед, на професійний ринок збуту.

Найбільш часто застосовуються такі методи комунікації:

- реклама в спеціалізованих виданнях;
- особисті продажі;
- стимулювання збуту.

Великі оптові компанії проводять також PR- кампанії.

Реклама в спеціалізованих виданнях - розміщення в обраних каналах ділової пропозиції про можливості поставки товарів за конкретними цінами. Іноді публікуються також знижки й умови транспортування. Рекламні канали вибираються такі, якими користуються професіонали: збірні каталоги, спеціалізовані журнали, деякі популярні газети й журнали.

Особисті продажі здійснюються на всіх ієрархічних рівнях співробітників відділу збуту: директор, менеджери й агенти із збуту. Іноді особисті комунікації виконують і керівники оптової компанії. Для успішної роботи співробітники відділу збуту повинні мати представницьку рекламу у вигляді візиток, сувенірів, фірмових папок, ручок і т.д.

Професійна поведінка продавця сприяє успішним переговорам, а його авторитет впливає на формування іміджу всієї оптової компанії.

Стимулювання збуту посередницької організації здійснюється за трьома напрямками:

- а) стимулювання кінцевих споживачів;
- б) стимулювання покупців;
- в) стимулювання власного збутового персоналу.

А Стимулювання споживачів виробляється з метою залучення покупців до здійснення купівлі саме даного товару. На покупця справляється емоційний тиск через інтенсивну рекламу.

Найпоширенішими засобами стимулювання є:

- Поширення зразків на показ або на пробу. Це можна робити у вигляді рознесення, розсилання поштою, роздачі в магазині, додавання до якого-небудь товару. Для деяких продуктів харчування ефективна дегустація.

- Купони - надають права на купівлю товару з певною знижкою. Купони можна розсилати поштою, додавати до першої покупки, включати в рекламне оголошення. Купони можуть вкладатися в упаковку. Вони ефективні для стимулювання товару, що перебуває у фазі росту або зрілості.

- Знижка за кількість, коли за зниженою ціною продають кілька упаковок фасованого товару або набір різних товарів (комплект).

- Премія - це товар, продаваний із знижкою або безкоштовно прикладений до іншого товару як заохочення (10 шт + 1 банка безкоштовно).

- Залікові талони - це вид премії, які одержують при купівлі товару для одержання знижки при наступній покупці.

- Безкоштовне сервісне обслуговування (доставка меблів додому).

- Знижка або безкоштовна видача товару при пред'явленні обумовленої кількості упаковок (кришок і т.п.) як свідчення зроблених раніше покупок.

- Премії при купівлі товарів на певну суму. При цьому як премію звичайно використовують один із привабливих товарів, наявних у магазині.

- Використання упаковки, яку можна застосувати для інших цілей після того, як товар буде спожитий, - наприклад, банку розчинної кави у вигляді кавника, цілком придатного для приготування цього напою.

- Гарантія повернення грошей, якщо товар з якихось причин не підійде або не сподобається. Звичайна умова при цьому - повернення товару в цілості. Ніякого пояснення причин відмови від товару при цьому не вимагають, а сама процедура одержання грошей гранично спрощена.

- Приймання застарілого товару як перший внесок за новий при продажу.

- Лотереї купонів, прикладених до одержуваних товарів. Як приз (призів) фігурують нерідко досить дорогі речі - автомобілі, хутряні шуби, особливо високоякісна побутова електроніка й т.п.

Зміст заходів щодо стимулювання збуту полягає не тільки в збільшенні продажів і відповідне підвищенні маси прибутку. Збільшення продажу означає скорочення складських витрат, і цю обставину потрібно враховувати при визначенні суми знижки, що виникає в результаті того або іншого заходу. У практиці іноземних фірм звичайний розмір такої знижки - близько 2,5 %.

