

Міністерство освіти і науки України  
Харківська національна академія міського господарства

**Л.М.Шутенко, Г.В.Стадник, С.А.Степаненко,  
В.І.Торкатюк, Г.Ю.Штерн, В.М. Прасол**

# **Основи комерційної діяльності**

(Навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти)

**Харків – ХНАМГ – 2007**

УДК 658

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів, рішення № 1.4/18-Г-2181 від 07.12.2007р.

**Шутенко Л.М., Стадник Г.В., Степаненко С.А., Торкатюк В.І., Штерн Г.Ю., Прасол В.М. Основи комерційної діяльності: Навчальний посібник, - Харків: ХНАМГ, 2007. – 379 с.**

Рецензенти: **О.М. Тридід**, зав. кафедри фінансів Харківського інституту банківської справи НБУ УБС, доктор економічних наук, професор;

**Л.С.Шевченко**, зав. кафедри економічної теорії Національної юридичної академії України ім. Ярослава Мудрого, доктор економічних наук, професор;

**М.О. Кизим**, директор Науково-дослідного центру індивідуальних проблем розвитку НАН України, доктор економічних наук, професор

Навчальний посібник «Основи комерційної діяльності» призначений для студентів економічних спеціальностей, а також може бути корисним викладачам, аспірантам, науковцям, фахівцям у галузі менеджмента.

ISBN 966-695-092-8

© Шутенко Л.М., Стадник Г.В., Степаненко С.А., Торкатюк В.І., Штерн Г.Ю., Прасол В.М., ХНАМГ, 2007

## ЗМІСТ:

ВСТУП.....	6
<b>РОЗДІЛ I. КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ.....</b>	<b>9</b>
ГЛАВА 1. ПОНЯТТЯ І СУТЬ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	9
ГЛАВА 2. СУБ'ЄКТИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	16
ГЛАВА 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	33
<b>РОЗДІЛ II. МЕНЕДЖМЕНТ У КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>41</b>
ГЛАВА 1. СУТНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ.....	41
ГЛАВА 2. ФУНКЦІЇ, ФОРМИ Й МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	45
ГЛАВА 3. СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРА.....	50
<b>РОЗДІЛ III. ОСНОВИ БІЗНЕС-ПЛАНУ.....</b>	<b>53</b>
ГЛАВА 1. РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	53
ГЛАВА 2. ЕТАПИ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	62
ГЛАВА 3. ОФОРМЛЕННЯ І ПРЕЗЕНТАЦІЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ.....	72
<b>РОЗДІЛ IV. ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>77</b>
ГЛАВА 1. СУТНІСТЬ РЕЄСТРАЦІЇ ТА ПЛАТА ЗА НЕЇ.....	77
ГЛАВА 2. ПОРЯДОК ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ – ЮРИДИЧНИХ ОСІБ.....	79
ГЛАВА 3. ПОРЯДОК ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ – ФІЗИЧНИХ ОСІБ...	85
ГЛАВА 4. ПОРЯДОК ВЗЯТТЯ НА ПОДАТКОВИЙ ОБЛІК.....	88
ГЛАВА 5. ВІДКРИТТЯ РАХУНКІВ В УСТАНОВАХ БАНКІВ.....	90
ГЛАВА 6. ВИГОТОВЛЕННЯ ПЕЧАТОК І ШТАМПІВ.....	95
<b>РОЗДІЛ V. ЛЕГАЛІЗАЦІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>98</b>
ГЛАВА 1. ЛІЦЕНЗУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	98

ГЛАВА 2. ПАТЕНТУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	115
ГЛАВА 3. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ МОНОПОЛІЗМУ..	128
<b>РОЗДІЛ VI. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>134</b>
ГЛАВА 1. ОБ'ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	134
ГЛАВА 2. ОРГАНИ, ЯКІ ЗДІЙСНЮЮТЬ ДЕРЖАВНИЙ КОНТРОЛЬ ЗА КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНОСТЮ В УКРАЇНІ .....	140
ГЛАВА 3. ЗАКОНОДАВСТВО, ЩО РЕГУЛЮЄ КОМЕРЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ.....	149
<b>РОЗДІЛ VII. ІНШІ ФОРМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>163</b>
ГЛАВА 1. ШТРИХОВЕ КОДУВАННЯ.....	163
ГЛАВА 2. СТАНДАРТИЗАЦІЯ.....	167
ГЛАВА 3. СЕРТИФІКАЦІЯ.....	171
<b>РОЗДІЛ VIII. ПОНЯТТЯ ДОГОВОРУ, ЙОГО СТРУКТУРА І ЗМІСТ.....</b>	<b>185</b>
ГЛАВА 1. ВИДИ ДОГОВОРІВ І СПОСОБИ ЇХНЬОГО УКЛАДАННЯ	185
ГЛАВА 2. БАЗИСНІ УМОВИ ПОСТАЧАНЬ .....	187
ГЛАВА 3. СТРУКТУРА І ЗМІСТ КОНТРАКТУ.....	191
<b>РОЗДІЛ IX. КОНКУРЕНЦІЯ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....</b>	<b>204</b>
ГЛАВА 1. СУТНІСТЬ КОНКУРЕНЦІЇ.....	204
ГЛАВА 2. ФОРМИ І МЕТОДИ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ.....	206
ГЛАВА 3. КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....	209
<b>РОЗДІЛ X. ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА І ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>215</b>
ГЛАВА 1. СУТНІСТЬ І СТРУКТУРА ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА.....	215
ГЛАВА 2. СУТНІСТЬ І ВИДИ ЦІН.....	219
ГЛАВА 3. ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА.....	222

<b>РОЗДІЛ XI. ТОВАРНА І ЗБУТОВА ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА</b>	226
ГЛАВА 1. ТОВАР І ТОВАРНА ПОЛІТИКА.....	226
ГЛАВА 2. ЗАКОНОМІРНОСТІ СТВОРЕННЯ НОВИХ ТОВАРІВ.....	231
ГЛАВА 3. СУТНІСТЬ І ЗАВДАННЯ ЗБУТУ.....	235
ГЛАВА 4. КОМЕРЦІЙНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ.....	241
<b>РОЗДІЛ XII. ПІДПРИЄМСТВО НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ.....</b>	259
ГЛАВА 1. СУТНІСТЬ БАНКІВ І ЇХНЯ СТРУКТУРА.....	259
ГЛАВА 2. ОСНОВНІ ФОРМИ КРЕДИТУ І БАНКІВСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ.....	265
ГЛАВА 3. КРЕДИТИ І ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА....	272
<b>РОЗДІЛ XIII. ПІДПРИЄМСТВО НА РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ....</b>	275
ГЛАВА 1. ОСНОВНІ ВИДИ ЦІННИХ ПАПЕРІВ ТА ЇХ РОЛЬ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	275
ГЛАВА 2. ОСНОВНІ УЧАСНИКИ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ .....	286
ГЛАВА 3. ФОНДОВА БІРЖА І МЕХАНІЗМ ЇЇ ДІЇ.....	291
ГЛАВА 4. ОСНОВНІ ПРАВИЛА ІНВЕСТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ГРОШЕЙ У ЦІННІ ПАПЕРИ.....	296
<b>ДОДАТКИ.....</b>	300
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	369
<b>СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	371

## ВСТУП

Подолання породжених адміністративно-командними методами керування негативних явищ у народному господарстві України можливо на основі реформування відносин власності й регульованої ринкової економіки.

Світовий досвід свідчить, що формування ринку як форми організації товарного виробництва відбувалося еволюційним шляхом протягом тривалого часу при відповідній законодавчій діяльності держави. Перехід нашої економіки до ринкових відносин має певні особливості:

- ринкова економіка формується нееволуційним шляхом; здійснюється спроба проводити її у процесі радикальних змін суспільного ладу;

- упровадження ринкової економіки проходить без достатньо випробуваних щодо наших умов господарювання законодавчо-правових актів і нормативів;

- держава не підтримує розвиток нових видів підприємств і не обтяжує себе допомогою діючим підприємствам (особливо малим); на даний момент практично немає стимулів і пільг для різних підприємств і підприємництва.

Усвідомлення об'єктивної необхідності переходу до ринкових відносин обумовлює необхідність створення відповідних умов, що визначаються чинністю закону вартості і сприяють реалізації в умовах ринку усіх факторів ефективного виробництва. Це вимагає переосмислення економічних основ господарювання, оволодіння ринковим механізмом з урахуванням нашої соціально-економічної дійсності, відсутності ринкової культури й інфраструктури, необхідної інформації, підготовленості кадрів, а також того, що ринок – це система досить жорстоких соціально-економічних відносин.

Однією з найважливіших умов переходу до ринкової економіки є розробка відповідної законодавчо-правової бази. Як зазначається в ст. 42 Конституції України, держава забезпечує захист конкуренції в комерційній діяльності, захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та всіх видів послуг і робіт.

В умовах побудови ринкової економіки докорінно змінюється характер

організаційно-правових відносин державних та інших органів з суб'єктами комерційної діяльності. Сьогодні ці відносини будуються шляхом рівноправної діяльності різних видів підприємств, підтримки комерції, освоєння ринку на різних рівнях і напрямках.

У цьому посібнику викладені актуальні проблеми розвитку комерційної діяльності в сучасних умовах, визначаються сутність і принципи комерційної діяльності, показані теоретичні основи й закономірності формування і розвитку комерційної діяльності, дана характеристика її суб'єктів, викладені права, обов'язки й відповідальність підприємців. Наведено організаційно-правові форми, в яких допускається створення власної справи, викладені етапи цього процесу; управління (менеджмент) комерційною діяльністю; втілення ідеї комерсанта в бізнес-плані, роль бізнес-плану в комерційній діяльності, етапи розробки бізнес-плану підприємства. Представлено відносини підприємця з державними органами від реєстрації комерційної діяльності до її ліквідації; дана характеристика і структура укладання договорів. Після створення підприємства і його реєстрації в державних органах комерсант вступає в конкурентну боротьбу на ринку товарів (послуг), тому в посібнику подані форми й методи цієї боротьби, реалізація цінової, товарної, збутової політики підприємства. Відображені також відносини комерсанта з фінансовими інститутами, такими як банки, ринок цінних паперів. У додатках подано: види установчих документів суб'єктів комерційної діяльності: статуту, установчого договору; зразок заповнення реєстраційної картки; зразок повідомлення від платника податків про відкриття (закриття) рахунку в установі банку; склад бізнес-плану і структура бізнес-плану для іноземних інвесторів; види контрактів (договорів).

Мета даного посібника – дати уявлення про основи комерційної діяльності. Представлено схему комерційної діяльності суб'єкта господарювання від визначення комерсантом організаційно-правової форми своєї діяльності до її реєстрації у всіх державних органах, тобто так звана легалізація комерційної діяльності, створення плану діяльності через бізнес-

план, відношення комерсанта з органами державного регулювання комерційної діяльності. Наведено структуру договору (контракту), способи й види їхнього укладання. Описано форми й методи конкурентної боротьби з іншими суб'єктами комерційної діяльності. Дано основи витрат виробництва і цінової політики підприємства, а також його товарної і збутової політики. Розкрито відносини на початковому етапі проведення комерційної діяльності суб'єктами господарювання з фінансовими інститутами: банками і ринком цінних паперів.

Посібник призначений для студентів, аспірантів, слухачів і викладачів економічних вузів і факультетів, шкіл бізнесу, а також для починаючих підприємців, керівників підприємств, працівників системи державного управління.



# РОЗДІЛ І. КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

## ГЛАВА 1. ПОНЯТТЯ І СУТЬ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасній літературі одні автори ототожнюють поняття комерційної і підприємницької діяльності, інші стверджують, що комерційна діяльність ширше, ніж підприємницька або навпаки. Щоб розібратися в цьому, наведемо кілька взаємозалежних визначень понять, узятих з різних довідкових видань, і проаналізуємо їх та дамо їм характеристику.

**Комерсант** – особа, яка займається приватною торгівлею, комерцією, тобто діяльністю, спрямованою на одержання прибутку. Комерсант є учасником господарського обороту з комерційним успіхом.

**Комерція** (від лат. commercium, торгівля) – торгівля і торгово-посередницька діяльність, участь у продажі чи сприянні продажу товарів і послуг, у широкому значенні слова – підприємницька діяльність.

**Комерційна організація** – господарське товариство, виробничий кооператив, торгова чи інша організація, підприємство, що займається підприємництвом, бізнесом, які мають на меті отримання прибутку. Є юридичною особою.

**Комерційна діяльність (підприємництво)** – ініціативна, самостійна, виконувана від свого імені, на свій ризик, під свою майнову відповідальність діяльність громадян, фізичних і юридичних осіб, спрямована на одержання доходу, прибутку від користування майном, продажу товарів, виконаних робіт, надання послуг.

**Торговець** (англ. merchant):

1) посередник, який вступає тимчасово в права володіння товаром, що він купує і потім перепродає;

2) особа, яка торгує товаром, купує і продає товар.

**Торгівля** – це:

1) галузь господарства, вид економічної діяльності, об'єктом якого є товарообмін, купівля-продаж об'єктів, а також обслуговування покупців у процесі продажу товарів і їхньої доставки, збереження товарів і підготовки їх до продажу;

2) комерція, купівля і продаж товарів

**Господарство** – сукупність природних і зроблених руками людини засобів, використовуваних для створення, підтримки, поліпшення умов і засобів існування, життєзабезпечення.

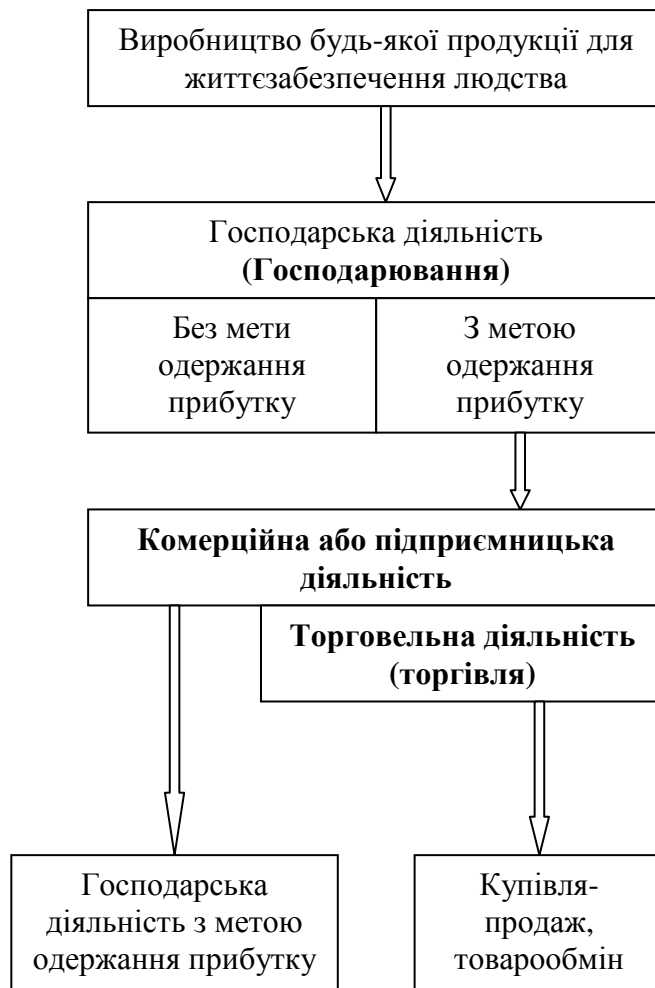
**Бізнес** (від англ. business – справа, підприємництво) – ініціативна економічна діяльність, виконувана за рахунок власних чи позикових засобів на свій ризик і під свою відповідальність, що має на меті одержання прибутку і розвиток власної справи.

**Торгова угода** – всі угоди, пов'язані з обміном товарами в матеріально-речовинній формі і наданням послуг. Сторони є особливою категорією підприємців, іменованих комерсантами.

На основі вищенаведених визначень можна чітко встановити розходження між взаємозалежними поняттями – комерційною, підприємницькою, господарською і торговою діяльністю.

Для більш наочного зображення цього наведемо *рис. 1.1*.

З рисунка видно, що комерційна діяльність ідентична підприємницькій діяльності. Закономірно виникає запитання: "Чому ж виникає плутанина при віднесенні якої-небудь господарської діяльності з метою одержання прибутку до підприємницької чи комерційної діяльності?". Відповідь проста – розходження в розумінні цих термінів виникли через те, що в країнах Європи, Північної Америки особа, яка займається одержанням прибутку від господарської діяльності, називається комерсантом, звідси і діяльність, якою вона займається, називається комерційною діяльністю.



*Рис.1.1* - Порівняльна схема взаємозалежних понять.

У країнах СНД через місцеву специфіку, на яку вплинула ідеологія, що панувала в Союзі, виникло інше визначення особи, яка займається одержанням прибутку з господарської діяльності. Ця особа називається підприємцем, а робота з одержання прибутку від господарської діяльності, – підприємницькою діяльністю.

В умовах розвитку ринкових відносин суттєво підвищується роль комерційної діяльності як основного фактора ефективного господарювання підприємств різних форм власності.

Отже **комерційною діяльністю** є сукупність фінансово-економічних, правових та організаційних знань, навичок і дій, які направлені на

організацію, проведення та удосконалення процесів обігу (купівлі, продажу) товарів та послуг з метою задоволення попиту споживачів і отримання прибутку.

Комерція (від латинського “commercium”) означає “торгівля”. Але термін “торгівля” має подвійне значення: в одному випадку він означає самостійну галузь народного господарства, а в іншому – торгові процеси, спрямовані на здійснення актів купівлі-продажу товарів. Комерційна діяльність пов'язана з іншим поняттям торгівлі – торговими процесами по здійсненню актів купівлі-продажу з метою отримання прибутку. Комерційна діяльність є основою торгового бізнесу. Комерція на Русі виникла в глибокій давнині. Вже в IX ст. торгівля тут стала однією з важливих сфер господарської діяльності. Торговельний ринок займав центральне місце в містах. У стародавньому Києві, наприклад, нараховувалось 8 ринків. Ще сторіччя тому цей вид бізнесу розглядали як діяльність, що не вимагає глибокого вивчення, дослідження. Сьогодні сфера знань у торговому бізнесі значно ширша, ніж у будь-якій галузі. Важко знайти підприємство, одним з видів статутної діяльності якого не була б торгівля товарами.

Під **товаром** у широкому значенні розуміють матеріальну або нематеріальну власність, що реалізується на ринку. Товаром можуть бути продукти як фізичної, так і розумової праці, результат послуг, сама здатність до праці, земля та її надра – все, що має споживчу вартість і може обмінюватись на інший товар (гроші) власником. У вузькому значенні під товаром розуміють продукт праці, виготовлений і призначений для обміну.

Як вже зазначалось, комерційна діяльність пов'язана з торговими процесами по здійсненню актів купівлі-продажу з метою отримання прибутку. Що розуміють під поняттям “торгові процеси”?

**Торгові процеси (комерційні)** – це процеси, пов'язані зі зміною вартості, тобто з купівлею і продажем товарів. До них відносяться і організаційно-господарські процеси, які безпосередньо не зв'язані з актами купівлі-продажу, але забезпечують безперервність їх здійснення і не мають

виробничого (технологічного) характеру (вивчення потреб, укладання договорів купівлі-продажу, реклами та ін.).

**Основні комерційні процеси поділяють на наступні види:**

- вивчення і прогнозування купівельного попиту, вивчення і виявлення потреб населення в товарах і послугах;

- виявлення і вивчення джерел надходження і постачальників товарів;

- планування та організація раціональних господарських зв'язків з постачальниками товарів, включаючи укладання договорів на постачання товарів, розробку і подання заявок і замовлень на товари, організацію обліку і контролю за виконанням договірних зобов'язань, різні форми комерційних розрахунків та ін.;

- планування, організація і технологія проведення оптової закупівлі товарів у різних постачальників (на ярмарках, оптових продовольчих ринках, товарних біржах, аукціонах, у виробників продукції, торгових посередників і т. д.);

- планування, організація і технологія оптового і роздрібного продажу товарів, включаючи форми і методи продажу товарів, умови їх застосування, якість обслуговування і т. д.;

- планування і проведення рекламно-інформаційної діяльності зі збуту товарів;

- планування і формування торгового асортименту на складах і в магазинах, керування товарними запасами.

Отже відповідно до Господарського кодексу України від 16.01.03 р. № 436-IV **підприємницька** або **комерційна діяльність** — це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою отримання прибутку. Суб'єктами підприємницької діяльності (підприємцями) можуть бути громадяни України, інших держав, не обмежені законом у

правоздатності або дієздатності.

Підприємці мають право без обмежень приймати рішення і здійснювати самостійно будь-яку діяльність, що не суперечить чинному законодавству.

**Основними принципами комерційної діяльності є:**

- 1) вільний вибір підприємцем видів комерційної діяльності;
- 2) самостійне формування підприємцем програми діяльності, вибір постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежене законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;
- 3) вільне наймання підприємцем працівників;
- 4) комерційний розрахунок та власний комерційний ризик;
- 5) вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;
- 6) самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

Звідси випливає, що **предмет теорії комерційної діяльності** – це вивчення основних послідовних дій підприємця (з моменту зародження підприємницької ідеї до її здійснення і реалізації основної мети) у процесі вибору ресурсів для виробництва, обміну, розподілу і споживання різних товарів і послуг і втіленого в них необхідного і додаткового продукту. Отже до **предмету теорії комерційної діяльності** входять закони, що керують діями підприємців у процесі вибору щодо обмежених ресурсів для виробництва, обміну, розподілу і споживання, і закони, що керують виробничими відносинами між різними суб'єктами комерційної діяльності і найманих робітників у процесі виробництва, обміну, розподілу і споживання товарів і послуг. Спираючись на таке розуміння предмета, можна дати узагальнююче визначення теорії комерційної діяльності. **Основи комерційної діяльності** – це наука про закони, що керують, з одного боку,

відносинами економічної власності між різними суб'єктами комерційної діяльності і найманих робітників, а з іншого - діями підприємців у процесі вибору ресурсів для виробництва, обміну, розподілу й споживання товарів та послуг.

**Методологічною базою теорії комерційної діяльності** виступає діалектичний дослідницький метод, найважливішими елементами якого є системно-структурний аналіз, історичний і логічний підходи, принцип протиріччя, аналіз і синтез, метод абстракції та ін.:

- **системний підхід** передбачає комплексну характеристику основних ланок комерційної діяльності (виробничої, цінової, товарної, збутової та ін.) в їхній єдності і взаємозумовленості, внутрішній суперечливості. При цьому системотвірним фактором стає основна мета комерційної діяльності;

- **логічний підхід** спрямований, зокрема, на виявлення строгої послідовності основних заходів у діяльності підприємця: від зародження підприємницької ідеї до присвоєння підприємницького доходу як найважливіших закономірностей цього процесу;

- **принцип протиріччя** означає, що будь-яка дія підприємця пов'язана з необхідністю вирішувати суперечливі проблеми. Наприклад, прагнення до присвоєння максимального прибутку вступає в протиріччя з необхідністю направляти значні кошти на охорону навколишнього середовища, виплату заробітної плати найманим робітникам відповідно до вартості робочої сили, кількості і якості праці. Установлені підприємством завищені ціни на виготовлені ним товари і надані послуги вступають у протиріччя з його торговою і збутовою політикою. Авторитарні методи управління негативно впливають на ріст продуктивності праці найманих робітників, надмірний централізм в керуванні підрозділами, цехами, бригадами гальмує впровадження внутрішньогосподарського розрахунку і т.п.;

- **метод аналізу** передбачає поділ цілого на окремі складові частини й аналіз кожної з них, після чого настає етап **синтезу**, тобто комплексної

характеристики цілого на основі знань, отриманих на попередньому етапі;

- **метод абстракції** означає відмовлення від поверхневих, неіснуючих сторін явища з метою розкриття його внутрішніх, істотних, постійних зв'язків.

Держава сприяє розвитку малого підприємництва, створює необхідні умови для цього.

Порядок створення, державної реєстрації, діяльності, реорганізації та ліквідації суб'єктів підприємництва окремих організаційних форм визначається Господарським кодексом та іншими законодавчими актами.

Держава гарантує всім підприємцям, незалежно від обраних ними організаційних форм підприємницької діяльності, рівні права і створює рівні можливості для доступу до матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів, а також свободу конкуренції.

Втручання державних органів у господарську діяльність підприємців не дозволяється, якщо вона не суперечить чинному законодавству.

## **ГЛАВА 2. СУБ'ЄКТИ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.**

Згідно з українським законодавством суб'єктами господарювання визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють діяльність, реалізуючи господарську компетенцію на основі права власності, права господарського відання, права оперативного керування, мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями. Виходячи з цього, **суб'єктами комерційної діяльності є:**

а) громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які проводять господарську діяльність і зареєстровані відповідно до закону як підприємці;

б) господарські організації - юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, державні, комунальні та інші підприємства,



створені відповідно до цього Кодексу, а також інші юридичні особи, які проводять господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку.

Суб'єкти господарювання мають право відкривати свої філії, представництва, інші відокремлені підрозділи без створення юридичної особи.

Відповідно до ст. 34 і 35 «Цивільного кодексу України» (із змінами і доповненнями) фізична особа може бути зареєстрована суб'єктом підприємницької діяльності, тільки набувши повної цивільної дієздатності, а саме:

- 1) з моменту досягнення вісімнадцяти років (повноліття);
- 2) у разі реєстрації шлюбу фізичної особи, яка не досягла повноліття, вона набуває повної цивільної дієздатності з моменту реєстрації шлюбу;
- 3) повна цивільна дієздатність може бути надана фізичній особі, яка досягла шістнадцяти років і бажає займатись комерційною діяльністю, за наявності письмової згоди на це батьків (усиновлювачів), піклувальника або органу опіки та піклування.

У разі припинення фізичною особою підприємницької діяльності надана їй повна цивільна дієздатність зберігається.

Повна цивільна дієздатність, надана фізичній особі, поширюється на всі цивільні права й обов'язки.

Не дозволяється займатися підприємництвом таким категоріям громадян: військовослужбовцям, посадовим особам органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного арбітражу, державного нотаріату, а також органів державної влади та управління, які здійснюють контроль за діяльністю підприємств.

Не можуть бути підприємцями особи, яким суд заборонив займатися певним видом діяльності до закінчення терміну, встановленого вироком суду, а також особи, які мають непогашену судимість за крадіжки,

хабарництво та інші корисливі злочини.

Підприємці мають право без обмежень приймати рішення і здійснювати самостійно будь-яку діяльність, що не суперечить чинному законодавству.

Суб'єкти комерційної діяльності діють або як власники основних засобів виробництва (наприклад, кооперативи, господарські товариства), або як комерційні суб'єкти, засновані власниками (наприклад, державне підприємство, приватне підприємство, підприємство, засноване кооперативом). Управлінські організації – міністерства, відомства – законом визначені як **уповноважені** власником (власниками) органи (ст. 33 Закону "Про власність").

Залежно від способу створення і формування статутного капіталу підприємства можуть бути **унітарними й корпоративними**.

**Унітарним** визнається підприємство, засновником якого виступає один суб'єкт господарювання.

**Корпоративним** визнається підприємство, у створенні якого беруть участь два і більше засновника.

Залежно від числа працюючих і обсягу валового доходу підприємства можуть бути **малими, середніми й великими**.

**Малим** називається підприємство, в якому середньорічна чисельність працюючих не перевищує 50 чоловік. При цьому валовий дохід від реалізації продукції, робіт, послуг за рік не може бути понад 500 000 євро.

Досвід країн з ринковою економікою свідчить про високу економічну ефективність малого бізнесу. Вільна ринкова конкуренція змушує малі підприємства пристосовуватися до ринкових умов, що постійно змінюються. Більше того, вони конкурентно впливають на великі підприємства, ефективно стримуючи властиву їм тенденцію до застою. В усьому світі мале підприємництво користується державною підтримкою. У нашій країні ще не створені відповідні ефективні механізми і програми розвитку малого бізнесу.

**Великим** вважається підприємство, в якому середньорічна чисельність працюючих перевищує 1000 чоловік, а валовий дохід від реалізації продукції, робіт, послуг за рік – понад 5 000 000 євро.

Всі інші підприємства входять до категорії **середніх**.

Державне підприємство, яке відповідно до законодавства України не підлягає приватизації, за рішенням Кабінету Міністрів України може бути перетворене в **казенне підприємство**.

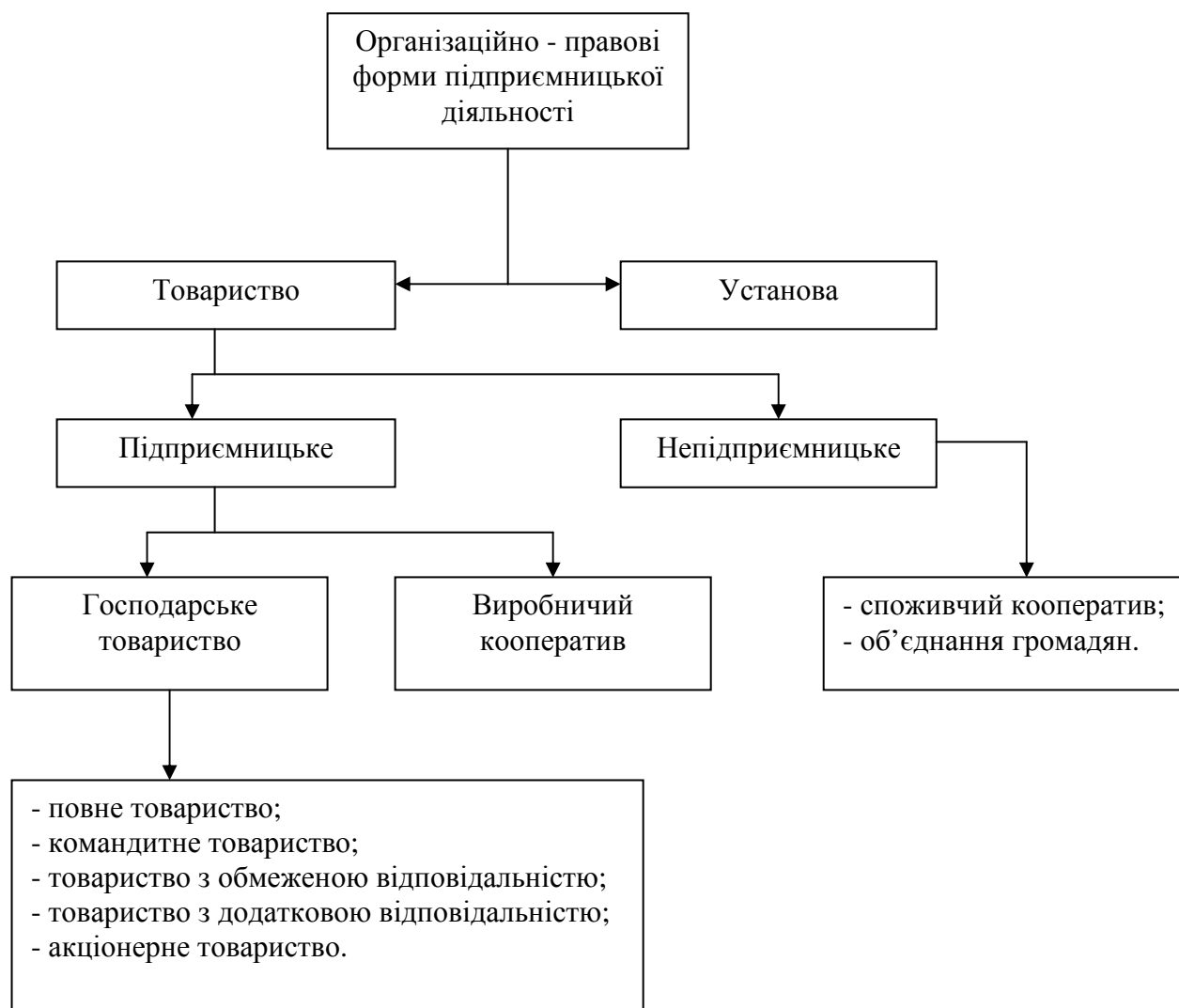
**Казенним** називається комерційне підприємство, яке може бути державним або муніципальним і не наділено правом власності на закріплене за ним майно.

Казенні підприємства створюються в галузях народного господарства, в яких:

- законом дозволяється проводити господарську діяльність тільки державним підприємствам;
- основним (більше 50%) споживачем послуг, продукції є держава;
- за умовами господарювання не можлива вільна конкуренція товаровиробників і споживачів;
- більше 50% виробленої продукції є нерентабельною, хоча і суспільно необхідною продукцією;
- приватизація майнових комплексів державних підприємств заборонена законом.

Суб'єкти господарського права мають ряд ознак правосуб'єктності, закріплених українським законодавством. По-перше, ці суб'єкти мають **певну організаційно-правову форму**. Комерційна діяльність може здійснюватися в будь-яких організаційних формах, передбачених законом. Під **організаційно-правовою формою** розуміється така форма юридичної особи, що характеризує специфіку її створення, майнового статусу, характеру прав і прав засновників (учасників) на майно, особливості їхньої відповідальності за зобов'язаннями суб'єкта.

Юридичні особи можуть створюватися у формі *товариств, установ* та ін. формах, установлених законом (див. *рис. 1.2* ).



*Рис.1.2* – Організаційно-правові форми підприємницької діяльності.

**Товариством** є організація, створена шляхом об'єднання осіб або учасників і яка може бути як підприємницькою, так і непідприємницькою.

**Установою** є організація, створена однією або декількома особами (засновниками), які не беруть участі в управлінні її шляхом об'єднання або виділення майна для досягнення мети, визначеної засновниками, за рахунок цього майна. Особливості правового статусу окремих видів установ встановлюється законом.

Товариства, які здійснюють комерційну діяльність з метою одержання і

наступного розподілу прибутку між учасниками, можуть бути створені тільки як *господарчі товариства або виробничі кооперативи*.

**Виробничим кооперативом** є добровільне об'єднання громадян на засадах членства для загальної виробничої або іншої господарської діяльності, що базується на особистій трудовій участі й об'єднанні його членами майнових пайових внесків. Статутом кооперативу і законом може передбачатися участь у діяльності виробничого кооперативу на засадах членства також інших осіб.

Установчим документом виробничого кооперативу є статут, що затверджується загальними зборами його членів. Назва кооперативу повинна містити його найменування і слова «виробничий кооператив».

**Господарським товариством** є юридична особа, статутний або складовий капітал якої розділений на частки між учасниками і яка може створюватися у формі:

- повного товариства (ПТ);
- командитного товариства (КТ);
- товариства з обмеженою відповідальністю (ТОВ);
- товариства з додатковою відповідальністю (ТДВ);
- акціонерного товариства (АТ).

**Повним** є товариство, учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють комерційну діяльність від імені товариства і солідарно несуть додаткову відповідальність за його зобов'язаннями усім майном, яке їм належить. Найменування повного товариства повинне містити імена всіх його учасників і слова «повне товариство» або містити ім'я або найменування одного учасника з додаванням слів «і компанія», а також слова «повне товариство».

Повне товариство створюється і діє на підставі установчого договору.

**Командитним товариством** називається товариство, в якому поряд з учасниками, які здійснюють від імені товариства комерційну діяльність і додатково несуть солідарну відповідальність по зобов'язаннях товариства усім своїм особистим майном (повні учасники), є один або декілька учасників (вкладників), які несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, в межах сум внесених ними внесків, і не беруть участі в діяльності товариства. Найменування командитного товариства повинне містити імена або найменування всіх його учасників і слова «командитне товариство» або містити ім'я або найменування одного повного учасника з додаванням слів «і компанія», а також слова «командитне товариство».

Командитне товариство створюється і діє на основі установчого договору, який підписують всі повні учасники (приклад установчого договору КТ наведений у додатку б). Якщо командитне товариство створюється одним повним учасником, то установчим документом є одноособова заява – меморандум.

Учасниками повного товариства і повними учасниками командитного товариства можуть бути особи, зареєстровані як суб'єкти підприємництва.

**Товариством з обмеженою відповідальністю** є засноване одним або декількома особами товариство, статутний капітал якого розділений на частки, розмір яких установлюється статутом. Максимальна кількість учасників ТОВ може досягати 10 осіб. Учасники товариства з обмеженою відповідальністю не відповідають за його зобов'язаннями і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах вартості своїх внесків. Величина статутного капіталу не може бути меншою за 100 мінімальних заробітних плат (з 1 січня 2007 року мінімальна заробітна плата в Україні згідно із Законом України “Про Державний бюджет на 2007 рік” складає 400 грн. в місяць).

Якщо товариство з обмеженою відповідальністю засновується декількома особами, останні в разі потреби обумовлюють взаємини між собою щодо створення товариства, укладають договір у письмовому вигляді.

При цьому цей договір не є установчим документом і при державній реєстрації товариства подавати його не обов'язково.

Установчим документом товариства з обмеженою відповідальністю є статут (приклад статуту ТОВ наведений у додатку 4). До моменту державної реєстрації товариства з обмеженою відповідальністю його учасники повинні оплатити не менше 50% суми своїх внесків. Частина, що залишилася, має бути внесена учасниками протягом року.

Назва товариства з обмеженою відповідальністю повинна містити найменування товариства і слова «товариство з обмеженою відповідальністю».

**Товариством з додатковою відповідальністю** є товариство, засноване однією або декількома особами, статутний капітал якого розділений на частки, розмір яких визначений статутом. Учасники товариства з додатковою відповідальністю солідарно несуть додаткову відповідальність за його зобов'язаннями своїм майном у розмірі, що встановлюється статутом товариства і є однаково кратним для всіх учасників до вартості внесеного кожним учасником внеску. У разі визнання банкрутом одного з учасників його власність по зобов'язаннях товариства розподіляється між іншими учасниками товариства пропорційно їхнім часткам у статутному капіталі.

До товариства з додатковою відповідальністю застосовуються положення, що відносяться до товариства з обмеженою відповідальністю, якщо інше не встановлено статутом товариства і законом.

**Акціонерним є товариство**, статутний капітал якого розділений на певну кількість акцій рівної номінальної вартості. Акціонери несуть ризики збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, в розмірі вартості приналежних їм акцій. Статутний капітал акціонерного товариства складають внески засновників та учасників. Величина статутного фонду не може бути меншою за 1 250 мінімальних заробітних плат. Назва акціонерного товариства повинна містити його найменування і вказівку на те, що товариство є акціонерним. Акціонерні товариства можуть бути

**відкритими й закритими.** Акції **відкритих** акціонерних товариств можуть розповсюджуватися шляхом відкритої підписки і купівлі – продажу на біржах. При продажу своїх акцій власники не повинні одержувати згоди інших акціонерів на їхнє відчуження. Акції **закритого** товариства розподіляються між засновниками і не можуть продаватися і купуватися на біржах. Акціонери закритого акціонерного товариства мають перевагу при покупці акцій, що продаються іншими акціонерами.

Акціонерне товариство може бути створено одним чи декількома особами. Якщо декількома – то вони укладають між собою договір, що визначає порядок здійснення ними спільної діяльності щодо створення товариства. Цей договір не є установчим документом.

Установчим документом акціонерного товариства є статут (приклад статуту АТ наведений у додатку 5).

Однією з ознак суб'єкта комерційної діяльності є те, що він має **юридичне відокремлене і закріплене за ним майно** у формі основних фондів, обігових коштів, інших цінностей. Майно суб'єкта комерційної діяльності відокремлюється і закріплюється за ним у правовій формі, елементами якої законодавство визначило установчі документи (установчий договір, статут, акт про створення, положення) суб'єкта, самотійний або зведений (для господарських об'єднань) баланс, який відображує вартість майна суб'єкта в цілому, розрахунковий та інші рахунки в банках.

Другою ознакою суб'єкта комерційної діяльності є його **комерційна правосуб'єктність**. Суб'єкт комерційної діяльності має засновану на законі можливість набувати від свого імені майнові й особисті немайнові права, вступати в зобов'язання, виступати в судових органах. Правосуб'єктність суб'єкта комерційної діяльності визначається як комерційна компетенція, тобто сукупність встановлених законодавством і набутих у комерційних правовідносинах прав і обов'язків. Суб'єкти комерційної діяльності (крім підрозділів організацій) є юридичними особами.

Підприємства відповідно до їхніх функцій посідають головне місце в



економіці. З урахуванням соціально-економічної ролі підприємств законодавець кваліфікує їх як основну організаційну ланку народного господарства України. З точки зору українського законодавства **підприємство** визначається як господарюючий суб'єкт, що створюється для здійснення господарської діяльності з метою одержання прибутку, який має необхідні для цього повноваження і реєструється у визначеному законом порядку як юридична особа. Терміну **підприємство** в зарубіжному комерційному праві відповідають поняття **компанія** або **корпорація**.

Підприємства мають право об'єднуватися у складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань. Такі об'єднання утворюються на добровільних засадах на невизначений строк або як тимчасові об'єднання.

Залежно від порядку заснування об'єднання підприємств можуть утворюватися як господарські об'єднання або як державні чи комунальні господарські об'єднання.

Господарські об'єднання створюються за ініціативою підприємств, незалежно від їх виду і діють на основі установчого договору або статуту. Державні чи комунальні господарські об'єднання утворюються за рішенням Кабінету Міністрів України або за рішенням органів місцевого самоврядування. Такі об'єднання діють на підставі рішення про його створення та статуту, який затверджується органом, який прийняв рішення про утворення такого об'єднання.