Б Засоби стимулювання покупців:

- надання знижок із ціни за обсяги (кумулятивні, некумулятивні знижки);
- надання знижок за внесення нового товару в закуповувані асортименти;
- сконто;
- надання дистриб'ютерських (дилерських) знижок;
- надання представницьких матеріалів з рекламою торговельної марки виробника;
- організація професійних зустрічей і спеціалізованих виставок;
- конкурси, лотереї, ігри для дилерів й інших посередників з метою спонукання до збільшення обсягів закупівель;
- організація сервісу;
- організація навчання;
- споживчі знижки (зниження ціни виробника для зниження цін у всьому ланцюжку посередників).

Стимулювання покупців товарів промислового призначення:

- поставка запасних частин;
- монтаж, налагодження;
- навчання персоналу;
- ремонт устаткування;
- гарантійне й післягарантійне обслуговування;
- приймання устаткування, що зносилося.

Так само, як реклама, заходи щодо стимулювання вимагають певних, часом значних витрат, тому стимулювання планується з метою максимальної віддачі від вкладених коштів.

Основні етапи розроблення програми стимулювання:

- 1) поставлення мети;
- 2) визначення інтенсивності стимулювання;
- 3) визначення умови участі виробника в програмі стимулювання;
- 4) визначення каналів поширення інформації про програму стимулювання;
- 5) установа тривалості програми стимулювання;
- 6) вибір часу для проведення заходів щодо стимулювання;
- 7) складання зведеного бюджету на здійснення програми стимулювання;
- 8) оцінка результатів стимулювання.

Перед початком повномасштабної програми стимулювання варто попередньо провести тестування вибраного методу.

В Засоби стимулювання власного торговельного персоналу

Успіх збутової діяльності багато в чому залежить від того, наскільки співробітники відділу збуту зацікавлені в результатах своєї роботи. Для цього на підприємстві повинна бути система стимулювання торговельного персоналу.

У найбільш загальному вигляді система стимулювання має фінансову й нефінансову основу. Фінансові методи стимулювання припускають поєднання постійної частини зарплати із преміальною, комісійною формою винагороди за конкретні результати.

Нефінансові методи - матеріальне (безкоштовні обіди, оплата транспорту й т.д.) і нематеріальне (кубки, грамоти й т.д.) стимулювання може поширюватися як на окремого співробітника, так і на яку-небудь групу.

10.4 Організація мерчандайзингу

Мерчандайзинг - це будь-яка діяльність виробника або оптової компанії в місці роздрібного продажу, що дозволяє максимально підвищити товарообіг.

Основні процедури мерчандайзингу:

- а) розміщення товару в торговельному залі;
- б) контроль за своєчасним поповненням товарних запасів й особливо за наявністю товару в потрібній кількості в торговельному залі;
- в) оцінка справедливості ціни на товар, зазначений на ціннику.

Розміщення товару в торговельному залі припускає визначення місця товару в торговельному залі, по висоті й довжині торговельної полиці.

Конкретні рекомендації залежать від типу товару, які для цілей мерчандайзингу можна поділити на чотири основні групи:

1) товари, що швидко розпродуються і забезпечують магазину гарний оборот (м'ясо, молоко й ін.). Середня ціна на такі товари покупцеві відома, тому якщо ціна для нього приваблива, то він може стати постійним клієнтом магазину;

2) стандартні товари (круп, цукор, напої), які покупець розраховує їх купити в магазині і якщо вони відсутні, то піде в інший магазин;

3) товари імпульсного попиту, повинні бути помітні й привертати увагу. Розміщаються на окремих, яскравих прилавках, а також біля кас;

4) товари спеціального призначення, за якими покупець приходиться тільки в конкретний магазин. Магазин, що має ці товари, запам'ятовується покупцям.

Мерчандайзер - представник виробника або посередника - стежить за своїм товаром, домагаючись від адміністрації виконання погоджених заздалегідь умов розміщення товару в торговельному залі. Деякі виробники публікують

рекомендації з викладення своїх товарів у спеціальних журналах, призначених для поширення серед магазинів.