Господарські об'єднання згідно з українським законодавством, утворюються як асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, інші об'єднання підприємств, передбачені законами. Об'єднання підприємств створюється лише у тому разі, якщо це не суперечить антимонопольному законодавству України.

**Асоціація** являє собою договірне об'єднання підприємств, створюване з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що

об'єдналися, шляхом централізації однієї або декількох виробничих і управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових і матеріальних ресурсів.

Асоціація не має права втручатися у виробничу і комерційну діяльність будь-кого з її учасників. За рішенням учасників асоціація може бути уповноважена представляти їхні інтереси у відносинах з органами влади та інших підприємствами і організаціями. Діє на підставі договору та статуту.

**Корпорація** – це договірне об'єднання, створене на основі сполучення виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації.

**Консорціум** – тимчасові статутні об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети. Це може бути реалізація цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів і т.п. Консорціум використовує кошти, якими його наділяють учасники, централізовані ресурси, виділені на фінансування відповідної програми, а також кошти, що надходять з інших джерел. Вирішивши поставлене завдання, консорціум припиняє свою діяльність.

**Концерн** – це статутне об'єднання підприємств та інших організацій на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання, з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та ін. діяльності.

Учасники концерну наділяють його частиною своїх повноважень, у тому числі правом представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями. Учасники концерну не можуть бути одночасно у складі інших концернів.

Державні й комунальні об'єднання створюються в основному у формі корпорацій або концернів незалежно від назви об'єднання (комбінат, трест і т.п.).

Поряд з добровільними існують об'єднання, що створюються в результаті поглинання одних підприємств іншими. Прикладом подібних об'єднань можуть бути холдингові компанії.

**Холдингова компанія** згідно із Законом „Про холдингові компанії в Україні” - це відкрите акціонерне товариство, яке володіє, користується та розпоряджається холдинговими корпоративними пакетами акцій (часток, паїв) двох або більше корпоративних підприємств. При цьому визначається, що **холдинговий корпоративний пакет акцій** (часток, паїв) - пакет акцій (часток, паїв) корпоративного підприємства, який перевищує 50 відсотків чи становить величину, яка забезпечує право вирішального впливу на господарську діяльність корпоративного підприємства. Холдингові компанії можуть утворюватися:

а) органами, уповноваженими керувати державним майном, державними органами приватизації самостійно або разом з іншими засновниками шляхом об'єднання у статутному фонді холдингових корпоративних пакетів акцій (часток, паїв);

б) іншими суб'єктами на договірних засадах.

У випадках, передбачених законодавством, холдингові компанії утворюються за умови попереднього отримання дозволу відповідного органу Антимонопольного комітету України або Кабінету Міністрів України на концентрацію, узгоджені дії суб'єктів господарювання. Проекти установчих документів холдингових компаній, які утворюються за умови отримання зазначеного дозволу, підлягають погодженню з відповідним органом Антимонопольного комітету України.

Державна реєстрація холдингових компаній проводиться державним реєстратором у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України відповідно до Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців". Холдингова компанія набуває статусу юридичної особи з дня її державної реєстрації в Державному реєстрі

холдингових компаній України, який є невід'ємною частиною Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців.

Особливими суб'єктами господарського права слід визнати **фізичних осіб-підприємців**:

- громадяни України;
- іноземці;
- особи без громадянства.

Ці особи мають право здійснювати комерційну діяльність у будь-яких організаційних формах на їх вибір. Зокрема, якщо діяльність фізичних осіб проводиться із залученням найманої праці, вона реєструється як приватне підприємство. Установчим документом приватного підприємства (фірми) є статут (приклад статуту ПП наведений у додатку 3).

Комерційна діяльність фізичної особи може здійснюватися і без створення юридичної особи (підприємства) шляхом реєстрації індивідуальної трудової діяльності – суб'єкта підприємницької діяльності фізичної особи (СПДФО).

Кожен з видів суб'єктів комерційного права має свої певні завдання. Підприємство здійснює виробничо-господарську діяльність, банк – кредитну, розрахункову та іншу діяльність, орган державної виконавчої влади – управлінську діяльність в економіці та ін. Правовою формою, в якій врегульовані завдання суб'єктів комерційного права, є їхні статутні комерційно-правові акти – установчі документи (установчий договір і статут), статут державного або іншого підприємства, положення (про міністерство, про державний комітет). Виходячи із завдань, статутні акти врегульовують такі поняття, як цілі й предмет діяльності суб'єкта комерційної діяльності (функції щодо органів управління).

Підприємства згідно із законом мають право проводити будь-які види законної господарської діяльності: виробничу, науково-дослідну, комерційну та ін. Всі підприємства є комерційними організаціями, їх статутними цілями завжди виступає виконання певної господарської діяльності з метою

одержання прибутку. Прибуток є основним узагальнюючим показником фінансових результатів комерційної діяльності підприємства. Це є майно, яке у визначеному статуті порядку присвоює власник (власники) підприємства.

Право визначати цілі й предмет діяльності підприємства належить його засновникам, які виходять при цьому з своїх комерційних можливостей. Закон дозволяє вносити до статуту будь-яку кількість видів діяльності, не забороненої законом.

Юридичним засобом досягнення завдань і цілей суб'єкта комерційної діяльності виступають його права, захист яких гарантує держава. Права суб'єктів визначаються комерційним законодавством залежно від їхніх видів: права підприємств, об'єднань підприємств, фінансових і посередницьких інститутів, органів державної виконавчої влади.

Права суб'єктів можна класифікувати відповідно до їхнього змісту.

**Засновницькі права** ґрунтуються на загальній нормі права власності, згідно з якою власник "може використовувати майно для здійснення господарської та іншої, не забороненої законом діяльності" (ст. 4 Закону "Про власність"). Засновницькі права включають право на вільний вибір засновниками підприємства видів діяльності, право на вибір організаційно-правової форми підприємства, право на прийняття рішення про створення підприємства, право змінювати у встановленому порядку як діяльність, так і форму підприємства. За загальним правилом, ці та інші засновницькі права належать власнику (власникам).

**Права в галузі управління.** Підприємства та інші суб'єкти комерційної діяльності самостійно управляють своєю діяльністю і справами. Порядок здійснення управління регулюється статутом згідно з принципами, визначеними законодавством. Основним є принцип поєднання прав власника на господарське використання свого майна з самостійним управлінням трудового колективу. Власник здійснює свої управлінські права як безпосередньо (кооператив), так і через уповноважені ним органи (державні підприємства, господарські товариства). Власник і уповноважений ним орган

в порядку, передбаченому статутом, можуть делегувати свої управлінські права органу управління.

До управлінських належать, зокрема, права:

- самостійно визначати структуру підприємства, тобто кількість і склад його структурних підрозділів;
- затверджувати положення про структурні підрозділи;
- формувати органи управління і контролювати їхню діяльність, призначати посадових осіб, визначати їхні обов'язки тощо.

Склад і юридична природа органів підприємства залежать від того, до якої власності воно належить. Конкретно це питання визначається статутними актами. Наприклад, підприємства – суб'єкти права мають вищі керівні й виконавчі органи. Перший – це загальні збори (наприклад, загальні збори акціонерного товариства) або конференція. Виконавчі функції в таких підприємствах здійснюють правління. Правління обирається власниками підприємств на загальних зборах, що визначають і затверджують у статуті повноваження цього органу. Правління обирає зі свого складу голову, заступників. Керівники підприємств державної власності наймаються (призначаються) уповноваженими органами згідно з контрактною системою.

**Майнові права суб'єктів** поділяються на загальні й спеціальні.

З погляду Закону України «Про власність» **існують три форми власності: приватна, колективна, державна.**

Загальні майнові права підприємств, комерційних об'єднань врегульовані на підставі ст. 20–30, 37 Закону "Про власність". До них можна віднести права:

- мати на підставі певного речового права (титулу) основні фонди, обігові кошти, інші цінності, вартість яких відображається на самостійному балансі підприємства. Згідно із законами, статутами підприємств та укладеними угодами майно належить підприємствам, іншим суб'єктам на

праві власності або на праві повного господарського відання. Майно державної власності закріплюється за державними підприємствами і належить їм на праві повного господарського відання;

- вести господарську й комерційну діяльність;

- бути у зв'язку з цим позивачем і відповідачем у суді, арбітражному суді, захищати свої майнові права та інтереси від імені підприємства;

- розпоряджатися майном. Підприємство, якщо інше не передбачене його статутом, має право: продавати (обмінювати) майно іншим організаціям, здавати в оренду, заставляти, надавати тимчасово в безоплатне користування, списувати зношені основні фонди з балансу ;

- набувати на законних підставах майно. Підприємство відповідно до свого статуту має право купувати, орендувати, одержувати будь-яким іншим правомірним способом майно (рухоме і нерухоме), використовувати його, поліпшувати та ін.

Похідними від зазначених та інших майнових прав є **договірно-майнові права** підприємств. Це права укладати засновницькі, господарські договори та інші контракти (і нести щодо них відповідальність); видавати закладні (застава) та інші фінансові зобов'язання; позичати гроші; інвестувати і реінвестувати кошти підприємства; одержувати рухоме й нерухоме майно як гарантію оплати боргу та ін.

Крім розглянутих загальних прав, підприємства мають і спеціальні майнові права у сфері випуску й обігу цінних паперів: акцій, облігацій підприємств, приватизаційних паперів, ощадних, інвестиційних сертифікатів, векселів. Ці права є спеціальними, тому що обумовлені спеціальною правосуб'єктністю підприємств як емітентів цінних паперів. Підприємство має право випускати й реалізовувати лише ті види цінних паперів, які спеціально визначені законом, зокрема, акціонерні товариства – акції, облігації; інші підприємства – облігації.

За аналогічною схемою систематизуються обов'язки підприємств.

При заснуванні підприємства зобов'язані (законом) затверджувати (перезатверджувати) установчі документи; у встановленому законом порядку реєструватися як суб'єкти підприємницької діяльності (тобто комерційної діяльності); на діяльність, що підлягає ліцензуванню, підприємства зобов'язані одержувати спеціальні дозволи (ліцензії).

У процесі комерційної діяльності закон зобов'язує підприємства:

- виконувати господарські зобов'язання;
- забезпечувати необхідну якість продукції, робіт, послуг;
- вести бухгалтерський облік (самостійні бухгалтерські баланси) своєї роботи, надавати органам державної статистики передбачену законом звітність;

- своєчасно подавати податковим органам декларації про свої доходи, інші податкові документи, сплачувати податки, інші обов'язкові платежі;

- не допускати недобросовісної конкуренції, інших порушень антимонопольного законодавства, прав та інтересів споживачів, будь-яких інших осіб. Суб'єкти комерційної діяльності мають також обов'язки, передбачені природоохоронним законодавством:

- раціонально використовувати природні ресурси;
- охороняти навколишнє середовище від забруднення, іншого шкідливого впливу;
- своїми коштами відшкодовувати витрати на відновлення та охорону природних ресурсів тощо.

За порушення своїх обов'язків підприємство несе майнову та іншу відповідальність, встановлену законом, а також передбачену договорами.



### ГЛАВА 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА

Після виникнення у комерсанта підприємницької ідеї потрібно приймати рішення: купувати діюче підприємство, реорганізувати існуюче або створити нове.

Фінансисти при оцінці кредитного ризику банку вважають у більшості випадків найбільш ефективно придбання підприємства. У той же час для створення раніше невідомих товарів або послуг, освоєння нової "ринкової ніші" більше підходить реорганізація підприємства або створення нового.

З юридичної точки зору підприємство може бути створено:

- за рішенням власника (власників) майна або уповноваженого ним (ними) органу, підприємства-засновника, організації або трудового колективу на основі діючого законодавства, а також унаслідок примусового розділу іншого підприємства відповідно до антимонопольного законодавства;

- шляхом виділення із складу діючого підприємства за рішенням його трудового колективу за згодою власника або уповноваженого ним органу. У цьому разі за новими підприємствами зберігаються правоприємні зобов'язання.

Але кожний з цих варіантів вимагає кадрового, матеріального і фінансового забезпечення, тобто ефективних підприємницьких рішень щодо залучення людських, матеріальних і фінансових ресурсів. Передумови таких рішень готуються підприємцем у процесі формування бізнес-плану. Але цій роботі передуює аналіз проблем вишукування початкового капіталу.

**Початковий капітал** — сума грошей, цінних паперів або матеріально-речовинних цінностей, необхідних підприємцю для відкриття власної справи, створення підприємства з виробництва товарів, послуг.

Початковий капітал неоднаковий у різних країнах, окремих сферах і галузях народного господарства.

Початковий капітал включає і так званий "**стартовий**" компонент (капітал), тобто *витрати, пов'язані з підготовкою виробництва товарів або послуг*. Вони містять у собі певні витрати на створення власного підприємства:

- його реєстрацію (сплата реєстраційного збору);
- оплату підготовки установчих документів;
- послуги нотаріуса;
- відкриття розрахункового рахунку в банку;
- виготовлення ескізу печатки, штампів, товарного знаку;
- одержання кодів діяльності;
- дозвіл міліції на виготовлення печатки і штампів;
- послуги чиновників та ін.

На цьому етапі фінансове планування проводиться в рамках розробки бізнес-плану.

Надзвичайно важливою для майбутніх підприємців є точна інформація бізнес-плану про **майно підприємства**, зокрема про джерела його формування. Майно підприємства складають його основні й оборотні фонди, а також інші цінності, вартість яких відображається в самостійному балансі підприємства. **Основними джерелами** формування майна підприємства є:

- грошові й матеріальні внески засновників;
- доходи, отримані від реалізації продукції, а також від інших видів господарської діяльності, у тому числі від операцій з цінними паперами;
- кредити банків та інших кредиторів;
- кошти з бюджетів різних рівнів.

Одним з найважливіших засобів формування початкового капіталу є **заощадження домогосподарств**. Кількісно такі заощадження являють собою різницю між доходами сім'ї і споживчих витрат. Співвідношення між цими

показниками ще називають *нормою заощаджень*, що сильно впливає на підприємницьку активність у країні.

На будь-якому підприємстві повинна діяти фінансова стратегія, що реалізується у фінансових планах, яка дозволяє на початковому етапі діяльності вирішити два основних завдання:

- які кошти необхідні для того, щоб почати підприємство?
- які кошти необхідні для роботи підприємства протягом трьох місяців?
- які їхні джерела?

Визначивши обсяг і джерела інвестування, підприємець приймає рішення про створення підприємства. В його основі лежать механізми визначення прибутковості інвестування та аналізу беззбитковості. **Прибутковість інвестування** пов'язана зі строком окупності й дисконтуванням доходу. *Строк окупності інвестицій* визначається відношенням суми початкових інвестиції до щорічних грошових доходів від реалізації підприємницької ідеї.

Але в умовах інфляції його визначення неможливе без застосування коефіцієнта дисконтування ( $K_d$ ). Його знаходять за формулою

$$K_d = \frac{1}{(1 + P)^n},$$

де  $P$  — відношення банківської кредитної ставки до 100;

$n$  — кількість років інвестування.

Ефективність інвестування визначається відношенням суми дисконтування доходу до суми дисконтування витрат. Реалізація підприємницької ідеї вважається ефективною, якщо цей коефіцієнт більше одиниці. Цю ефективність відображає і коефіцієнт прибутковості. Він припускає визначення **точки беззбитковості**, що показує рівень виробництва і продажів, при якому фінансові надходження покривають видатки на виробництво. У цій точці воно стає беззбитковим, але і прибутку ще не дає.

Права підприємців регламентуються законодавством, з одного боку, а з іншого - *звичаями ділового обороту*, тобто застосовуваними в якій-небудь області підприємницької діяльності правилами поведінки.

Головним на початковому етапі заснування юридичної особи є вибір його форми власності і правового статусу підприємства. Засновниками підприємства можуть бути власники майна або уповноважені ними особи.

На другому етапі ведеться розробка установчих документів, статуту й установчого договору. Заключним етапом утворення юридичних осіб є їх державна реєстрація, з моменту якої організація одержує статус юридичної особи.

**Статут** підприємства визначає його правоздатність, установлює правовий статус. Основне призначення статуту — інформування контрагентів та інших осіб про коло своєї діяльності, права і можливостях, встановлення організаційно-правової форми підприємства (додатки 3, 4, 5).

Ні сам статут, ні його окремі положення не можуть бути оголошені комерційною таємницею.

**Установчий договір** — це договір про добровільне об'єднання двох чи декількох осіб, їхнього майна, в якому кожний з учасників бере на себе певні зобов'язання стосовно інших учасників з метою одержання прибутку (додаток 6). Тому акцент у ньому роблять на загальному обсязі статутного капіталу, частки кожного з засновників, її формі (натуральній чи майновій), умовах передачі майна у власність юридичної особи, порядок розподілу прибутку і збитків, умови виходу засновників зі складу юридичної особи.

Підписанню установчого договору, як правило, передують ретельне комплексне техніко-економічне обґрунтування діяльності підприємства, розробка бізнес-плану і насамперед таких сторін документа, як розрахунок статутного фонду, очікуваних прибутків, балансу доходів і витрат на функціонування підприємства та ін.

Оскільки в установчому договорі особлива увага приділяється статутному капіталу, розглянемо його сутність і шляхи формування.

**Статутний капітал** — сукупність майнових (матеріальних, речових) і грошових коштів та інших нематеріальних цінностей, що є постійним внеском його засновників-учасників у створене ними господарче товариство з метою забезпечення діяльності підприємства й одержання на цій основі прибутку.

*Внесками засновників і учасників товариства є:*

- у майновій формі — будинки, споруди, устаткування та інші матеріальні цінності;

- у грошовій формі — грошові ресурси (в тому числі у вільно конвертованій валюті) і цінні папери;

- у формі нематеріальних цінностей — усі види майнових прав: на користування землею та іншими природними ресурсами, в тому числі інтелектуальною власністю (зокрема, використання винаходів у вигляді патентів і ліцензій, "ноу-хау").

При створенні акціонерного товариства в установчих документах повинні бути відображені дані про види акцій, що випускаються, їхню номінальну вартість, кількість і співвідношення акцій різних видів.

Державна реєстрація юридичних і фізичних осіб проводиться відповідно до Закону України від 15.05.03р. №755-І "Про державну реєстрацію юридичних осіб і фізичних осіб - підприємців", що набрав чинності з 1 липня 2004 р. Підприємство вважається створеним і здобуває статус юридичної особи з моменту державної реєстрації і внесення в єдиний державний реєстр.

*Скасування державної реєстрації здійснюється за особистою заявою суб'єкта підприємницької діяльності, а також на підставі рішення суду.*

Припинення діяльності підприємства відбувається шляхом його ліквідації або реорганізації. **Реорганізація підприємства** — процес перетворення, перебудови організаційної структури і управління підприємством при збереженні його виробничого потенціалу, зокрема

основних фондів.

**Формами реорганізації** є злиття, приєднання, поділ, виділення і перетворення підприємств:

- *злиттям* організацій визнається виникнення нової організації шляхом передачі їй усіх прав і обов'язків двох чи декількох організацій з одночасним припиненням діяльності останніх;

- *приєднанням* організації визнається припинення діяльності однієї чи декількох організацій з передачею всіх їхніх прав і обов'язків іншій організації;

- *поділом* організації визнається припинення діяльності організації з передачею всіх її прав і обов'язків знову створюваним організаціям;

- *виділенням* організації визнається створення однієї чи декількох організацій без припинення діяльності. При виділенні зі складу діючої організації однієї або декількох до кожної з них переходить частина прав і обов'язків реорганізованої організації відповідно до розподільчого балансу;

- під *перетворенням* організації розуміється перетворення юридичної особи однієї організаційно-правової форми в іншу відповідно до положень господарського кодексу і законів.

**Ліквідація підприємства** може здійснюватися:

- *добровільно* — ліквідаційною комісією, що створюється власником або уповноваженим ним органом, призначеним ліквідаційною організацією;

- *примусово* — комісією, призначеною судом або відповідним державним органом.

Ліквідація і реорганізація підприємства проводяться за рішенням власника і участю трудового колективу.

**Основними причинами ліквідації підприємства** є:

- його банкрутство, тобто неможливість платити за своїми обов'язками, а також погасити наявні борги. Під *неспроможністю (банкрутством)*

розуміється процес припинення діяльності організації (індивідуального підприємця) відповідно до рішення суду (чи добровільно) при невиконанні відповідно до закону грошових зобов'язань перед кредиторами та іншими зобов'язаннями перед бюджетами. До конкретних причин банкрутства підприємств відносяться: їхня низька конкурентоздатність, надмірні витрати виробництва й обороту, нестача оборотних коштів, високі відсотки по кредиту, погіршення економічної кон'юнктури та ін.;

- закінчення терміну, на який підприємство створювалося, чи досягнення мети, поставленої суб'єктами комерційної діяльності при організації підприємства;

- ухвалення рішення про заборону діяльності підприємства через невиконання умов, установлених законодавством, якщо в передбачений рішенням термін не забезпечено дотримання цих умов або не змінений вид діяльності;

- визнання рішенням суду недійсними установчих документів і дозволу на створення підприємства;

- систематичні й грубі порушення діючого законодавства.

### **Питання для самоконтролю**

1. Що ви розумієте під терміном “комерція”?
2. Що таке комерційна діяльність?
3. Дайте визначення комерційної і підприємницької діяльності. У чому їхня відмінність?
4. На яких принципах базується здійснення комерційної діяльності?
5. Які принципи комерційної діяльності представляються для вас найбільш значимими?
6. Що таке комерційні процеси? Наведіть приклад.
7. Які нормативні документи регулюють комерційні відносини в

Україні?

8. Що вивчає предмет теорії комерційної діяльності?
9. Які найважливіші елементи діалектичного методу дослідження використовуються в курсі теорії комерційної діяльності?
10. Покажіть, як економічні елементи діалектичного методу реалізуються в комерційній діяльності?
11. Дайте характеристику суб'єктів комерційної діяльності?
12. Якими за формами власності підприємства можуть бути в Україні?
13. Які організаційно-правові форми підприємницької діяльності діють в Україні? Дайте їх характеристику.
14. Які господарські товариства можуть бути в Україні, вкажіть їх засновницькі документи?
15. Які господарські об'єднання діють в Україні? Дайте їх характеристику.
16. Які права мають суб'єкти комерційної діяльності?
17. У чому складається сутність початкового капіталу?
18. Які основні джерела формування початкового капіталу?
19. Хто може і хто не може бути суб'єктом комерційної діяльності в Україні?
20. Чим відрізняється структура статуту від установчого договору?
21. Які основні джерела формування майна підприємства?
22. У чому призначення статутного фонду?
23. Які основні причини ліквідації підприємства?



## РОЗДІЛ II. МЕНЕДЖМЕНТ У КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

### ГЛАВА 1. СУТНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ

Після створення підприємства перед підприємцем виникає проблема ефективного керування ним, складовою частиною якого виступає організаційна діяльність, виконувана в рамках певних форм. Вибір оптимальної організаційної форми підприємства й ефективних методів прийняття управлінських рішень є однією з найважливіших умов успішної комерційної діяльності.

З часу об'єднання людей в окремі групи для певної діяльності виникла потреба в управлінні ними. У межах економічної системи здійснюється управління певними об'єктами (процесом виробництва товарів, їх збутом і т.п.) і суб'єктами (окремим працівником, бригадою, підприємством та ін.).

Підприємець у своїй діяльності виконує ряд функцій, пов'язаних з керуванням, плануванням і аналізом техніко-економічних показників свого підприємства. Розглянемо докладніше зміст цих функцій.

Сучасне підприємство являє собою складну систему, що включає технічну базу, трудові й матеріальні ресурси, які знаходяться в постійній взаємодії і розвитку. Координація діяльності підсистем, ув'язування їх в єдину систему — одне з найважливіших завдань управління. Першочерговими завданнями керування підприємством в умовах ринку є:

- маркетингові дослідження; вивчення кон'юнктури ринку; прогнозування збуту продукції; перспективне планування випуску продукції; визначення передбачуваного доходу; налагодження господарських зв'язків з потенційними замовниками;

- аналіз професійної підготовки фахівців і їхнє ефективне використання — раціональний підбір, розміщення і стабілізація кадрів, складання і реалізація соціальних програм; облік, розподіл соціальних благ (акцій, допомоги і т.п.);

- забезпечення виробничого циклу матеріальними ресурсами; визначення постачальників; укладання взаємовигідних договорів; облік і контроль раціонального використання матеріальних ресурсів, оборотності оборотних коштів;

- формування цілей керування; планування; вибір оптимального варіанта плану, що забезпечує максимальний доход; оцінка техніко-економічних показників перспективної програми випуску продукції;

- раціональне забезпечення виробничого циклу; його скорочення за рахунок оперативного доведення до виконавця змінних завдань; розрахунок оптимальних термінів комплексного постачання продукції цехами-суміжниками; аналіз використання виробничих потужностей і вироблення пропозицій щодо їхнього розвитку;

- налагодження оптимальних фінансових потоків і забезпечення збуту; прогнозування обсягу реалізації і збуту; оперативне реагування на купівельну спроможність замовника; координування виробничих і фінансових планів.

У своїй трудовій діяльності люди об'єднуються у певні групи, що діють у рамках окремих організацій (школи, магазину, підприємства і т.п.). Організація складається з осіб, які ставлять перед собою деяку мету, працюють в одній команді, групі, використовують певні знання і технічні прийоми, виступають як єдиний і цілісний організм.

**Організувати** — значить *спланувати й визначити ті функції і дії, що необхідні для виконання тієї чи іншої роботи, а також об'єднати ці функції і дії в рамках об'єктів управління.*

**Керування** — *свідомий, цілеспрямований й активний вплив різних суб'єктів керування і створених ними органів на економічні об'єкти і діяльність інших людей.*

Складовою частиною процесу керування виступає менеджмент. Якщо поняття "керування" в економічному аспекті означає вплив суб'єктів

керування на весь суспільний і технологічний способи виробництва на макро- і мікро- рівнях, то менеджмент охоплює керування соціально-економічними процесами тільки на рівні підприємств і їхніх об'єднань.

**Менеджмент** — це свідомий і цілеспрямований вплив керівництва підприємства або керівних органів на діяльність людей у процесі виробництва товарів і послуг у рамках певної організації з метою одержання прибутку.

Поняття "виробництво" вживається в даному разі в широкому значенні, тобто означає безпосереднє виробництво, обмін, розподіл і споживання і передбачає насамперед керування персоналом.

Як окрема економічна наука, менеджмент виникнув після виходу у світ у 1911р. книги американського інженера і дослідника Ф. Тейлора "Принципи наукового управління". У 20-ті роки ХХ ст. представник класичної школи управління французький вчений А. Файоль та інші дослідники зосередили основну увагу на розробці раціональної структури організації, тобто розподілу її на окремі підрозділи, робочі групи . Це дозволило А. Файолю виділити наступні функції керування: 1) передбачення (установлення мети); 2) планування; 3) організація; 4) розпорядження; 5) координація; 6) контроль. Виділення цих функцій покладено в основу одного з трьох сучасних підходів до теорії і практики менеджменту - **процесного**. Двома іншими є системний і ситуаційний.

**Системний підхід** у менеджменті припускає розгляд підприємств їхніми керівниками як системи, що складається з таких важливих підсистем, як: 1)люди; 2) структура (наявність взаємозв'язків між окремими підсистемами і їхніми елементами); 3) технологія і завдання, зорієнтовані на досягнення різних цілей в умовах впливу зовнішнього середовища. Виділення підсистем допомагає створювати на підприємстві окремі структурні підрозділи (відділи, сектори та ін.).

**Ситуаційний підхід** у менеджменті полягає в умінні керуючих

правильно оцінювати певні виробничі й управлінські ситуації і знаходити найкращі конкретні дії по виходу з них (ситуація — це конкретний набір внутрішніх і зовнішніх обставин, що впливають на функціонування підприємства в даний період).

Крім указаних підходів розрізняють окремі **концепції (моделі) сучасної теорії і практики керування**. До них належать:

- *концепція адміністративного керування*, в якій увага акцентується на організаційній структурі підприємства (вона дістала назву *класичної школи керування*, представлена А. Файолем);

- *концепція керування з позицій науки про поведінку людини*, що враховує недооцінені представниками інших моделей соціально-психологічні й морально-етичні фактори в управлінні людьми. Так, американський вчений А. Маслоу стверджував, що продуктивність праці на підприємстві може зростати насамперед унаслідок поліпшення мікроклімату в колективі, зокрема відносин між менеджерами і найманими робітниками, а також підвищення ступеня задоволення працівників своєю працею і його результатами;

- *концепція людських (гуманних) відносин* — займає домінуюче положення в розвинених країнах світу. Вона заснована на перевазі ролі особистісного фактора в зростанні ефективності господарської діяльності підприємства. Разом з тим у практиці керування слід використовувати раціональні аспекти та інші моделі.

Повніше сутність менеджменту розкривається в його основних функціях.

## ГЛАВА 2. ФУНКЦІЇ, ФОРМИ Й МЕТОДИ КЕРУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

**Функція менеджменту** — певний вид діяльності посадової особи або структурного підрозділу апарата керування, у процесі якого здійснюється ефективний вплив на об'єкт керування і вирішується поставлена мета, завдання та ін.

До основних функцій керування відносяться: планування, організація, підбір, розміщення кадрів, їхнє стимулювання, координування і контроль.

**Планування** — процес розробки і практичного виконання планів, а також шляхів і способів досягнення втіленої в них мети підприємства. Рациональне планування — основа успішного виконання менеджерами всіх інших функцій. Таке планування означає розробку планів господарської діяльності підприємства, що втілюється у певному комплексі економічних показників. Важливо, щоб вони відображали послідовність і зміст робіт.

Наприклад, для промислового підприємства плануються доставка матеріалів і комплектуючих виробів, виробництво продукції, її складування, збут.

Тому за сферами охоплення розрізняють планування: виробничої діяльності, підбору і переміщення працівників, фінансове планування та ін. Основним планом діяльності підприємства є бізнес-план.

**Організація діяльності підприємства** — процес створення організаційної структури підприємства (відділів, служб, груп і т.п.), закріплення за нею ресурсів, узгодження повноважень, а також розробка доцільних способів дій для досягнення мети.

**Координація діяльності підприємства** — процес упорядкування та узгодження дій його різних підрозділів. Координація — це конкретизація процесу організації підприємницької діяльності.

**Контроль за діяльністю підприємства** — систематичне спостереження за станом господарської діяльності підприємства з метою перевірки відповідності фактичних результатів запланованим і, в разі

*потреби, коригування такої діяльності.*

Найважливішою сферою контролю виступає виробнича діяльність. Тут контроль передбачає спостереження за діяльністю працівників (зокрема, за заповненням вакантних робочих місць), завантаженістю устаткування, приміщень і т.п., наявністю запасів сировини і комплектуючих виробів, якістю продукції, термінами виконання робіт.

Менеджмент виконує різноманітні функції при різних **організаційних формах керування** підприємством. У сучасних умовах такими основними формами є: 1) лінійна; 2) функціональна; 3) лінійно-функціональна; 4) програмно-цільова; 5) дивізіонна; 6) матрична.

Так, *лінійна форма* керування у взаєминах між начальником і підлеглими здійснюється відповідно до ієрархічної структури "зверху вниз".

В американській компанії "Ексон" і багатьох інших великих корпораціях нараховується 11-14 рівнів ієрархії.

При *функціональній формі* загальні для декількох підрозділів функції управління передають одному органу (підрозділу) чи виконавцю. Він виконує їх, одержуючи накази від декількох керівників. Таким чином, субординація в керуванні здійснюється за функціями.

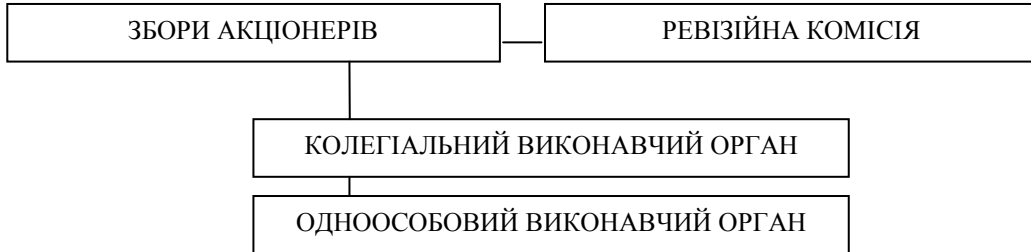
У *дивізіонній формі* керування поєднується керування за продуктовим (якщо материнська компанія відповідає за діяльність фірми в даній країні) і регіональним (якщо дочірня компанія об'єднує філії в інших країнах) принципами. Головними елементами цієї форми керування є відділи (від англ. Division), що вступають між собою в договірні відносини і працюють за принципом самофінансування. Вище керівництво при цій формі керування приймає стратегічні рішення, що визначають розвиток компанії на тривалу перспективу (постановка довгострокових цілей, розширення масштабів виробництва, модернізація підприємств, виробництво нових видів продукції і т.п.).

За таким принципом побудоване керування в американській корпорації "ІВМ", причому дивізіонна форма керування в ній об'єднана з програмно-цільовою.

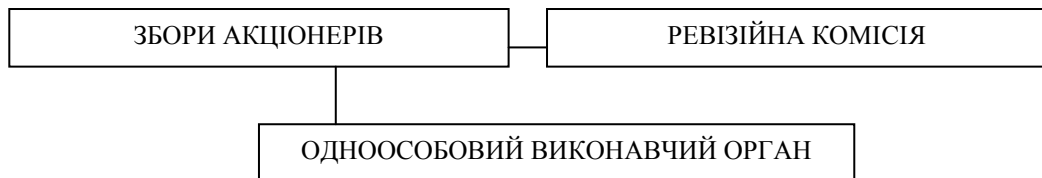
Вибір певної форми керування залежить від безлічі факторів, що на

практиці виявляється в розходженнях структури керування організації (рис. 2.1).

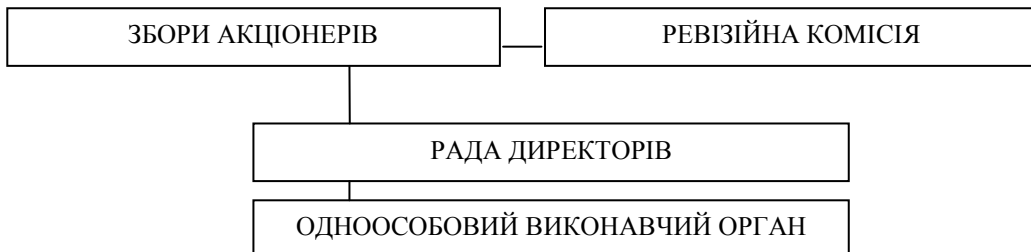
### МОДЕЛЬ 1



### МОДЕЛЬ 2



### МОДЕЛЬ 3



### МОДЕЛЬ 4

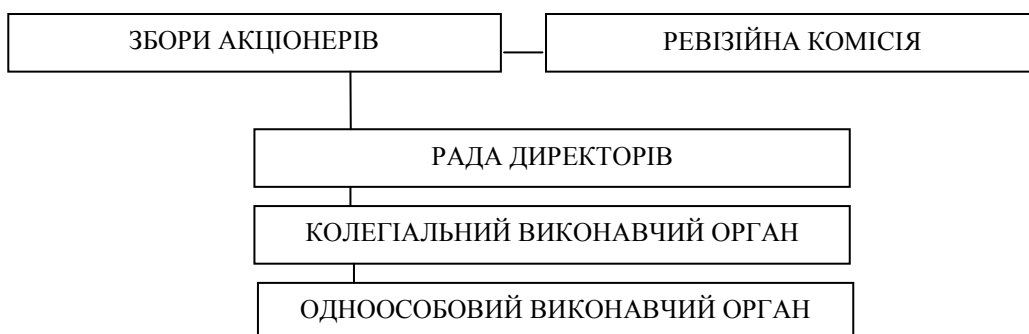


Рис. 2.1 – Структура керування організацією

Як бачимо, структура керування може бути різною залежно від наявності на підприємстві колегіального виконавчого органу і ради директорів.

Найбільш конкретною формою виконання менеджером своїх функцій є **прийняття управлінських рішень**. Щоб прийняти науково обґрунтоване рішення, необхідно:

- чітко знати ціль діяльності підприємства;
- мати всебічну і достовірну інформацію від усіх підрозділів і аналізувати її;
- знати зовнішню ситуацію (кон'юнктуру ринку, чинне законодавство і т.п.);
- виходити з певних критеріїв вибору раціонального рішення;
- прогнозувати можливі наслідки ухвалення управлінського рішення;
- обмінюватися думками з фахівцями щодо можливих альтернативних варіантів вирішення даної проблеми;
- вибирати й приймати раціональне рішення;
- доводити рішення до конкретних виконавців.

Ці етапи ухвалення управлінського рішення можна згрупувати в **три основні стадії** — підготовка рішення, його прийняття і реалізація:

- на *першій* стадії здійснюють пошук і збір достовірної інформації, її обробку, аналізують усі внутрішні й зовнішні фактори, що впливають на управлінське рішення, прогнозують можливі наслідки (позитивні й негативні), а також формулюють завдання, які необхідно вирішити;

- на *другій* стадії на підставі всебічних розрахунків розробляють окремі альтернативні варіанти вирішення проблеми, дають їхню оцінку, визначають критерії (показники, ознаки) раціонального рішення. Після цього вибирають таке рішення і дають його чітке формулювання. Як показує практика, ефективність керування значною мірою залежить від кількості розроблених альтернативних варіантів;



- на *третьій* стадії прийняті рішення перетворюють у різного роду команди (усні; письмові, наприклад, наказ і т.п.), які доводять до виконавців, визначають методи і засоби їхнього виконання (наприклад, розробляють систему стимулів), проводять аналіз ефективності прийнятого рішення, його можливе наступне коригування, дають оцінку його результативності. Доведені до виконавців управлінські рішення повинні бути адресними, конкретними, чіткими, із вказівкою точної дати їхнього виконання. Доручати конкретні завдання слід з урахуванням знань і досвіду виконавців.

Розрізняють **три методи прийняття менеджерами управлінських рішень:**

- *інтуїтивний*, що базується на накопичених менеджерами сумі знань і управлінському досвіді в певній сфері діяльності;

- *здорового глузду*, що припускає використання менеджером накопиченого практичного досвіду;

- *науково-практичний метод*, заснований на всебічній інформації, розрахунках альтернативних варіантів і т.п.

Прийняття управлінських рішень повинне базуватися на знанні економічних законів, що діють, нормативно-правових актах, сутності й природи людини та ін. Такі знання здобувають у процесі вивчення теорії організації і керування, філософії, соціології, психології, загальної теорії систем та ін.

Щоб процес керування був ефективним, менеджеру необхідно додержуватися наступних **основних вимог:**

- розглядати людину як головне джерело підвищення продуктивності праці й ефективності виробництва;

- займатися стратегічним плануванням (у тому числі кадровою політикою) діяльності компанії;

- надавати підрозділам (відділенням і т.п.) і їхнім працівникам певну автономію, що стимулює їхню заповзятливість та ініціативність;

- постійно орієнтуватися на потреби покупців (що досягається шляхом раціональної маркетингової діяльності);
- додержуватися простих форм керування, мати нечисленний управлінський апарат;
- діяти енергійно й швидко, концентруючи зусилля компанії на одному чи декількох напрямках бізнесу;
- проводити політику, спрямовану на формування в компанії багатьох лідерів і новаторів, стимулювати в них виправданий ступінь ризику;
- органічно об'єднувати автономію, волю окремих підрозділів з твердим централізмом (якщо мова йде про основні цінності компанії: стандартах, якості й обслуговуванні).

### **ГЛАВА 3. СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОБОТИ МЕНЕДЖЕРА**

**Основними критеріями роботи менеджера** в сучасних умовах, на думку західних учених, виступають: 1) оптимізація звітності; 2) лідерство; 3) увага до колективної роботи; 4) тісний контакт з людьми; 5) удосконалення владних повноважень; 6) індивідуальність; 7) самовіддача; 8) об'єднання інтелекту і професійних якостей; 9) здатність освоювати і застосовувати моделі й технології сучасного менеджменту.

На думку американського економіста, фахівця з теорії керування П. Друкера, менеджери повинні вміти схилити людей до спільних дій, стимулювати їхні виробничі зусилля і разом з тим послабляти властиві їм недоліки.

Оскільки в сучасній компанії важливу роль відіграють її внутрішні цінності, їхня певна система, менеджер повинен сприяти тому, щоб вони ввійшли "у плоть і кров" співробітників компанії. Менеджер повинен мотивувати й підтримувати прагнення людей досягти своїх цілей, сумісних з цілями компанії.

До **основних принципів діяльності менеджера** в цій сфері відносяться:

- стриманість стосовно суперника (навіть якщо з'являється можливість

знищити його);

- максимальна увага до власного "Я" співробітника, що формує індивідуальність;

- допомога працівникам у реалізації їхніх цілей в рамках цілей і цінностей компанії на основі принципу пріоритетності інтересів людей, а не всієї організації.

Поступальний розвиток сучасного підприємства багато в чому визначається його ефективним керуванням, а також функціональною і структурною організацією. Від структури керування залежать:

- оперативність прийняття менеджером управлінських рішень;
- його можливість одержувати достовірну інформацію від структурних підрозділів;
- а також перерозподіл функції усередині організації.

Існують різні методи оптимізації функціональної і структурної систем управління. Залежно від умов, у яких працює підприємство, застосовуються "м'які" (еволюційні) або революційні методи реструктуризації.