Маркетинг-аудит системи збуту повинен підтримувати систему збуту у високоефективному стані шляхом періодичної ревізії маркетингових рішень, особливо відносно використовуваних методів збуту, збутових каналів, ступеня їхньої збалансованості кваліфікації збутового персоналу, змісту реклаमाцій від партнерів. Особливе значення має фінансовий аудит збуту: стан дебіторської й кредиторської заборгованості, рівень безнадійних боргів, оборотність товарних запасів й оборотних коштів у цілому, оцінка можливостей крадіжок, втрати товарів і т.д.

ДОДАТОК А
(обов'язковий)

Таблиця А.1 – Процес реєстрації приватного підприємця

Орган або організація, до яких слід звертатися	Термін подачі заяви про реєстрацію	Документи, що подаються	Документи, що отримуються	Термін видачі документів	Нормативний акт
<p>Державний реєстратор у виконавчому комітеті міської ради, районної в місті ради або до районної державної адміністрації за місцезнаходженням або місцем проживання фізичної особи — СПД</p>	<p>—</p>	<ul style="list-style-type: none"> – реєстраційна картка встановленого зразка; – копія довідки про приєднання ідентифікаційного номера; – документ, що підтверджує сплату реєстраційного збору за держреєстрацію. Це може бути копія квитанції, видана банком, чи копія платіжного доручення з відміткою банку; – паспорт 	<p>Свідоцтво про державну реєстрацію</p>	<p>Не пізніше 2 робочих днів із дати надходження всіх необхідних документів</p>	<p>Закон №755</p>
<p>Податковий орган</p>	<p>Протягом 5 днів після одержання свідчення про державну реєстрацію</p>	<ul style="list-style-type: none"> – заява за формою №5-ОПП; – копія свідчення про держреєстрацію; – пред'являє документ, що посвідчує особу 	<p>Довідка про взяття на облік платника податків за формою №4-ОПП</p>	<p>Протягом 2 робочих днів після надходження заяви від платника податків</p>	<p>Інструкція №80</p>

Якщо надалі використовується наймана праця:

Фонд з тимчасової непрацездатності	Протягом 10 днів із дня укладання трудового договору з першим найманим працівником	<ul style="list-style-type: none"> - заява за установленною формою; - копія свідоцтва про держреєстрацію, засвідчена відповідальною особою Фонду; - копія довідки про присвоєння ідентифікаційного номера, засвідчена відповідальною особою Фонду 	Повідомлення за установленною формою	Видається після реєстрації	Інструкція №16
Фонд «нещасного випадку»	Протягом 10 днів із дня укладання трудового договору з першим найманим працівником	<ul style="list-style-type: none"> - заява за установленною формою; - копія свідоцтва про держреєстрацію, засвідчена нотаріально або відповідальною особою Фонду; - копія довідки про присвоєння ідентифікаційного номера, засвідчена нотаріально або відповідальною особою Фонду 	Страхове свідоцтво за установленною формою	Видається після реєстрації	Інструкція №12

Продовження таблиці А.1

Фонд безробіття	Протягом 10 днів із дня укладання трудового договору з найманним працівником	<ul style="list-style-type: none"> — заява за установленною формою; — копія свідоцтва про держреєстрацію, засвідчена відповідальною особою Фонду; — копія довідки про приєвнення ідентифікаційного номера, засвідчена відповідальною особою Фонду 	Повідомлення за установленною формою	Видається після реєстрації	Інструкція № 339
Добровільна реєстрація в органах фондів соціального страхування (якщо наймана праця не використовується):					
Фонд з тимчасової непрацездатності	—	<ul style="list-style-type: none"> — заява за установленною формою; — копія свідоцтва про держреєстрацію, засвідчена відповідальною особою Фонду; — копія довідки про приєвнення ідентифікаційного номера, засвідчена відповідальною особою Фонду 	Повідомлення за установленною формою	Видається після реєстрації	Інструкція № 16