Серед "м'яких" методів, що одержали найбільше поширення, можна виділити структуризацію і SADT-моделювання:

- *структуризація* виявляється не в перебудові організаційної структури, а в складанні схем існуючих організаційних структур і при необхідності — у частковій їхній перебудові. Структуризація допомагає розібратися в ситуації "хто і що робить?";

- *SADT-моделювання* використовується для опису організаційних систем, розробки організаційних структур, систем довгострокового і стратегічного планування, керування фінансовими і матеріальними потоками, навчання персоналу і вирішення багатьох інших завдань, що вимагають системного підходу.

Один з найбільш ефективних сучасних методів перетворення організацій

- **реінжиніринг бізнес-процесів**, що виражає фундаментальне

переосмислення і радикальну перебудову комерційної діяльності. Об'єктом реінжиніринга є *бізнес-процеси*, що являють собою опис реалізації функції з урахуванням їхніх причинно-наслідкових зв'язків.

У менеджменті як *процеси* найбільш часто розглядаються адміністративні процеси перетворення ресурсів у продукти й послуги. *Реінжиніринг бізнес-процесів* — це засіб перебудови виробництва, за допомогою якого усуваються непотрібні витрати праці, важливий механізм керування витратами.

Фахівці сфери менеджменту почали розробляти реінжиніринг уже в другій половині 80-х років ХХ ст., в Україні роботи з реінжинірингу почали з'являтися з 1997 року. Сьогодні практика реінжинірингу набула повсюдного характеру. У США її випробували дві третини найбільших компаній, що діють у самих різних галузях економіки, серед них: "Ford", "Eastman Kodak", "IBM Credit" та ін.

Реінжиніринг активізує резерви підвищення конкурентоздатності підприємства, допомагає координувати роботу підрозділів, дозволяє поліпшити якість виробництва продукції і обслуговування клієнтів. Серед переваг процесного керування можна виділити простоту оптимізації та оцінки самих процесів як з погляду їхньої організації, синхронізації, взаємної узгодженості, так і споживаних ресурсів.

### **Питання для самоконтролю**

1. Чим керування відрізняється від менеджменту?
2. Які основні підходи і концепції існують у менеджменті, у чому їхні відмінності?
3. Назвіть основні функції менеджменту, в чому полягає їхня сутність?
4. Які позитивні й негативні сторони окремих організаційних форм керування підприємством?
5. Охарактеризуйте основні стадії прийняття управлінських рішень?
6. Які методи прийняття управлінських рішень існують, у чому їхня сутність?
7. Які найважливіші сучасні особливості і критерії роботи менеджера?

## РОЗДІЛ III. ОСНОВИ БІЗНЕС-ПЛАНУ

### ГЛАВА 1. РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Зарубіжний досвід і логіка, а також об'єктивний аналіз показують, що в умовах ринку самопланування на рівні господарських осередків щодо комерційної діяльності є необхідним і неминучим. Для підприємництва найбільш характерні плани й програми реалізації окремої угоди і проведення основних операцій, що складають угоду. А якщо здійснюється кілька угод, пов'язаних одна з одною, то, плануючи їх у взаємодії, доводиться мати справу з плануванням комерційної діяльності як безперервного процесу.

Щодо великих і тривалих угод, тим більше економічних проектів, спрямованих на одержання доходу і прибутку, бізнес-проектів, розробка плану або програми дій, що передують їх реалізації, є неодмінною умовою обґрунтованості задуму й надійності отримання бажаного результату. Останнім часом цей термін застосовується у вітчизняній практиці. Більше того, якщо раніше жодний серйозний проект не затверджувався і не приймався до реалізації без розгорнутого техніко-економічного обґрунтування та програми здійснення, то тепер стало модним вимагати *бізнес-план як симбіоз програми та економічного обґрунтування*.

Із самого визначення поняття "план" виходить, що в бізнес-плані має бути заздалегідь намічена бажана і практично здійснювана програма підприємницьких дій, які забезпечують досягнення поставленої мети.

Під **бізнес-планом** розуміється чітко підготовлений документ, в якому викладається зміст обраного виду діяльності, поставлені цілі й планомірно організовані заходи, спрямовані на досягнення цих цілей.

Бізнес-план нагадує топографічну карту з нанесеним маршрутом, що допомагає підприємцю обрати правильне рішення на роздоріжжі, минаючи глухі вулиці й тупики.

Правильно складений бізнес-план у підсумку відповідає на запитання: чи варто займатися даним видом діяльності і чи принесе справа, що планується, прибуток, який дозволить окупити затрачені сили і засоби? В умовах ринку такі плани необхідні всім: банкірам, потенційним інвесторам і перш за все самому підприємцю, який повинен чітко проаналізувати свої ідеї, перевірити їх реалістичність.

*Бізнес-план у ринковій системі господарювання виконує дві функції:*

1) *зовнішню* — ознайомлення різних представників ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї;

2) *внутрішню* — опрацювання механізму самоорганізації, тобто цілісної, комплексної системи управління реалізацією підприємницького проекту.

У бізнес-плані повинна бути чітко сформульована мета його складання.  
*Якою ж є мета розробки бізнес-плану в умовах ринку?*

*По-перше*, планування – це ключ до процвітання в бізнесі. Успіх комерційної діяльності визначається трьома факторами: правильним розумінням реальної ситуації в даний момент; чіткою постановкою цілей, яких хоче досягти підприємець; якісним плануванням процесів переходу з одного стану в інший. План з його конкретними комерційними цілями і програмою дій щодо їх досягнення виступає в ролі гіда, який веде бізнес лабіринтом економіки. Іншими словами, *бізнес-план* — це засіб, за допомогою якого підприємець може керувати своїм бізнесом.

*По-друге*, розробка бізнес-плану змушує підприємця моделювати ситуації і розглядати проблеми, які можуть перешкоджати успіху.

*По-третє*, *бізнес-план* — це засіб залучення позикового капіталу, необхідного для розвитку бізнесу. Цей план забезпечує не тільки виробничу, ринкову, організаційну, але й фінансову інформацію про майбутню фірму. Ця інформація дає змогу визначати, скільки необхідно стартового капіталу, як ви будете витратити гроші й погашати кредити, який ступінь ризику

бізнесу тощо. Таким чином, *бізнес-план* — це основа конструктивних відносин з потенційними інвесторами, тобто з тими, в кого ви будете позичати гроші для реалізації свого проекту.

*По-четверте*, на початковому етапі створення своєї справи *бізнес-план* є основним інструментом комунікацій між підприємцем і зовнішнім світом. План має переконати майбутніх постачальників, продавців і найманих працівників у тому, що знайдена приваблива підприємницька ідея, що є обґрунтована і реальна програма здійснення задуму.

*По-п'яте*, у процесі складання *бізнес-плану* розвиваються здібності підприємця як менеджера — набувається досвід оцінки умов конкуренції, способів просування товарів на ринок, використання переваг свого бізнесу, фінансового планування, розробки різних сценаріїв діяльності. Складаючи *бізнес-план*, підприємець ретельно аналізує всі економічні аспекти своєї ідеї, перевіряє її на раціональність і реалістичність. Можливо, в результаті підготовки *бізнес-плану* з'ясується, що перешкоди на шляху реалізації підприємницького задуму не можуть бути усунені або подолані. Такі висновки краще зробити в проекті, а не тоді, коли на створення фірми вже витрачені час, кошти й зусилля підприємця.

*Бізнес-план* повинен бути складений обов'язково в письмовій формі, тому що неформальні, усні пропозиції можуть призвести або до того, що підготовчий період буде дуже тривалим, або просто до провалу *бізнес-ідеї*.

Узагальнення досвіду підприємницьких починань дозволяє виділити в процесі роботи над *бізнес-планом* дві стадії:

- а) підготовчу;
- б) основну.

*Процес розробки* *бізнес-плану* розпочинається із збору інформації, що стосується майбутнього бізнесу. До цієї інформації належить маркетингова, виробнича й фінансова. Ідея буде успішною, якщо з найти свого

споживача. В умовах ринкової економіки людям неможливо продати те, що вони не хочуть купувати, і легко продати те, що хочуть і можуть купувати. Тому *першим кроком є аналіз стану ринку*, який полягає в детальному розгляді всіх умов, в яких буде працювати і конкурувати підприємець. Іншими словами, треба з'ясувати:

- 1) які можливості ринку і які тенденції його розвитку?
- 2) які фактори можуть вплинути на успіх справи?

Необхідно розглянути ринок "під мікроскопом", детально описати своїх конкурентів і можливості покупців. Важливо також проаналізувати ті регіони і місця, в яких можна організувати виробництво і реалізацію товару (наявність пільг в оподаткуванні, вигідне географічне, кліматичне місцезнаходження та ін.).

Аналізують такі показники ринку:

- 1) попит на даний вид продукції чи послуг;
- 2) купівельні можливості потенційних клієнтів;
- 3) чисельність потенційних покупців з розбивкою за районами і віковими групами;
- 4) динаміка доходів населення (клієнтів);
- 5) динаміка загального попиту на всі заставні товари на ринку;
- б) чисельність підприємців, які займаються цим видом підприємницької діяльності.

Наступним кроком підготовчої стадії бізнес-планування є ***визначення особистих цілей підприємця***.

Реалії сучасного бізнесу вимагають високої відповідальності й наполегливості від підприємця, які повинні бути направлені на досягнення конкретно поставленої цілі. Щоб правильно сформулювати ті цілі, яких підприємець намагатиметься досягти особисто, необхідно відповісти на наступні запитання:



1) що змусило зайнятися саме даним видом підприємницької діяльності?

2) які часові рамки досягнення поставлених цілей?

3) які результати від заняття комерційною діяльністю очікуються по закінченні першого року роботи, другого, ... п'ятого?

4) як визначити, що поставлені цілі досягнуті? В ідеалі цілі повинні мати точні терміни виконання, бути конкретними, не суперечити одна одній і бути кількісно вимірюваними;

5) чи зможе справа підприємця вижити, якщо одна чи декілька ідей не будуть досягнуті? Необхідно визначити той момент, коли варто ліквідувати початий бізнес, якщо він не буде таким успішним, як планувалося.

Ще одним важливим кроком підготовчої стадії бізнес-планування є **визначення предмета бізнесу**.

Цей етап підготовки бізнес-плану дозволяє відповісти на досить просте, але істотне *запитання* після того, як ми вже проаналізували стан ринку, розробили власну бізнес-ідею, що відповідає ринковому сьогоденню, а також особистим цілям, — *яким видом діяльності буде займатися підприємець?*

В ідеалі *предмет бізнесу* слід розглядати з точки зору інтересів споживача. Жоден підприємець не досягне успіху, якщо запропонована продукція та/або послуги не будуть користуватися попитом. Тому бізнес-план повинен включати детальну характеристику товарів (робіт, послуг):

1) які потреби споживача задовольняє товар?

2) в чому переваги даного товару в порівнянні з аналогічними в конкурентів (упаковка, знижки тощо)?

3) на якого споживача розрахований товар (рівень доходу, особливості характеру, смаки і т. д.)?

Наступними важливими кроками розробки бізнес-плану є *визначення*

*цілей запланованого бізнесу, його стратегії та тактики, тобто процес стратегічного планування.*

За збиранням інформації йде стратегічне планування, яке включає в себе такі етапи: визначення місії фірми; зовнішній аналіз, внутрішній аналіз (визначення слабких і сильних сторін бізнесу), встановлення цілей діяльності фірми, аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії.

Перший і найважливіший крок у процесі стратегічного планування — визначення місії фірми, тобто її головного призначення, особливої ролі, чітко вираженої причини її існування.

*Формулювання місії фірми повинно мати такі елементи:*

1) призначення фірми з точки зору конкретного виду її діяльності (товару, послуги) за умов даного сегмента ринку; виражені в певній формі основні напрями, орієнтири, вид, до якого прагне фірма;

2) переваги фірми, які виділяють її серед конкурентів і вказують на нові, кращі або оригінальні шляхи задоволення запитів споживачів.

Наступний етап стратегічного планування — зовнішній аналіз. Під *зовнішнім аналізом* розуміють процес оцінки зовнішніх щодо фірми факторів. Зовнішніми є ті умови, які підприємець не може змінити, які об'єктивно складаються в середовищі функціонування фірми.

Мета такого аналізу — визначити сприятливі можливості й небезпеки, що загрожують фірмі, а також ідентифікувати ключові фактори успіху в даній сфері бізнесу. Як правило, для визначення впливу факторів зовнішнього середовища їх поділяють на три групи: загальноекономічні, галузеві фактори й конкурентні.

Для того щоб проаналізувати загальноекономічні фактори, треба заповнити табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Оцінка загальноекономічних факторів зовнішнього середовища

Зовнішні загальноекономічні фактори	Ступінь залежності бізнесу від загальноекономічних факторів					Сприятливі можливості	Загрози та небезпеки
	Сильна незалежність	Слабка незалежність	Нейтральна	Слабка залежність	Сильна залежність		
<i>Макроекономічні показники:</i> темпи зростання ВВП; інфляція; доходи населення; безробіття тощо			+	+	+		
<i>Соціально-демографічна ситуація:</i> чисельність зайнятих; структура зайнятих; етика праці; участь у профспілках і т. д.			+	+			
<i>Державне регулювання:</i> оподаткування; валютний режим; державна підтримка і т. д.			+	+	+		
<i>Технологія:</i> зрілість і рухомість; складність; патенти й авторські права і т. д.		+			+		

Дещо легше піддаються прогнозуванню та оцінці *галузеві фактори*. До них належать:

- 1) кількість, розміри й типи фірм, які діють у даній галузі;
- 2) динаміка основних економічних показників у галузі (темпи зростання і зниження обсягів виробництва, рівень затрат на виробництво

продукції, рентабельність тощо);

- 3) динаміка попиту на продукцію галузі;
- 4) основні постачальники сировини, матеріалів, устаткування;
- 5) основні групи споживачів продукції галузі.

Існують фактори, що визначають можливість і здатність фірми конкурувати на своєму ринку. Такі фактори називаються ключовими, ними можуть бути вартісні показники (собівартість одиниці продукції, питомі капітальні вкладення, затрати на реалізацію одиниці продукції), а також якісні показники — якість продукції, рівень обслуговування, місцезнаходження фірми.

Останній фактор зовнішнього середовища — присутність конкурентів. При цьому важливо дослідити матрицю конкурентного профілю. Розрахунок матриці здійснюють наступним чином: спочатку треба присвоїти ваговий коефіцієнт кожному ключовому фактору. Величина коефіцієнта визначається самим підприємцем. Далі складають список усіх головних конкурентів, і для кожного встановлюють значення ключового фактора шляхом множення вагових коефіцієнтів на рейтинг. Таким чином, визначають конкурентну позицію фірми, що створюється за бізнес-планом.

Щоб використати всі можливості й уникнути небезпек із зовнішнього середовища, підприємцю необхідно також знати, якими є можливості його фірми, тобто потрібний аналіз ситуації всередині фірми. Внутрішній аналіз — це процес оцінки факторів, які в принципі піддаються управлінню і контролю підприємця. Основне завдання внутрішнього аналізу — виявлення сильних і слабких сторін фірми (SWOT-аналіз). До сильних сторін належать унікальні, оригінальні якості фірми. Слабкі сторони — це якості, яких фірмі не вистачає порівняно з успішно діючими конкурентами.

Сформулювавши місію підприємства, підприємець визначає напрям, в якому він рухатиметься. Цілі — це кінцевий стан, якого підприємство сподівається досягти в певний момент у майбутньому.

Цілі визначаються в таких термінах:

- 1) прибутковість (дохід, прибуток, дохід на інвестований капітал, відношення прибутку до обсягів продаж тощо);
- 2) продуктивність або ефективність (витрати на виробництво одиниці продукції, виробіток на одного працівника тощо);
- 3) продукція (зміна номенклатури й асортименту тощо);
- 4) ринок (обсяг продажу, частка на ринку);
- 5) виробничі потужності (збільшення потужності всього підприємства або його структурних підрозділів) або для торговельного підприємства обсяг продажу (товарообіг досліджуваного періоду);
- б) персонал (зниження плинності, підвищення рівня кваліфікації, поліпшення умов праці).

Правильно сформульовані цілі мають відповідати таким вимогам:

- 1) бути кількісно вимірюваними, тобто повинні бути встановлені “контрольні цифри”, деякі з цілей матимуть якісний характер;
- 2) бути прив'язаними до конкретних строків досягнення, що дозволить контролювати ступінь виконання планів;
- 3) бути гнучкими;
- 4) бути реальними;
- 5) бути послідовними і логічно взаємопов'язаними.

Наприклад, одна з цілей підприємця – отримувати прибуток у сумі 10 тис. грн. щомісяця. Ця ціль кількісно виміряна, прив'язана до конкретного терміну, гнучка – в будь-який момент можна змінити даний мінімум, ціль є простою і зрозумілою.

Одні і ті ж цілі можуть бути досягнуті різними способами. Тому підприємець розробляє кілька різних варіантів стратегії і обирає найсприятливіший. *Стратегія* — це комплексна програма дій, яка забезпечує здійснення місії підприємства і досягнення цілей. На думку американського вченого М. Портера, більшість стратегій можна згрупувати в такі, як:

1. *Стратегія контролю над витратами*, що базується на зниженні власних витрат порівняно з витратами конкурентів.
2. *Стратегія диференціації*, спрямована на те, щоб поставляти на ринок

товари або послуги, які за своїми властивостями привабливіші для споживача, ніж конкуруюча продукція.

3. *Стратегія фокусування* базується на тому твердженні, що будь - який ринок складається з досить відокремлених підрозділів або сегментів, і кожний сегмент ринку ставить специфічні вимоги до продукції або послуг.

Процес стратегічного планування досить трудомісткий, але саме він істотно підвищує шанси виживання в конкурентному середовищі.

## ГЛАВА 2. ЕТАПИ РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПЛАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Що конкретно має включати бізнес-план підприємства? Зміст бізнес-плану залежить насамперед від того, на кого він розрахований. Зміст і обсяг бізнес-плану визначаються також сферою торговельної діяльності (дитяча харчова продукція, магазин взуття чи супермаркет), до якої належить даний бізнес, розмірами бізнесу й сумами коштів, необхідними для його організації, конкретними характеристиками вашого майбутнього продукту і стадіями його життєвого циклу.

Таблиця 3.2 – Основні етапи розробки бізнес-плану підприємства

<b>Перший етап</b>	Вибір продукції та/або послуг, які будуть запропоновані на продаж.
<b>Другий етап</b>	Дослідження середовища (в тому числі ринку майбутнього бізнесу).
<b>Третій етап</b>	Вибір місцезнаходження майбутнього бізнесу.
<b>Четвертий етап</b>	Прогнозування обсягів і доходів від продажу продукції та /або послуг.
<b>П'ятий етап</b>	Визначення виробничих параметрів майбутнього бізнесу (приміщення, устаткування, постачальники продукції, контроль якості, управління).
<b>Шостий етап</b>	Розробка цінової і торгової політики, вибір способу реклами.
<b>Сьомий етап</b>	Обґрунтування вибору форми організації бізнесу, характеристика власників підприємства і основних керівників, визначення якості персоналу, організаційної структури, форм і умов оплати праці.
<b>Восьмий етап</b>	Опис потенційних ризиків майбутнього бізнесу і пошук дій, які можуть звести їх до мінімуму.
<b>Дев'ятий етап</b>	Оцінка передбачуваних прибутків та збитків, аналіз стану готівки та розробка балансу, звіту про фінансові результати.
<b>Десятий етап</b>	Написання висновків, що узагальнюють основні положення обґрунтованої бізнес-ідеї.

Процес бізнес-планування підприємства має свою внутрішню логіку, тобто послідовність виконуваних етапів при написанні бізнес-плану (табл. 3.2).

Підприємці розробляють бізнес-план підприємства з метою залучення інвесторів до фінансування даного проекту. Розглянемо структуру і зміст бізнес-плану, орієнтованого на залучення банківського капіталу до торговельної діяльності підприємства.

Зміст бізнес-плану (додаток 1).

Структура бізнес-плану для західних інвесторів (додаток 2).

Структура бізнес-плану містить такі елементи:

### **1. Титульний аркуш:**

- а) повна назва і адреса підприємства;
- б) імена та адреси засновників;
- в) відомості про характер і сфери бізнесу;
- г) загальна передбачувана вартість підприємницького проекту;
- д) вказівка на конфіденційність викладеної у бізнес-плані інформації;
- г) місяць і рік складання бізнес-плану.

### **2. Зміст бізнес-плану:**

- а) перелік основних розділів і підрозділів;
- б) перелік таблиць, рисунків та інших ілюстрацій.

### **3. Резюме.**

Бізнес-план починається з резюме, що відкриває бізнес-план, але складають його тільки після того, як написано основні розділи.

**Резюме** — це короткий опис (1-2 сторінки) підприємницького проекту, в якому викладені:

- а) унікальність даної бізнес-ідеї, найсуттєвіші конкурентні переваги підприємства;
- б) відомості про компетенцію і професіоналізм членів команди менеджерів;

в) основні передбачувані показники фінансової діяльності (прибутковість, період досягнення беззбитковості, термін повернення інвестицій тощо);

г) характеристика загальних потреб у коштах, бажаної форми їх отримання, порядку використання, форм повернення;

д) інші найважливіші дані які на думку автора, можуть привернути увагу інвесторів.

#### **4. Підприємство та його продукція**

Мета цього підрозділу — переконати читача в перспективності торговельної діяльності обраного виду, викликати довіру до обраного бізнесу шляхом опису переваг та особливостей його продуктів та/або послуг.

Інформація даного підрозділу може містити:

а) поточну ситуацію і тенденції розвитку галузі;

б) цілі, основні види діяльності підприємства на ринку і на які географічні зони поширюється бізнес підприємства;

в) опис продукції та/або послуг підприємства та їх функціональне призначення;

г) ліцензії, патенти, інші права власності на продукцію (послуги);

д) стратегію зростання підприємства.

#### **5. План маркетингу**

Першим напрямом дослідження в даному розділі є *дослідження ринку*, де виділяють:

а) характеристику ринку даного продукту (послуги) в цілому;

б) аналіз основних споживачів продукції (послуг) — сегментація ринку за різними ознаками (географічними, демографічними, соціально-економічними, культурними, особистісними). Порівняльна характеристика сегментів, узагальнення даних та обґрунтування, який із сегментів має найбільше значення, визначення його місткості. Порівняння і вибір сегмента ринку здійснюється за наступними критеріями:

- відповідність цілей підприємства можливостям конкретного сегмента



ринку;

- сильні й слабкі сторони конкурентів та їх позиція на ринку;
- динаміка попиту;
- можливості захоплення певної частки ринку.

в) визначення і обґрунтування місцезнаходження підприємства (наближеність до споживачів, витрати на оренду, експлуатаційні витрати, транспортні комунікації, рівень концентрації і т.д.);

г) оцінка впливу зовнішніх факторів (рівень конкуренції і способи реагування на неї, майбутні джерела конкуренції, фактори законодавчого, екологічного, санітарного та іншого характеру).

Наступними підрозділами в розділі плану маркетингу є:

а) визначення цілей і завдань маркетингової діяльності підприємства (частка ринку; передбачувані обсяги продаж за часом або за групами споживачів, якщо можна підтвердити наведену інформацію підписаними договорами, листами про наміри; розгалуженість системи збуту; параметри ціпової політики; завдання рекламної кампанії; ключові параметри сервісного обслуговування тощо);

б) вибір і обґрунтування стратегії маркетингу і програм, що її забезпечить (засоби й канали збуту та реалізації продукту; політика ціноутворення; організація рекламної кампанії; політика підтримки продуктів підприємства).

Оптовим покупцям виробники найчастіше продають свій товар безпосередньо, оскільки ті роблять закупівлю великими партіями. За певних обставин торговельним підприємствам доцільніше використовувати в системі збуту посередників. До таких обставин належать:

- незначна вартість одиниці продукції;
- територіальна розгалуженість ринку;
- комплексна закупівля товару споживачем тощо.

Для товарів широкого вжитку потрібна широка мережа збуту, а для товарів, розрахованих на вузьке коло споживачів, можна взагалі відмовитись

від посередників. У бізнес-плані необхідно вказати лише тип каналу збуту й засоби збуту (власна служба збуту, гуртові торговці, роздрібні продавці, торгові агенти) і причини, які зумовили цей вибір.

При визначенні *політики ціноутворення* основними факторами, що впливають на ціну, є:

- собівартість продукції;
- наявність унікальних властивостей продукції;
- ціни продуктів-конкурентів і продуктів-замінників;
- можливості отримання прибутку.

При цьому можуть бути використані такі стратегії ціноутворення:

- проникнення на ринок (для нової продукції, з якою підприємство виходить на новий ринок, — встановлення занижених цін для залучення споживачів і завоювання частки ринку);

- стратегія "зняття вершків" (використовується щодо нової продукції, яка має унікальні властивості, — встановлення завищених цін зі зниженням попиту пропорційно знижуються ціни);

- стратегія преміальних цін (або знижок з ціни): знижки за платежі готівкою, сезонні знижки; знижки із сукупного обороту, знижки у процесі виходу товару на ринок; знижки на товар, який знімають з виробництва.

Складовим елементом стратегії маркетингу є рекламна кампанія. У бізнес-плані треба викласти, які засоби реклами передбачає використовувати підприємство, скільки коштуватиме організація рекламної компанії та як ці витрати розподілятимуться за окремими періодами;

в) розробка бюджету маркетингу (визначення можливих витрат на реалізацію стратегії маркетингу).

Оцінка загальних витрат на реалізацію стратегії маркетингу і програм, що її забезпечують, становитиме відповідну інформаційну основу для складання фінансового плану;

г) аналіз реальності прогнозованих обсягів продажу. Здебільшого розробляють наступні варіанти прогнозів: консервативний, найімовірніший,

оптимістичний, і порівнюють з динамікою продажу конкурентів на ринку.

### **6. План торговельної діяльності:**

- а) планування приміщень;
- б) опис торговельного процесу;
- в) устаткування;
- г) постачальники основних видів продукції;
- д) можливий вплив зовнішніх факторів на торговельно-господарську діяльність.

### **7. Організаційний план:**

- а) форма організації бізнесу;
- б) власники торговельного підприємства й ключові керівники;
- в) організаційна схема і розподіл обов'язків;
- г) планування кількості персоналу. На практиці це роблять, будуючи "дерево цілей" торговельного підприємства: спочатку визначають загальні цілі, а потім все більше їх конкретизують. Склавши повний перелік видів діяльності і завдань, можна визначити, скільки працівників, якого фаху і якої кваліфікації потрібно, щоб їх виконати. На підставі цих даних складають кваліфікаційні характеристики, посадові інструкції і штатний розклад;
- д) визначення рівня і структури оплати праці.

### **8. Оцінка ризиків.**

- необхідно виділити найбільш імовірні для даного бізнесу типи ризиків і в міру можливості оцінити їх вплив на бізнес;
- вказати, які заходи будуть застосовуватись як реакція бізнесу на прояви симптомів ризику;
- вказати типи страхових полісів і на яку суму їх планується придбати.

Різноманітні *методи мінімізації ризиків* можна проілюструвати на прикладі розробки бізнес-плану інноваційних проектів. Це: придбання загального (генерального) страхового полісу на суму ймовірних втрат від усіх ризиків або спеціалізованих типових угод на окремі (типові) види

ризик; передбачення резервного фонду для страхування, мінімізації та покриття збитків від ризиків і непередбачуваних витрат; укладання довгострокових угод на поставки продукції; підготовка резервних, альтернативних, інвестиційних, науково-технічних і виробничих заходів; розробка сіткових графіків виконання проекту з урахуванням резервів часу на операції, пов'язані з порівняно високим ймовірним рівнем ризиків; здійснення біржових операцій, які страхують збут (придбання опціонів, ф'ючерсних, форвардних контрактів); участь у капіталі фірм, які є джерелом підвищеного ризику для даного інноваційного проекту; синхронізація періодів порівняно високих ризиків одного проекту з періодами найбільш надійних доходів за паралельними проектами.

### **9. Фінансовий план**

Фінансовий план є ключовим розділом бізнес-плану підприємства. Головна мета фінансового плану — узагальнити основні положення всіх попередніх розділів бізнес-плану, зводячи їх в одне ціле у вартісній формі, й обґрунтувати доцільність реалізації даного підприємницького проекту з економічного погляду.

Основними положеннями даного розділу є:

- узагальнення у вартісній формі результатів розробки решти розділів бізнес - плану;
- кількісно обґрунтовується потреба даного виду торговельної діяльності в інвестиціях;
- визначаються джерела отримання коштів та напрямки їх використання в часі і просторі;
- узагальнюється економічна доцільність даного проекту.

Фінансовий план містить такі підрозділи:

1. План доходів і видатків (план прибутків і збитків) (табл. 3.3).
2. План грошових надходжень і виплат (план руху готівки).
3. Плановий баланс.

Таблиця 3.3 – План доходів і видатків підприємства (тис. грн.)

Показник	Структура в середньому по галузі	Щомісячні дані 01,02,03...12	Разом на рік
<b>А.</b> Загальний обсяг продажу товарів			
<b>Б.</b> Собівартість проданих товарів – усього			
у тому числі матеріальні витрати			
прямі витрати на оплату праці			
<b>В.</b> Валовий прибуток			
<b>Г.</b> Операційні витрати – всього			
у т.ч. заробітна плата персоналу (за винятком прямих витрат)			
нарахування на заробітну плату			
рентні платежі			
<b>КОМУНАЛЬНІ ПОСЛУГИ</b>			
витрати на утримання офісу			
витрати на відрядження			
реклама			
страхові платежі			
послуги зовнішніх користувачів			
інші операційні витрати			
<b>Д.</b> Операційний прибуток			
<b>Е.</b> Сплата процентів за кредит			
<b>Є.</b> Чистий прибуток до сплати податків			
<b>Ж.</b> Податок з прибутку			
<b>З.</b> Чистий прибуток			

Поряд з основними показниками цих підрозділів у фінансовому плані мають бути наведені припущення, на підставі яких ці показники розраховано.

Важливим елементом даного розділу бізнес-плану є визначення беззбитковості проекту за формулою

$$K_6 = \frac{ПВ}{Ц_i - ЗВ_i},$$

де  $K_6$  — обсяг виробництва в натуральних одиницях, при якому досягається беззбитковість діяльності;

$ПВ$  — постійні витрати на весь обсяг виробництва;

$ЗВ_i$  - змінні витрати на одиницю продукції.

Запас фінансової міцності характеризує різницю між досягнутим (запланованим обсягом реалізації,  $K_n$ ) і обсягом реалізації, що забезпечує беззбитковість господарської діяльності (поріг рентабельності,  $K_6$ ). По суті, він показує, наскільки може скоротитися обсяг реалізації, перш ніж підприємство може зазнати реальних збитків.

Абсолютний запас фінансової міцності ( $ЗФМ$ ) розраховують за формулою

$$ЗФМ = K_n - K_6$$

Наступним документом фінансового плану є *план грошових надходжень і виплат*. Він може мати наступну форму (табл. 3.4). Головне завдання його розробки полягає в узгодженні в часі грошових надходжень і виплат, щоб забезпечити ліквідність фірми в плановому періоді, тобто створити постійну наявність на рахунку фірми коштів, достатніх для оплати її зобов'язань.

Таблиця 3.4 – План грошових надходжень та виплат підприємства

Показник	Щомісячні дані	Разом за рік
<b>А.</b> Готівкові кошти на початок місяця		
<b>Б.</b> Грошові надходження – всього		
у т.ч. виручка від продажу		
надходження на рахунок від продажу в кредит		
позички		
інші надходження		
<b>В.</b> Грошові платежі на сторону – всього		
у т.ч. придбання товарів		
заробітна плата		
нарахування на заробітну плату		
рентні платежі		
платежі за комунальні послуги		
рекламні витрати		
страхові платежі		
гроші, що взяті на потреби власників бізнесу		
<b>Г.</b> Чистий потік готівки (п. Б – п. В)		
<b>Д.</b> Готівкові грошові кошти на кінець місяця		

На практиці фінансовий стан підприємства постійно змінюється. Але для ефективного управління фірмою треба мати чітку картину її фінансового стану. З цією метою щорічно складається баланс (табл. 3.5). Він показує:

- що фірма має у своєму розпорядженні (активи);
- скільки вона винна постачальникам і кредиторам (зобов'язання);
- що в неї залишається (власний капітал).

Таблиця 3.5 – Плановий баланс підприємства (тис. грн.)

<b>АКТИВ</b>	<b>На початок звітної періоду</b>	<b>На кінець звітної періоду</b>
<b>I. Необоротні активи</b>		
Нематеріальні активи		
Незавершене будівництво		
Основні засоби		
Довгострокові фінансові інвестиції		
Довгострокова дебіторська заборгованість		
Інші необоротні активи		
<b>II. Оборотні активи</b>		
Запаси		
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги		
Дебіторська заборгованість за розрахунками		
Грошові кошти та їх еквіваленти		
Інші оборотні активи		
<b>III. Витрати майбутніх періодів</b>		
<b>БАЛАНС</b>		
<b>ПАСИВ</b>		
<b>I. Власний капітал</b>		
Статутний капітал		
Пайовий капітал		
Додатковий вкладений капітал		
Інший додатковий капітал		
Резервний капітал		
Нерозподілений прибуток (збиток)		
<b>II. Забезпечення наступних витрат і платежів</b>		
<b>III. Довгострокові зобов'язання</b>		
<b>IV. Поточні зобов'язання</b>		
Короткострокові кредити банків		
Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги		
Поточні зобов'язання за розрахунками:		
з одержаних авансів		
з бюджетом		
з позабюджетних платежів		
зі страхування		
<b>БАЛАНС</b>		

У текстовій частині фінансового плану дають пояснення, які розшифровують припущення щодо окремих статей планового балансу.

У фінансовій частині бізнес-плану важливо розрахувати показники ліквідності, платоспроможності, рентабельності.

### **ГЛАВА 3. ОФОРМЛЕННЯ І ПРЕЗЕНТАЦІЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ**

Бізнес-план – це своєрідний рекламний документ, на підставі якого можна зробити висновок не тільки про бізнес, але й про власників. Тому важливим є як цього зміст, так і оформлення.

Основними *вимогами до оформлення бізнес-плану є:*

1) бізнес-план має бути стислим, простим, але адекватно розкривати зміст підприємницького проекту. Як свідчить практика, обсяги бізнес-плану обмежуються 20-25 сторінками (якщо вартість проекту більше 100 тис. грн., необхідні детальніші розрахунки з поясненнями). У бізнес-плані необхідно уникати суто технічного опису продукції, технологічних операцій та процесів;

2) бізнес-план має бути функціональним, тобто містити лише корисну інформацію, яка цікавить або може зацікавити потенційних інвесторів;

3) бізнес-план має спиратися на реалістичні припущення. Прогнози треба обґрунтовувати й підкріплювати посиланнями на дослідження цільового ринку;

4) будь-яке припущення повинно мати кілька варіантів: від найгіршого до найоптимістичного, у процесі бізнес-планування необхідно орієнтуватися на найгірший;

5) у структурі бізнес-плану треба виділяти розділи та підрозділи так, щоб можна було швидко знайти потрібну інформацію;

6) бізнес-план повинен забезпечувати конфіденційність інформації про



фірму та її діяльність, тому слід контролювати сферу його розповсюдження;

7) за необхідності додаткова інформація може бути винесена в *додатки*, які містять:

- первинні матеріали аналізу ринку;
- специфікації продукції;
- рекламні матеріали;
- схему грошових потоків;
- угоди оренди; гарантійні листи від основних клієнтів, постачальників, кредиторів.

Існують також певні правила технічного оформлення, які включають:

- наявність титульного аркуша;
- наявність сторінки змісту;
- розміщення резюме на початку бізнес-плану;
- розміщення в кінці бізнес-плану додатків;
- наявність приміток та посилань на джерела використання інформації.

Презентацію бізнес-плану організують для ознайомлення зацікавлених юридичних та фізичних осіб з новим бізнесом; для демонстрації в найдоступнішій формі сутності підприємницької ідеї, найліпших ділових якостей підприємця та команди провідних менеджерів фірми; для започаткування активних партнерських відносин з потенційними кредиторами та інвесторами.

*Презентація бізнес-плану* — це публічне його представлення (рекомендація) зацікавленим особам.

У процесі презентації бізнес-план має породжувати почуття оптимізму й ентузіазму. Тривалість презентації звичайно становить 20 хв. Після цього підприємець має бути готовий відповісти на запитання, оскільки

найголовніше завдання презентації бізнес-плану полягає в налагодженні діалогу з потенційними інвесторами.

У процесі презентації бізнес-плану треба досягти розумного компромісу між інтересами як кредитора (здатність повернути кредит і виплачувати проценти), так і інвестора (прибутковість, рівень ризику, посилення позицій на ринку). Тому бажано прокоментувати такі питання, як:

- очікувані обсяги продажу в динаміці;
- необхідний обсяг інвестування та напрями його використання;
- величина прибутковості вкладеного капіталу;
- спроможність повернути позику в обумовлений термін;
- можливі типи ризиків.

Для більшої наочності й переконливості бажано, щоб презентацію проводив керівник особисто, широко використовуючи схеми, рисунки, таблиці, важливим є також попереднє ознайомлення учасників з ключовими положеннями і показниками бізнес-плану. Якщо в процесі презентації майбутні партнери можуть оглянути зразки чи інші наочні матеріали, то це посилить враження від усної розповіді.

Таким чином, *процес презентації охоплює такі ключові моменти:*

- а) характеристика підприємства, унікальність запропонованої ним продукції та/або послуг;
- б) дослідження ринку, визначення основних клієнтів та конкурентів;
- в) маркетингова стратегія;
- г) необхідні обсяги початкових інвестицій;
- д) команда, яка реалізовуватиме бізнес-план;
- е) умови повернення кредиторам та інвесторам вкладених коштів.

Важливим питанням є якість розробленого бізнес-плану. Її оцінку можуть здійснювати як ініціатори відповідних підприємницьких проектів,

так і зовнішні користувачі відповідної інформації: інвестори, кредитори, органи державної влади. Найчастіше для цього застосовується експертний підхід. До базових критеріїв належать: наявність, повнота, достовірність і якість поданої інформації. Основними недоліками, які можуть бути виявлені експертизою бізнес-плану, є:

- брак, неструктурованість або неналежна структурованість інформації;
- брак або низька інформативність графіків та діаграм;
- некоректна методика розробки відповідних розділів та помилки в розрахунках;
- неузгодженість окремих розділів;
- недостатнє технічне обґрунтування підприємницького проекту.

Експертиза бізнес-проекту передбачає вже не просту перевірку правильності розробки документації, а діагностику досяжності поставлених стратегічних цілей. При цьому основна увага приділяється маркетинговим аспектам, а сама експертиза проводиться за участі зовнішніх консультантів.

Предметом експертизи бізнес-проекту за скороченим варіантом є якість і ціна продукції, потреби кінцевих споживачів, система каналів розподілу, методи просування продукції на ринок. Експерти повинні зробити висновок про достовірність наведеного в бізнес-плані прогнозу можливого обсягу продажу.

Усі висновки експертизи оформляють у звіт з відповідними рекомендаціями щодо коригування бізнес-плану.

Як висновок до даного розділу слід зазначити, що в ринкових умовах господарювання жодне підприємство не може працювати прибутково без ретельно підготовленого плану. Чим більш динамічним і невизначним стає середовище діяльності, тим більше порядку має бути на самому підприємстві — успіх проекту неможливий без чіткого уявлення перспектив. Виникнення будь-якої підприємницької ідеї (чи це створення нового бізнесу, чи вдосконалення наявного) ставить багато запитань: яким є ринок продукту,

хто потенційні споживачі, чи виправдовує себе проект економічно тощо. Ось чому для отримання відповідей на всі запитання важливим є складання бізнес-плану.

### **Питання для самоконтролю**

1. Що Ви розумієте під терміном “бізнес-план”?
2. Яка роль бізнес-планування в умовах ринкової економіки?
3. Які основні функції виконує бізнес-план?
4. Які основні етапи планових розрахунків застосовуються в бізнес-плануванні?
5. Назвіть основні розділи бізнес-плану. Охарактеризуйте їх.
6. Розкрийте зміст фінансового плану підприємства.
7. Які основні вимоги до оформлення бізнес-плану?
8. З якою метою проводиться презентація бізнес-плану? Які основні правила її здійснення?

## РОЗДІЛ IV. ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### ГЛАВА 1. СУТНІСТЬ РЕЄСТРАЦІЇ І ПЛАТА ЗА НЕЇ

Щоб зайнятися будь-якою комерційною діяльністю з метою одержання прибутку, громадянин зобов'язаний зареєструватися як суб'єкт підприємницької діяльності.

З 1 січня 2004 р. принципи державної реєстрації фізичних осіб — підприємців визначені ст. 50 Цивільного кодексу України та ст. 58 Господарського кодексу України.

Статтею 50 ЦКУ передбачено:

«Право на здійснення підприємницької діяльності, яку не заборонено законом, має фізична особа з повною цивільною дієздатністю.

Обмеження права фізичної особи на здійснення підприємницької діяльності встановлюються Конституцією України та законом.

Фізична особа здійснює своє право на підприємницьку діяльність за умови її державної реєстрації в порядку, встановленому законом.

Інформація про державну реєстрацію фізичних осіб — підприємців є відкритою.

Якщо особа розпочала комерційну діяльність без державної реєстрації, уклавши відповідні договори, вона не має права оскаржувати ці договори на тій підставі, що вона не є підприємцем».