Продовження таблиці А.1

Фонд «нешасного випадку»	—	<ul style="list-style-type: none"> — заява за встановленою формою; — копія свідоцтва про держреєстрацію, засвідчена нотаріально або відповідальною особою Фонду; — копія довідки про приєвнення ідентифікаційного номера, засвідчена нотаріально або відповідальною особою Фонду 	Страхове свідоцтво за установленою формою	Видається після реєстрації	Інструкція № 12
Фонд безробіття	—	<ul style="list-style-type: none"> — заява за установленою формою; — копія свідоцтва про держреєстрацію, засвідчена відповідальною особою Фонду; — копія довідки про приєвнення ідентифікаційного номера, засвідчена відповідальною особою Фонду 	Повідомлення за установленою формою	Видається після реєстрації	Інструкція № 339

ДОДАТОК Б

(обов'язковий)

ВИДИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 1 Пошук (розвідка) корисних копалин.
- 2 Виробництво, ремонт вогнепальної зброї, боєприпасів до неї, холодної зброї, пневматичної зброї калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів за секунду, торгівля вогнепальною зброєю та боєприпасами до неї, холодною зброєю, пневматичною зброєю калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів за секунду.
- 3 Виробництво вибухових речовин і матеріалів (за переліком, який визначається спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з питань нагляду за охороною праці і Державного гірського нагляду).
- 4 Виробництво особливо небезпечних хімічних речовин (за переліком, який визначається Кабінетом Міністрів України).
- 5 Видобуток уранових руд.
- 6 Видобуток дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення, напівдорогоцінного каміння.
- 7 Виробництво дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення, напівдорогоцінного каміння.
- 8 Виготовлення виробів з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення, напівдорогоцінного каміння, торгівля виробами з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення, напівдорогоцінного каміння.
- 9 Виробництво лікарських засобів, оптова, роздрібна торгівля лікарськими засобами.
- 10 Виробництво ветеринарних медикаментів і препаратів, оптова, роздрібна торгівля ветеринарними медикаментами і препаратами.
- 11 Виробництво пестицидів та агрохімікатів, оптова, роздрібна торгівля пестицидами та агрохімікатами.
- 12 Виробництво спеціальних засобів, заряджених речовинами сльозоточивої та подразливої дії,

індивідуального захисту, активної оборони і їх продаж.

13 Розроблення, виготовлення спеціальних технічних засобів для зняття інформації з каналів зв'язку, інших засобів негласного отримання інформації, торгівля спеціальними технічними засобами для зняття інформації з каналів зв'язку, інших засобів негласного отримання інформації.

14 Розроблення, виробництво, використання, експлуатація, сертифікаційні випробування, тематичні дослідження, експертиза, ввезення, вивезення криптосистем і засобів криптографічного захисту інформації, торгівля криптосистемами і засобами криптографічного захисту інформації.

15 Розроблення, виробництво, впровадження, сертифікаційні випробування, ввезення, вивезення голографічних захисних елементів.

16 Розроблення, виробництво, впровадження, обслуговування, дослідження ефективності систем і засобів технічного захисту інформації, надання послуг в галузі технічного захисту інформації.

17 Виготовлення бланків цінних паперів, документів суворої звітності.

18 Транспортування нафти, нафтопродуктів магистральним трубопроводом, транспортування природного і нафтового газу трубопроводами та його розподіл.

19 Поставка природного газу за регульованим і нерегульованим тарифом.

20 Зберігання природного газу в обсягах, що перевищують рівень, установлений ліцензійними умовами.

21 Централізоване водопостачання та водовідведення.

22 Розроблення, випробування, виробництво, експлуатація ракет-носіїв, космічних апаратів та їх складових частин, наземної космічної інфраструктури та її складових частин. обладнання, що входить до складу космічного сегмента супутникових систем.

23 Розроблення, виробництво, виготовлення, зберігання, перевезення, придбання, пересилання, ввезення, вивезення, відпуск, знищення наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів.

24 Культивування, використання рослин, що містять наркотичні засоби, для промислових цілей.

25 Проведення дезінфекційних, дезінсекційних, дератизаційних робіт.

- 26 Медична практика.
- 27 Переробка донорської крові та її компонентів, виготовлення з них препаратів.
- 28 Ветеринарна практика.
- 29 Організація та утримання тоталізаторів, гральних закладів, випуск та проведення лотерей, організація діяльності з проведення азартних ігор.
- 30 Будівельна діяльність (розшукувальні та проектні роботи для будівництва, зведення несучих і огорожувальних конструкцій, будівництво та монтаж інженерних і транспортних мереж).
- 31 Надання послуг з перевезення пасажирів, вантажів повітряним транспортом.
- 32 Надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів річковим, морським транспортом.
- 33 Надання послуг (крім надання послуг з перевезення пасажирів та їх багажу на таксі) користування (крім надання послуг з перевезення пасажирів та їх багажу на таксі).
- 34 Надання послуг з перевезення пасажирів та їх багажу на таксі.
- 35 Надання послуг з перевезення пасажирів, вантажів залізничним транспортом.
- 36 Заготівля, переробка, металургійна переробка металобрухту кольорових і чорних металів.
- 37 Збирання, первинна обробка відходів і брухту дорожніх металів та дорожнього каміння, дорожнього каміння органічного утворення, напівдорожнього каміння.
- 38 Збирання, заготівля окремих видів відходів як вторинної сировини (за переліками, які визначаються Кабінетом Міністрів України).
- 39 Операції у сфері поводження з небезпечними відходами.
- 40 Проектування, монтаж, технічне обслуговування засобів протипожежного захисту та систем опалення, оцінка протипожежного стану об'єктів.
- 41 Проведення випробувань на пожежну безпеку речовин, матеріалів, будівельних конструкцій, виробів і обладнання, а також пожежної техніки, пожежно-технічного озброєння, продукції проти пожежного призначення, на відповідність встановленим вимогам.
- 42 Надання послуг, пов'язаних з охороною державної та іншої власності, надання послуг з охорони

промалян.

- 43 Виконання топографо-геодезичних, картографічних робіт.
- 44 Виконання авіаційно-хімічних робіт.
- 45 Пересилання поштових переказів, простих і реєстрованих листів, поштових карток і посилок масою до 30 кілограмів.
- 46 Туруператорська та турагентська діяльність.
- 47 Фізкультурно-оздоровча та спортивна діяльність:
 - організація та проведення спортивних занять професіоналів та любителів спорту;
 - діяльність з підготовки спортсменів до змагань з різних видів спорту, визнаних в Україні.
- 48 Діяльність арбітражних керуючих (розпорядників майна, керуючих санацією, ліквідаторів).
- 49 Посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном.
- 50 Професійна діяльність на ринку цінних паперів.
- 51 Проведення робіт із землепорядження, землеоцінних робіт і земельних торгів.
- 52 Проекування, будівництво нових і реконструкція існуючих меліоративних систем та окремих об'єктів інженерної інфраструктури.
- 53 Діяльність, пов'язана з промисловим виловом риби на промислових ділянках рибгосподарських водойм, крім внутрішніх водойм (ставків) господарств.
- 54 Посередницька діяльність митного брокера та митного перевізника.
- 55 Виробництво дисків для лазерних систем зчитування.
- 56 Експорт, імпорт обладнання та дисків для лазерних систем зчитування.
- 57 Виготовлення парфумерно-косметичної продукції з використанням спирту етилового.
- 58 Оптова торгівля насінням.
- 59 Виробництво, зберігання та реалізація племінних (генетичних) ресурсів; проведення генетичної експертизи походження та аномалій тварин.
- 60 Проведення знезараження підкарантинних матеріалів і об'єктів, що переміщуються через державний

Продовження додатка Б

кордон України та карантинні зони.

61 Професійна діяльність у сфері надання соціальних послуг.