Реєстрація проводиться відповідно до Закону України від 15.05.2003 р. №755-IV "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців", що набрала чинності з 1 липня 2004 р.

Статтею 5 Закону визначено, що державна реєстрація юридичних і фізичних осіб — підприємців проводиться державним реєстратором виключно у виконавчому комітеті міської Ради міста обласного значення або в районній, районній Раді у містах Києві й Севастополі державній

адміністрації за місцем проживання фізичної особи — підприємця (місцем проживання фізичної особи — підприємця є житловий будинок, квартира, інше приміщення, придатне для проживання в ньому (гуртожиток, готель тощо) у відповідному населеному пункті, в якому фізична особа проживає постійно, переважно або тимчасово, що знаходиться за певною адресою, за якою здійснюється зв'язок з фізичною особою — підприємцем).

Для проведення державної реєстрації фізична особа, яка має намір стати підприємцем, повинна подати особисто (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення) державному реєстратору за місцем проживання такі документи:

- заповнену реєстраційну картку (додаток 7) на проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця;
- копію довідки про включення заявника до Державного реєстру фізичних осіб — платників податків та інших обов'язкових платежів;
- документ, що підтверджує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця.

Державному реєстратору забороняється вимагати додаткові документи для проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця.

У разі подачі документів заявником особисто державному реєстратору додатково пред'являється паспорт.

Документи, які подаються для проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця, приймають за описом, копія якого в день надходження документів видається (надсилається рекомендованим листом) заявнику з відміткою про дату надходження документу.

За державну реєстрацію встановлені такі розміри плати:

- 1) за державну реєстрацію (перереєстрацію) фізичної особи — підприємця — 2 неоподатковуваних мінімуми доходів громадян;
- 2) за прискорену (впродовж одного дня) державну реєстрацію (перереєстрацію) суб'єктів підприємницької діяльності — в потрійному розмірі реєстраційного збору;

3) за державну реєстрацію змін (доповнень) до установчих документів суб'єктів підприємницької (комерційної) діяльності — 30% реєстраційного збору;

4) за зміну свідоцтва про державну реєстрацію у зв'язку з його втратою або пошкодженням — 1 (один) неоподатковуваний мінімум доходів громадян;

5) за видачу дубліката посвідчення про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності — 10% реєстраційного збору.

Перереєстрація суб'єктів підприємницької діяльності у зв'язку зі зміною законодавства здійснюється безплатно, якщо інше не передбачено законом.

Документом, що підтверджує внесення реєстраційного збору, є копія квитанції, виданої банком, або копія платіжного доручення з відміткою банку.

## **ГЛАВА 2. ПОРЯДОК ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ**

Будь-який суб'єкт підприємницької діяльності отримує статус юридичної особи і має право законно займатися підприємницькою діяльністю тільки після проходження *державної реєстрації*. Державна реєстрація – це засвідчення факту створення юридичної особи.

Всі суб'єкти підприємницької діяльності – юридичні особи, які пройшли державну реєстрацію, заносяться до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців (далі – Єдиний державний реєстр).

Єдиний державний реєстр створюється з метою забезпечення органів державної влади та інших зацікавлених осіб достовірною інформацією про суб'єктів підприємництва – юридичних осіб. Цей реєстр ведеться на електронних носіях відповідно до державних стандартів, що забезпечує його сумісність і взаємодію з іншими інформаційними системами.

До Єдиного державного реєстру заносять такі відомості: повне найменування юридичної особи; ідентифікаційний код; форма власності; організаційно-правова форма; місцезнаходження юридичної особи; основні види діяльності; дані про розмір статутного фонду, у тому числі частки кожного із засновників; дата і номер запису про проведення державної реєстрації; місцезнаходження реєстраційної справи та інші відомості. Відомості, що містяться в Єдиному державному реєстрі, є відкритими та загальнодоступними.

Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб проводиться *виключно* у виконавчому комітеті міської ради міста обласного значення або у районній державній адміністрації за місцезнаходженням юридичної особи. Для проведення державної реєстрації юридичних осіб в містах створюються так звані *реєстраційні палати*. Місцезнаходженням юридичної особи вважається місце, де розміщується постійно діючий виконавчий орган (офіс) юридичної особи. За цією адресою інші зацікавлені особи можуть здійснювати з даною юридичною особою необхідний зв'язок.

Державна реєстрація юридичних осіб виконує *державним реєстратором*. Державний реєстратор – це особа, яка призначається на посаду і підпорядковується міському голові міста обласного підпорядкування або голові районної державної адміністрації при погодженні цієї кандидатури із спеціально уповноваженим органом з питань державної реєстрації.

Кожен суб'єкт підприємницької діяльності, який бажає отримати статус юридичної особи, повинен мати своє *найменування*. Найменування юридичної особи містить в собі інформацію про її організаційно-правову форму й назву, наприклад, “Приватне підприємство “Маша”, ТОВ “Автоком” та ін.

Засновник юридичної особи має право зарезервувати найменування юридичної особи строком на два місяці, а для відкритих акціонерних товариств – строком на дев'ять місяців. Для цього засновник повинен подати



відповідну заяву до державного реєстратора. За проведення резервування найменування юридичної особи справляється плата в розмірі двох неоподатковуваних мінімумів заробітної плати.

Для проведення державної реєстрації юридичної особи засновник (засновники) подають державному реєстратору *такі документи:*

- реєстраційну картку встановленого зразка;
- копію рішення засновника (засновників) про створення юридичної особи;
- два примірники установчих документів;
- документ про сплату реєстраційного збору.

В окремих випадках подаються додаткові документи. У разі, якщо проводилось резервування найменування, подається чинна довідка з Єдиного державного реєстру. При створенні об'єднань подається рішення Антимонопольного комітету. У разі встановлення вимог щодо формування статутного фонду подаються документи, що підтверджують внесення засновниками вкладу (вкладів) до статутного фонду в розмірі, який встановлено законом. У разі державної реєстрації відкритого акціонерного товариства подається звіт про проведення підписки на акції, який повинен бути засвідчений Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку. У разі державної реєстрації підприємства, яке створюється шляхом поділу, подається розподільчий баланс тощо.

*Реєстраційна картка* – документ встановленого зразка, який підтверджує волевиявлення особи (осіб) щодо створення та державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи. Реєстраційні картки бувають різних форм залежно від того, яким чином створюється нова юридична особа. Реєстраційні картки складаються із декількох сторінок (до 10-ти і більше), *кожна із яких підписується засновником.*

Реєстраційна картка заповнюється машинодруком або від руки друкованими літерами.

*Копія рішення засновника (засновників)* – це наказ, розпорядження, постанова, ухвала тощо відповідного керівного органу, протокол зборів засновників або інший документ, в якому засвідчується рішення про створення суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи.

*Установчі документи* – це статут, засновницький договір тощо, в яких обумовлюються питання створення та діяльності даної юридичної особи. В *установчих документах повинні міститися відомості, які визначені чинним законодавством.*

*Документи про сплату реєстраційного мита* – це платіжні доручення, касові чеки тощо, які свідчать про сплату засновником (засновниками) реєстраційного збору за проведення державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи.

З 1 липня 2006 року цей збір дорівнює 10 неоподатковуваним мінімумам доходів громадян.

Отримавши документи про проведення державної реєстрації, державний реєстратор *повинен перевірити* комплектність документів, повноту відомостей, що вказані в них, а також перевірити документи на відсутність підстав для відмови у проведенні державної реєстрації юридичної особи. Це здійснюється шляхом перевірки відповідності засновницьких документів чинному законодавству, а також на основі відомостей Єдиного державного реєстру.

Підставами для відмови у проведенні державної реєстрації юридичної особи є:

- невідповідність відомостей, які вказані в реєстраційній картці, відомостям, які зазначені в документах, що подані для проведення державної реєстрації юридичної особи;

- відсутність в документах положень, які визначені чинним законодавством;

- наявність в Єдиному державному реєстрі найменувань, які тотожні найменуванню юридичної особи, що має намір зареєструватися;

- наявність обмежень на зайняття відповідних посад, встановлених законом щодо осіб, які зазначені як посадові особи органу управління юридичної особи, тощо.

За відсутності підстав для відмови державний реєстратор повинен:

- внести до реєстраційної картки заявника 8-значний ідентифікаційний код відповідно до вимог Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України;

- внести до Єдиного державного реєстру запис про проведення державної реєстрації юридичної особи;

- оформити та видати заявнику (не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації) *свідотство про державну реєстрацію*, а також один примірник оригіналу установчих документів з відміткою державного реєстратора про проведення державної реєстрації.

Строк державної реєстрації юридичної особи не повинен перевищувати три робочих дні з дати надходження документів.

*Свідоцтво про державну реєстрацію* – це документ встановленого зразка, що засвідчує факт внесення до Єдиного державного реєстру запису про державну реєстрацію юридичної особи.

Після внесення до Єдиного державного реєстру запису про проведення державної реєстрації юридичної особи державний реєстратор повинен сформулювати так звану *реєстраційну справу*. Реєстраційна справа має реєстраційний номер, який присвоюється при внесенні запису про проведення державної реєстрації до Єдиного державного реєстру. Реєстраційна справа повинна зберігатись в державній архівній установі протягом 75 років з дати її передачі до державної архівної установи.

Державний реєстратор не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації юридичної особи зобов'язаний передати відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування спеціальні *повідомлення* про проведення державної реєстрації юридичної особи. На підставі цих

повідомлень зазначені органи беруть дану юридичну особу на облік.

Інформація про проведення державної реєстрації юридичної особи підлягає *обов'язковому опублікуванню в спеціалізованому друкованому засобі масової інформації*, що його видає уповноважений державний орган з питань державної реєстрації. Таке повідомлення повинно містити: найменування, ідентифікаційний код та місцезнаходження юридичної особи; місце та дату проведення державної реєстрації.

Відмову в проведенні державної реєстрації юридичної особи засновник (засновники) можуть оскаржити в суді.

Суб'єкти підприємницької діяльності – юридичні особи мають право створювати без обмежень відокремлені відділення, філії, представництва тощо, які визнаються *суб'єктами підприємницької діяльності без права юридичної особи*. Такі суб'єкти працюють на основі положень, затверджених юридичними особами. Відокремлені підрозділи не підлягають державній реєстрації.

*Щорічно* новоутворений суб'єкт підприємницької діяльності – юридична особа повинен підтверджувати відомості про діяльність даної особи. Це робиться шляхом подання державному реєстратору реєстраційної картки про підтвердження відомостей про юридичну особу. Підтвердженню підлягають такі відомості:

- форма власності;
- вищий орган управління юридичної особи;
- розмір внеску до статутного фонду;
- розмір сплаченого внеску до статутного фонду;
- керівник юридичної особи;
- орган, до сфери управління якого належить особа державної форми власності;
- засновники юридичної особи;
- основні види діяльності юридичної особи;
- відомості про осіб, які мають право вчиняти юридичні дії від імені

юридичної особи без довіреності, в тому числі підписувати договори;

- відомості про відокремлені підрозділи.

У разі неподання юридичною особою реєстраційної картки про підтвердження відомостей про юридичну особу державний реєстратор повинен внести до Єдиного державного реєстру *запис про відсутність підтвердження відомостей про юридичну особу або запис про відсутність юридичної особи за її місцезнаходженням (у випадку, коли на її ім'я було направлено відповідне повідомлення державним реєстратором)*, що є підставою для порушення процедури припинення діяльності даної юридичної особи.

### **ГЛАВА 3. ПОРЯДОК ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ – ФІЗИЧНИХ ОСІБ**

При наявності всіх документів і відсутності підстав для відмови у проведенні державної реєстрації фізичної особи — підприємця державний реєстратор повинен внести до Єдиного державного реєстру запис про проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця на підставі відомостей реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця. Дата внесення до Єдиного державного реєстру запису про проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця є датою державної реєстрації.

Строк державної реєстрації фізичної особи — підприємця **не повинен перевищувати два робочих дні** з дати надходження документів для проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця.

Свідоцтво про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця повинно бути оформлене державним реєстратором і видане (надіслане рекомендованим листом) заявнику **не пізніше наступного робочого дня** з дати державної реєстрації. Порушення строків видачі (направлення

рекомендованим листом) свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця, повідомлення про відмову у проведенні державної реєстрації або про залишення документів без розгляду вважається відмовою у проведенні державної реєстрації і може бути оскаржено у суді.

Державний реєстратор не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи — підприємця зобов'язаний передати відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування повідомлення про проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця із зазначенням номера й дати внесення відповідного запису до Єдиного державного реєстру і відомості з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця для взяття її на облік.

Державна реєстрація підприємницької діяльності фізичної особи — підприємця може бути припинена у разі:

- прийняття фізичною особою — підприємцем рішення про припинення підприємницької діяльності;
- смерті фізичної особи — підприємця;
- постановлення судового рішення про оголошення фізичної особи померлою або визнання безвісно відсутньою;
- постановлення судового рішення про визнання фізичної особи, яка є підприємцем, недієздатною або про обмеження її цивільної дієздатності;
- постановлення судового рішення про припинення підприємницької діяльності фізичної особи — підприємця.

Підставами для постановлення судового рішення про припинення підприємницької діяльності фізичної особи — підприємця є:

- визнання фізичної особи — підприємця банкрутом;
- провадження нею підприємницької діяльності, яка заборонена законом;
- неподання протягом року органам державної податкової служби

податкових декларацій, документів фінансової звітності відповідно до закону.

Фізична особа позбавляється статусу підприємця з дати внесення до Єдиного державного реєстру запису про державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності фізичної особи — підприємця.

У разі припинення підприємницької діяльності за власним бажанням фізична особа — підприємець або уповноважена нею особа повинні подати державному реєстратору (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення) такі документи:

- нотаріально засвідчену заяву про припинення підприємницької діяльності фізичною особою — підприємцем;

- документ, що підтверджує внесення плати за публікацію повідомлення про прийняття фізичною особою — підприємцем рішення щодо припинення підприємницької діяльності.

Для проведення державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичною особою — підприємцем за її рішенням фізична особа — підприємець або уповноважена нею особа **не раніше двох місяців з дати публікації** повідомлення у спеціалізованому друкованому засобі масової інформації подає державному реєстратору особисто (надсилає рекомендованим листом з описом вкладення) такі документи:

- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичною особою — підприємцем за її рішенням;

- свідоцтво про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця;

- довідку відповідного органу державної податкової служби про зняття фізичної особи — підприємця з обліку як платника податків;

- довідку відповідного органу Пенсійного фонду України про зняття з обліку;

- довідки відповідних органів фондів соціального страхування про зняття з обліку.

За відсутності підстав для залишення документів без розгляду державний реєстратор повинен внести до Єдиного державного реєстру запис про проведення державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичної особи — підприємця. Дата внесення до Єдиного державного реєстру запису про проведення державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичною особою — підприємцем є **датою державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичною особою — підприємцем.**

Строк державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичною особою — підприємцем **не повинен перевищувати два робочих дні** з дати надходження документів для проведення державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичною особою — підприємцем.

Державний реєстратор **не пізніше наступного робочого дня** з дати державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичною особою — підприємцем повинен видати або надіслати заявнику копію свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи — **підприємця із спеціальною відміткою** про державну реєстрацію припинення підприємницької діяльності.

#### **ГЛАВА 4. ПОРЯДОК ВЗЯТТЯ НА ПОДАТКОВИЙ ОБЛІК**

Підставою для взяття суб'єкта комерційної діяльності на облік в органах державної податкової служби є копія реєстраційної карти і свідоцтво про державну реєстрацію.

Термін взяття на облік суб'єкта комерційної діяльності органами державної податкової служби при наявності цих документів не може перевищувати двох днів.



Відповідно до "Інструкції про порядок обліку платників податків", затвердженої наказом Державної податкової адміністрації України 19.02.98 р. № 80 і зареєстрованої в Міністерстві юстиції України 16.03.98 р. № 172/2612 (зі змінами й доповненнями), фізичні особи — суб'єкти комерційної діяльності після одержання свідоцтва про державну реєстрацію повинні в п'ятиденний термін звернутися в державний податковий орган за місцем проживання для взяття їх на податковий облік, подавши такі документи: заяву за формою № 5-ОПП; копію свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності — фізичної особи; документ, що засвідчує особу (паспорт).

Після взяття платника податків на облік державні податкові органи видають йому довідку за ф. № 4-ОПП та її копію в одному примірнику, яка підтверджує взяття його на податковий облік.

У разі внесення змін у дані, що вказуються у довідці про взяття на облік платника податків за ф. № 4-ОПП (назва, місцезнаходження платника податків чи органу державної податкової служби, в якому платник податків перебуває на обліку, зміна керівництва тощо), видається нова довідка про взяття на облік платника податків за ф. № 4-ОПП замість старої.

Органи державної податкової служби здійснюють внесення змін і доповнень до Реєстру фізичних осіб на підставі:

- інформації органів державної реєстрації;
- документально підтвердженої інформації установ банків про відкриття (закриття) банківських рахунків та електронних реєстрів з установ банків;
- документально підтвердженої інформації, що надається платниками податків.

Після взяття на облік платник податків має право звернутися до підрозділу з роботи з платниками податків державного податкового органу, який зобов'язаний надати консультацію з питань оподаткування, ведення обліку, діяльності тощо.

## ГЛАВА 5. ВІДКРИТТЯ РАХУНКІВ В УСТАНОВАХ БАНКІВ

Свідоцтво про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності й копія документа, що підтверджує взяття його на облік в органі державної податкової служби, є підставами для відкриття рахунків у будь-яких банках у встановленому порядку.

Відкриття банківських рахунків фізичним особам — суб'єктам комерційної діяльності — здійснюється відповідно до постанови Правління Національного банку України від 12 листопада 2003 р. № 492 "Про затвердження інструкції про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземних валютах".

Фізичні особи — суб'єкти комерційної діяльності без створення юридичної особи мають право відкривати поточні депозитні й інші рахунки для зберігання коштів і здійснення всіх видів банківських операцій у будь-яких банках України та інших держав за своїм вибором і за згодою цих банків.

У разі відкриття поточного або депозитного рахунку суб'єкта підприємницької діяльності до отримання банком повідомлення про взяття рахунку на облік податковим органом операції за цим рахунком здійснюються тільки із зарахування коштів.

Повідомлення протягом трьох робочих днів з дня відкриття або закриття рахунку в установі банку (включаючи день відкриття або закриття) подається платником особисто або надсилається поштою на адресу відповідного державного податкового органу з повідомленням про вручення.

Повідомлення має відповідати зразку корінця повідомлення від платника податків про відкриття рахунку в установі банку, наведеному в додатку 8 до Порядку подання податковим органам повідомлення про відкриття (закриття) рахунків в установах банків, затвердженого наказом Державної податкової адміністрації України від 01.08.2001 р. № 306 і зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 31.10.2001 р. за № 923/ 6114.

Датою початку операцій за видатками за рахунком суб'єкта підприємницької діяльності в установі банку є дата реєстрації отримання банком зазначеного повідомлення.

***Відкриття рахунків та використання коштів на поточних рахунках в національній та іноземній валютах***

Поточні рахунки відкриваються підприємствам усіх видів і форм власності, їхнім відокремленим підрозділам, а також фізичним особам — суб'єктам підприємницької діяльності для зберігання грошових коштів та здійснення усіх видів операцій за цими рахунками відповідно до чинного законодавства України. Вклади до запитання (поточні рахунки) відкриваються фізичним особам для зберігання коштів, отримання готівки та проведення безготівкових розрахунків у національній валюті з юридичними та іншими фізичними особами.

До поточних рахунків також належать:

а) рахунки за спеціальними режимами їх використання, що відкриваються на підставі рішень Кабінету Міністрів України;

б) карткові рахунки (картрахунки), що відкриваються відповідно до вимог вищевказаної інструкції. Операції за цими рахунками здійснюються з урахуванням особливостей, визначених цією інструкцією та відповідними нормативно-правовими актами Національного банку України, що регулюють здійснення операцій із застосуванням платіжних карток.

Для відкриття рахунків в установах банку подаються:

1) заява на відкриття поточного розрахункового рахунку встановленого зразка, підписана фізичною особою — підприємцем;

2) копія свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця уповноваженим органом державної влади України, засвідчену нотаріально або органом, який його видав;

3) копія документа, що підтверджує взяття підприємця на податковий облік в органі державної податкової служби, засвідчену органом, який видав

документ, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку;

4) копію документа, що підтверджує реєстрацію фізичної особи — підприємця у відповідному органі Пенсійного фонду України, засвідчену органом, який його видав, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку;

5) картка зі зразком підпису. Зразки підписів засвідчуються підписом уповноваженого працівника банку або нотаріально.