62 Розроблення проектів і проведення робіт з консервації, реставрації, реабілітації, музеєфікації, ремонту, встановлення пам'ятників.

63 Діяльність, пов'язана з виробництвом, торгівлю піротехнічними засобами.

64 Діяльність, пов'язана з відкриттям і функціонуванням стрілецьких тирів, стрільбищ невійськового призначення, мисливських стендів.

65 Діяльність, пов'язана з виробництвом автомобілів та автобусів.

ДОДАТОК В
(обов'язковий)

Таблиця В.1 – Загальна характеристика систем оподаткування

Показник	Традиційна система оподаткування приватних підприємств	Оподаткування за фіксованим податком	Спрощена система оподаткування
Умови застосування	<p>2</p> <p>Ніяких умов законодавством не передбачено</p>	<p>3</p> <p>1 Кількість осіб, що перебувають з приватним підприємцем у трудових відносинах, включаючи членів його сім'ї, не повинна перевищувати 5 чоловік.</p> <p>2 Приватний підприсмесь здійснює діяльність із продажу товарів, послуг на ринках і є платником ринкового збору.</p> <p>3 Валовий дохід приватного підприємця від самостійного провадження підприємницької діяльності або з використанням найманої праці за останні 12 календарних місяців, що передують місяцю призначення патенту, не перевищує 7000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (19000 грн)</p>	<p>4</p> <p>1 Кількість осіб, що перебувають з приватним підприємцем у трудових відносинах, включаючи членів його сім'ї, не повинна перевищувати 10 чоловік.</p> <p>2 Розмір виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не повинен перевищувати 500 тис. грн</p>

Продовження таблиці В1

<p>Сфера застосування</p>	<p>Не обмежена</p>	<p>Діяльність із продажу товарів і надання послуг, супутніх такому продажу, на ринках, крім торгівлі лікєро-горілчаними і тютюновими виробами</p>	<p>Будь-які види діяльності, крім таких, як — діяльність у сфері грального бізнесу, у тому числі діяльність, пов'язана з обслуговуванням казино, інших гральних місць (домів), гральних автоматів із грошовим або майновим виграшем, проведенням лотерей (у тому числі державних) і розіграшів з видачею грошових виграшів у готівковій або майновій формі; — виробництво, імпорт, експорт і оптовий продаж підкаційних товарів; — торгівля лікєро-горілчаними виробами; — торгівля тютюновими виробами; — торгівля ПММ; — операції з видобутку і виробництва дорогоцінних металів і каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення (що підлягають ліцензуванню); — операції з оптової і роздрібно торгівлі промисловими виробами з дорогоцінних металів (що підлягають ліцензуванню);</p>
---------------------------	--------------------	---	--

Продовження таблиці В.1

<p>Розмір податку</p>	<p>Ставка в розмірі 13% від сукупного чистого доходу на період з 1 січня 2004 року до 1 січня 2007 року, з 1 січня 2007 року - 15%. При цьому приватний підприємець не має права на податкові соціальні пільги, передбачені статтею 6 Закону про податок з доходів</p>	<p>Від 20 грн до 100 грн. Розмір фіксованого податку збільшується на 50% за найманого працівника, у тому числі якщо залучаються члени сім'ї підприємця</p>	<p>Від 20 до 200 грн на місяць. Розмір єдиного податку збільшується на 50% за кожного найманого працівника, що бере участь у підприємницькій діяльності</p>
<p>Строк діяльності за обраною системою оподаткування</p>	<p>Мінімальний строк діяльності за цим способом оподаткування доходу не встановлено</p>	<p>Місяць</p>	<p>Квартал</p>

Продовження таблиці В.1

<p>Полатки і збори, від сплати яких звільняється приватний підприємств</p>	<p>Не звільняються (ПДВ сплачується у певних випадках) —</p>	<p>Звільнені від сплати: — податку з доходів фізосіб (зі своїх своїх доходів); — податку на промисел; — ПДВ — внеску до Фонду тимчасової непрацездатності; — внеску до Фонду безробіття; — внеску до Фонду «нешасного випадку»; — плати за торговий патент, — внесків до Фонду соціального захисту інвалідів</p>	<p>Звільнені від сплати: — податку з доходів фізосіб (зі своїх доходів); — плати (податку) за землю; — внеску до Фонду з тимчасової непрацездатності; — внеску до Фонду загально-обов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття; — збору за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі і сфери послуг; — плати за патенти; — збору за видачу дозволів на розміщення об'єктів торгівлі і сфери послуг; — ПДВ.</p>

Продовження таблиці В.1

Податки і збори, від сплати яких звільнюються наймані працівники приватних підприємців	Не звільнюються	Не звільнюються	Не звільнюються
Облік доходів і витрат	Облік доходів і витрат в обов'язковому порядку повинні вестися в Книзі обліку доходів і витрат за формою №10	Книга обліку доходів і витрат за формою № 10 не ведеться	Книга обліку доходів і витрат за формою № 10. При цьому обов'язковому заповненню підлягають тільки графи «Період обліку», «Витрати на виробництво продукції», «Сума виручки (доходу)», «Чистий дохід»

Продовження таблиці В.1

Використання РРО	Зобов'язані використовувати РРО на загальних підставах	РРО не використовують при дотриманні умов, застережених у статті 9 Закону про РРО7, а саме не торгують підказними товарами (крім пива на розлив)	РРО не використовують при дотриманні умов, застережених у статті 9 Закону про РРО7, а саме не торгують підказними товарами (крім пива на розлив)
Використання КОРО і РК	Використовують КОРО і РК, якщо приватний підприємець здійснює свою діяльність у сфері, що внесена до Переліку №1336	Не використовують КОРО і РК, крім випадків роздрібною торгівлі продовольчими товарами і пивом у пляшках і банках	Не використовують КОРО і РК, крім випадків роздрібною торгівлі продовольчими товарами і пивом у пляшках і банках

Список літератури

1. Апопій В.В., Міщук І.П., Ребицький В.М. та ін. Організація торгівлі: Підручник 2-ге видання, перероб.та допов./ За ред.В.В.Апопія. – Київ: ЦНЛ, 2005. – 616с.
2. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч.посібник. – К.: КНЕУ, 1998.- 352с.
3. Журнали «Частный предприниматель»
4. Маркетинг: бакалаврський курс: Навчальний посібник / За ред. д-ра екон. наук, проф. С.М.Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 976с.
5. Основи підприємництва та бізнесу: Підручник / В.К.Збарський, О.І.Стешук / За ред. доц. В.К.Збарського. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2004. – 464с.
6. Онищенко Т., Рудяк Ю., Кавторєва Я. Приватний підприємець. – 9-те вид., перероб і доп. – Харків: Фактор, 2005. – 620с.

Навчальне видання

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з курсу „Економіка, організація та діяльність посередницьких підприємств”
для студентів факультету економіки та менеджменту
спеціальності 6.050108 „Маркетинг”
усіх форм навчання

Укладач	М.Ю. Баскакова
Відповідальний редактор	С.М. Симоненко
Редактор	Т.Г. Чернишова
Відповідальний за випуск	д-р екон.наук, проф. С.М. Ілляшенко
Комп'ютерний набір	М.Ю. Баскакової

Підп. до друку 10.04.2006, поз. 71.

Формат 60*84/16. Папір офс. Друк офс.

Ум. друк. арк. 53. Обл. - вид. арк. 57.

Тираж 75 пр. Собівартість вид. 57 грн 56 к.

Зам. № 236.

Видавництво СумДУ при Сумському державному університеті

40007, Суми, вул.Р.-Корсакова, 2

Свідоцтва про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру

ДК № 2365 від 08.12.2005

Надруковано у друкарні С

40007, Суми, вул.Р.-Корса

SUMY STATE UNIVERSITY



0 029471 3 3