Якщо фізична особа — підприємець використовує найману працю, то вона під час відкриття поточного рахунку в установах банку додатково має подати копію документа, що підтверджує реєстрацію фізичної особи — підприємця у відповідному органі Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України, засвідчену органом, який його видав, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку. В іншому разі фізична особа — підприємець обов'язково має вказати про те, що вона не використовує найману працю у заяві про відкриття поточного рахунку в рядку "Додаткова інформація" або в довідці за довільною формою. Ця довідка має бути засвідчена підписом фізичної особи — підприємця і, за наявності, відбитком її печатки.

Фізичні особи, в тому числі — підприємці, під час відкриття поточного рахунку подають картку із зразками підписів згідно з додатком 4 до Інструкції, до якої включаються зразки підписів власника рахунку та/або його довірених осіб.

Зразки підписів довірених осіб засвідчуються уповноваженою особою банку за умови їх особистої присутності та пред'явлення паспорта або документа, що його замінює, і документа, виданого органом державної податкової служби, що свідчить про присвоєння фізичній особі — резиденту ідентифікаційного номера платника податків.

За наявності у фізичної особи — підприємця печатки в картку із зразками підписів включається зразок відбитка печатки, який має містити

ідентифікаційний номер платника податків фізичної особи — підприємця.

У разі зміни рахунків клієнтів банку, викликані реорганізацією банку, зміною місцезнаходження банку, яка призвела до зміни коду банку або змін у порядку обліку банками рахунків клієнтів, до картки вносяться відповідні зміни.

За довіреністю суб'єкта комерційної діяльності — фізичної особи, що засвідчена нотаріально, його рахунком можуть розпоряджатися інші особи.

Зарахування коштів на поточний рахунок в іноземній валюті фізичної особи — підприємця та використання коштів з цього рахунку здійснюється за режимом поточного рахунку в іноземній валюті юридичної особи — резидента.

За довіреністю фізичної особи — підприємця, що засвідчена нотаріально, її рахунком можуть розпоряджатися інші особи.

У разі смерті фізичної особи — підприємця її права й обов'язки щодо розпоряджання коштами на рахунках переходять до її спадкоємців відповідно до законодавства України.

### ***Відкриття вкладного (депозитного) рахунку в установах банку***

Фізичній особі — підприємцю, яка не має рахунків у цьому банку, вкладний (депозитний) рахунок відкривається за умови подання нею таких документів:

- копії свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи — підприємця уповноваженим органом державної влади України, засвідченої нотаріально або органом, який його видав;

- копії документа, що підтверджує взяття фізичної особи — підприємця на облік в органі державної податкової служби, засвідченої органом, який видав документ, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку.

Фізична особа — підприємець, яка використовує найману працю,

додатково до вищезазначеного переліку документів має подати копію документа про повідомлення нею органів Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України щодо наміру відкрити вкладний (депозитний) рахунок, засвідчену в установленому порядку. Інформацію про те, що фізична особа — підприємець не використовує найману працю, цей клієнт обов'язково має зазначити в договорі банківського вкладу.

У разі закриття поточного або вкладного (депозитного) рахунку суб'єкта господарювання банк протягом трьох робочих днів з дня закриття рахунку (включаючи день закриття) повідомляє про це відповідний орган державної податкової служби. Повідомлення про закриття рахунку надсилається електронною поштою до Національного банку з використанням засобів захисту інформації Національного банку. Отримання органом державної податкової служби такого повідомлення підтверджується файлом-квитанцією, що надсилається цим органом до банку. Файл-квитанція на паперовому носії зберігається у справі юридичного оформлення рахунку.

### ***Повідомлення про відкриття або закриття розрахункових рахунків***

Фізична особа — суб'єкт підприємницької діяльності впродовж трьох робочих днів з дня відкриття (закриття) рахунку зобов'язана подати особисто або надіслати поштою з повідомленням про вручення державному податковому органу, в якому обліковується, повідомлення про відкриття (закриття) рахунку.

За ненадання інформації про відкриття або закриття рахунків у банках у встановлений законом термін до фізичних осіб — суб'єктів підприємницької діяльності застосовують фінансові санкції.

## ГЛАВА 6. ВИГОТОВЛЕННЯ ПЕЧАТОК І ШТАМПІВ

Для одержання дозволу на виготовлення печаток і штампів суб'єкт підприємницької діяльності (уповноважена ним особа) подає відповідному органу внутрішніх справ копію свідоцтва про державну реєстрацію, два примірники зразків печаток і штампів, а також документ, що підтверджує внесення і плати за видачу дозволу на виготовлення печаток і штампів, копію довідки про присвоєння ідентифікаційного номера фізичної особи—платника податків.

На печатках і штампах має бути вказаний ідентифікаційний номер суб'єкта підприємницької діяльності.

Упродовж п'яти робочих днів від дня одержання документів орган внутрішніх справ зобов'язаний видати дозвіл на виготовлення печаток і штампів суб'єктові підприємницької діяльності або дати письмову відмову із зазначенням причин відповідно до законодавства України.

Порядок видачі дозволів на виготовлення печаток і штампів, види і розміри печаток і штампів, порядок їх використання передбачені Інструкцією, затвердженою наказом Міністерства внутрішніх справ України від 11.01.99 р. № 17.

За видачу дозволів передбачається плата, розмір і порядок використання якої встановлюються Кабінетом Міністрів України.

Відповідальність і контроль за дотриманням порядку зберігання печаток і штампів, а також законністю користування ними покладаються на громадянина-підприємця.

У разі припинення підприємницької діяльності громадянина-підприємці зобов'язані здати печатки та штампи для знищення в органи внутрішніх справ. При знищенні печаток і штампів видається квитанція, на зворотному боці якої робляться відбитки знищених печаток і штампів.

За видачу квитанцій передбачається плата, розмір і порядок використання якої встановлюються Кабінетом Міністрів України.

## Питання для самоконтролю

1. Відповідно до якого Закону України проводиться державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності юридичних і фізичних осіб?
2. Що являє собою державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності?
3. Які відомості заносять до Єдиного державного реєстру юридичних та фізичних осіб - підприємців?
4. Які документи повинен подати засновник суб'єктів підприємницької діяльності юридичних та фізичних осіб державному реєстратору для здійснення державної реєстрації?
5. Які додаткові документи повинен подати засновник суб'єктів підприємницької діяльності юридичних і фізичних осіб державному реєстратору для здійснення державної реєстрації? Назвіть випадки подання таких додаткових документів.
6. Назвіть основні дії державного реєстратора після того, як він отримав комплект документів для проведення державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності юридичних та фізичних осіб.
7. Охарактеризуйте випадки відмови в державній реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності юридичних та фізичних осіб.
8. Що повинен зробити державний реєстратор, якщо в отриманих на реєстрацію документах немає підстав для відмови в державній реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності юридичних та фізичних осіб?
9. З якого моменту суб'єкти підприємницької діяльності юридичні та фізичні особи вважаються офіційно зареєстрованими?
10. Що являє собою реєстраційна справа суб'єктів підприємницької діяльності юридичних та фізичних осіб? Які вона містить відомості і скільки років зберігається?



11. Які відомості містить свідоцтво про державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності юридичних та фізичних осіб?

12. Чи потрібна державна реєстрація відокремлених підрозділів суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи?

13. Хто здійснює публікацію повідомлення про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи? Охарактеризуйте зміст відомостей, які публікуються.

14. Які санкції можуть бути накладені на юридичну особу у випадку неподання нею державному реєстратору (у визначений термін) інформації про підтвердження відомостей про юридичну особу?

15. Який діє порядок взяття суб'єктів підприємницької діяльності юридичних та фізичних осіб – підприємців на податковий облік в Україні?

16. Як здійснюється відкриття рахунків суб'єктів підприємницької діяльності юридичних та фізичних осіб – підприємців в установах банках України, які документи для цього потрібні?

17. Який порядок щодо виготовлення печаток і штампів суб'єктів підприємницької діяльності юридичних та фізичних осіб – підприємців та які документи необхідні?

## РОЗДІЛ V. ЛЕГАЛІЗАЦІЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### ГЛАВА 1. ЛІЦЕНЗУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Обмеженню (ліцензуванню) підприємницької діяльності підлягають тільки ті види підприємницької діяльності, що безпосередньо впливають на здоров'я людини, навколишнє природне середовище і безпеку держави. Для здійснення підприємницької діяльності, що підлягає ліцензуванню, необхідно одержати відповідну ліцензію і дотримуватися визначених умов і правил здійснення такого виду діяльності (ліцензійні умови), які встановлює Кабінет Міністрів України або уповноважений ним орган.

*Ліцензія* — документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження вказаного в ньому виду господарської діяльності впродовж визначеного строку за умови виконання ліцензійних умов.

Ліцензійні умови — встановлений з урахуванням вимог законів вичерпний перелік організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних вимог, обов'язкових для виконання при провадженні видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню.

У ліцензійні умови щодо видів господарської діяльності, для проведення яких необхідні спеціальні знання, включаються кваліфікаційні вимоги до працівників суб'єктів господарювання — юридичних та (або) до фізичних осіб — суб'єктів підприємницької діяльності.

У разі, якщо для виконання певних видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, потрібні особливі вимоги щодо будівель, приміщень, обладнання, інших технічних засобів, такі вимоги включаються до ліцензійних умов.

Ліцензійні умови і порядок контролю за їх дотриманням затверджуються спільним наказом спеціально уповноваженого органу з питань ліцензування та органу ліцензування. Наприклад, наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та

підприємництва від 27 серпня 2002 р. № 93/395 затверджено "Ліцензійні умови провадження господарської діяльності щодо виготовлення парфумерно-косметичної продукції з використанням спирту етилового".

***Види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню***

Відповідно до Закону України від 1 червня 2000 р. № 1775-III "Про ліцензування певних видів господарської діяльності" ліцензуванню підлягають такі види господарської діяльності:

- пошук (розвідування) корисних копалин;
- 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;
- виробництво вибухових речовин і матеріалів (за переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України);
- виробництво особливо небезпечних хімічних речовин (за переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України);
- видобування уранових руд;
- видобування дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення, напівдорогоцінного каміння;
- виробництво дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення, напівдорогоцінного каміння;
- виготовлення виробів з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного походження, напівдорогоцінного каміння, торгівля виробами з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного походження, напівдорогоцінного каміння;
- виробництво лікарських засобів, оптова, роздрібна торгівля

лікарськими засобами;

- виробництво ветеринарних медикаментів і препаратів, оптова, роздрібна торгівля ветеринарними медикаментами й препаратами;

- виробництво пестицидів та агрохімікатів, оптова, роздрібна торгівля пестицидами та агрохімікатами;

- виробництво спеціальних засобів, заряджених речовинами сльозоточивої і подразнювальної дії, індивідуального захисту, активної оборони;

- розробка, 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;

- розробка, виробництво, використання, експлуатація, сертифікаційні випробування, тематичні дослідження, експертиза, ввезення, вивезення криптосистем і засобів криптографічного захисту інформації (крім послуг електронного-цифрового підпису, надання послуг у галузі криптографічного захисту інформації), торгівля криптосистемами й засобами криптографічного захисту інформації;

- розробка, виробництво, впровадження, сертифікаційні випробування, ввезення, вивезення голографічних захисних елементів;

- розробка, виробництво, впровадження, обслуговування, дослідження ефективності систем і засобів технічного захисту інформації, надання послуг у галузі технічного захисту інформації;

- виготовлення бланків цінних паперів, документів строгої звітності;

- транспортування нафти, нафтопродуктів магістральним трубопроводом, транспортування природного і нафтового газу трубопроводами та його розподіл;

- постачання природного газу за регульованим і нерегульованим тарифом;

- зберігання природного газу в обсягах, що перевищують рівень,

установлений ліцензійними умовами;

- централізоване водопостачання та водовідведення;
- розробка, випробування, виробництво, експлуатація ракет-носіїв, космічних апаратів та їхніх складових частин, наземної космічної інфраструктури та її складових частин, обладнання, що входить до складу космічного сегмента супутникових систем;
- розробка, виробництво, виготовлення, зберігання, перевезення, придбання, пересилання, ввезення, вивезення, відпуск, знищення наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів;
- культивування, використання рослин, що містять наркотичні засоби, для промислових цілей;
- проведення дезінфекційних, дезінсекційних, дератизаційних робіт;
- медична практика;
- переробка донорської, крові та її компонентів, виготовлення з них препаратів;
- ветеринарна практика;
- організація та утримання тоталізаторів, гральних закладів, випуск та проведення лотерей;
- будівельна діяльність (розвідувальні й проектні роботи для будівництва, зведення несучих та огорожувальних конструкцій, будівництво та монтаж інженерних і транспортних мереж);
- надання послуг з перевезення пасажирів, вантажів повітряним транспортом;
- надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів річковим, морським транспортом;
- надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом;
- надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом загального користування (крім надання послуг з перевезення пасажирів та їхнього багажу на таксі);

- надання послуг з перевезення пасажирів та їхнього багажу на таксі;
- надання послуг з перевезення пасажирів, вантажів залізничним транспортом;
- заготівля, переробка, металургійне перероблення металобрухту кольорових і чорних металів;
- збирання, первинна обробка відходів і брухту дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення, напівдорогоцінного каміння;
- збирання, заготівля окремих видів відходів як вторинної сировини (за переліками, що визначаються Кабінетом Міністрів України);
- операції у сфері поводження з небезпечними відходами;
- проектування, монтаж, технічне обслуговування засобів протипожежного захисту та систем опалення, оцінка протипожежного стану об'єктів;
- проведення випробувань на пожежну безпеку речовин, матеріалів, будівельних конструкцій, виробів і обладнання, а також пожежної техніки, пожежно-технічного озброєння, продукції протипожежного призначення на відповідність установленим вимогам;
- надання послуг, пов'язаних з охороною державної та іншої власності, надання послуг з охорони громадян;
- виконання топографо-геодезичних, картографічних робіт;
- виконання авіаційно-хімічних робіт;
- пересилання поштових переказів, простих та реєстрованих листів, поштових карток, бандеролей та посилок масою до 30 кілограмів;
- туруператорська та турагентська діяльність;
- 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;

- діяльність арбітражних керуючих (розпорядників майна, керуючих санацією, ліквідаторів);
- посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном;
- професійна діяльність на ринку цінних паперів;
- проведення робіт із землеустрою, землеоціночних робіт та земельних торгів;
- проектування, будівництво нових і реконструкція існуючих меліоративних систем та окремих об'єктів інженерної інфраструктури;
- діяльність, пов'язана з промисловим виловом риби на промислових ділянках рибогосподарських водойм, крім внутрішніх водойм (ставків) господарств;
- посередницька діяльність митного брокера та митного перевізника;
- виробництво дисків для лазерних систем зчитування;
- експорт, імпорт обладнання та дисків для лазерних систем зчитування;
- виготовлення парфумерно-косметичної продукції з використанням спирту етилового;
- оптова торгівля насінням;
- виробництво, зберігання і реалізація племінних (генетичних) ресурсів, проведення генетичної експертизи походження та аномалій тварин.

Постановою Кабінету Міністрів України від 14 листопада 2000 р. № 1698 затверджено перелік органів ліцензування, де суб'єкти підприємницької діяльності можуть отримати відповідні ліцензії.

Таблиця 5.1. – Перелік органів ліцензування

<b>Орган ліцензування</b>	<b>Вид господарської діяльності</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
1. Мінагрополітики	культивування, використання рослин, що містять наркотичні засоби, для промислових цілей

Продовження табл. 5.1

1	2
2.МВС	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; виробництво спеціальних засобів, заряджених речовинами сльозоточивої та подразнювальної дії, індивідуального захисту, активної оборони, надання послуг, пов'язаних з охороною державної та іншої власності, надання послуг з охорони громадян
3.Мінекоресурсів	пошук (розвідування) корисних копалин; видобування уранових руд; збирання, заготівля окремих видів відходів як вторинної сировини (за переліками, що визначаються Кабінетом Міністрів України); операції у сфері поводження з небезпечними відходами; виконання топографо-геодезичних, картографічних робіт
4.Мінекономіки	діяльність арбітражних керуючих (розпорядників майна, керуючих санацією, ліквідаторів); експорт, імпорт дисків для лазерних систем зчитування, обладнання для їх виробництва
5.Державний департамент інтелектуальної власності МОН	виробництво дисків для лазерних систем зчитування
6.МОЗ	проведення дезінфекційних, дезінсекційних, дератизаційних робіт (крім робіт на об'єктах ветеринарного контролю); медична практика; перероблення донорської крові та її компонентів, виготовлення з них препаратів
7.Мінпраці та соціальної політики	посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном
8.Мінфін	виробництво дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного походження, напівдорогоцінного каміння; виготовлення виробів з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного походження, напівдорогоцінного каміння, торгівля виробами з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного походження, напівдорогоцінного каміння; виготовлення бланків цінних паперів, документів суворої звітності; збирання, первинна обробка відходів і брухту дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення, напівдорогоцінного каміння; страхова діяльність; випуск та проведення лотерей



Продовження табл. 5.1

1	2
9.Держбуд, Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські державні адміністрації	централізоване водопостачання та водовідведення; будівельна діяльність (розвідувальні й проектні роботи для будівництва, зведення несучих та огорожувальних конструкцій, будівництво і монтаж інженерних і транспортних мереж)
10.Держводгосп	проектування, будівництво нових і реконструкція існуючих меліоративних систем та окремих об'єктів інженерної інфраструктури
11.Держкомзем	проведення землепорядних і землеоцінних робіт
12.Міністерство культури і туризму	туроператорська та турагентська діяльність
13.Держпромполітики	виробництво особливо небезпечних хімічних речовин (згідно з переліком, який визначається Кабінетом Міністрів України); видобування дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного походження, напівдорогоцінного каміння; виробництво пестицидів та агрохімікатів, оптова, роздрібна торгівля пестицидами та агрохімікатами; заготівля, переробка, металургійне перероблення брухту кольорових і чорних металів
14.НКАУ	розробка, випробування, виробництво, експлуатація ракет-носіїв, космічних апаратів та їхніх складових частин, наземної космічної інфраструктури та її складових частин, обладнання, що входить до складу космічного сегмента супутникових систем
15.Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку	професійна діяльність на ринку цінних паперів
16.Держмитслужба	посередницька діяльність митного брокера та митного перевізника
17.НКРЕ	транспортування нафти, нафтопродуктів магістральним трубопроводом, транспортування природного і нафтового газу трубопроводами та його розподіл; постачання природного газу за регульованим і нерегульованим тарифом; зберігання природного газу в обсягах, що перевищують рівень, установлюваний ліцензійними умовами
18.СБУ	розробка, 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

1	2
19.Міністерство транспорту та зв'язку	надання послуг з перевезення пасажирів, вантажів залізничним транспортом; надання послуг з перевезення пасажирів, вантажів повітряним транспортом; виконання авіаційно-хімічних робіт; надання послуг із перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом; надання послуг із перевезення пасажирів і вантажів річковим, морським транспортом; пересилання поштових переказів, простих і реєстрованих листів, поштових карток, бандеролей та посилок масою до 30 кілограмів; надання послуг радіозв'язку (з використанням радіочастот); надання послуг телефонного зв'язку (крім відомчих об'єктів); технічне обслуговування мереж теле-, радіо- і проводового мовлення в межах промислової експлуатації
20.Державний департамент ветеринарної медицини	виробництво ветеринарних медикаментів і препаратів, оптова, роздрібна торгівля ветеринарними медикаментами і препаратами; проведення дезінфекційних, дезінсекційних, дератизаційних робіт (на об'єктах ветеринарного контролю); ветеринарна практика
21.Державний департамент з контролю за якістю, безпекою та виробництвом лікарських засобів і виробів медичного призначення	виробництво лікарських засобів, оптова, роздрібна торгівля лікарськими засобами; розробка, виробництво, виготовлення, зберігання, перевезення, придбання, пересилання, ввезення, вивезення, відпуск, знищення наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів
22.Держнагляд-охоронпраці	виробництво вибухових речовин і матеріалів (за переліком, який визначається КМУ)
23.Департамент з питань адміністрування акцизного збору і контролю за виробництвом та обсягом підакцизних товарів	виробництво спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, оптова торгівля спиртом етиловим, коньячним і плодовим, оптова, роздрібна торгівля алкогольними напоями; виробництво тютюнових виробів, оптова, роздрібна торгівля тютюновими виробами; виготовлення парфюмерно-косметичної продукції з використанням спирту етилового
24.Укрдержриб-госп	діяльність, пов'язана з промисловим виловом риби на промислових ділянках рибогосподарських водойм, крім внутрішніх водойм (ставків) господарств
25.Департамент спеціальних телекомунікаційних систем та захисту інформації СБУ	розробка, виробництво, використання, експлуатація, сертифікаційні випробування, тематичні дослідження, експертиза, ввезення, вивезення криптосистем і засобів криптографічного захисту інформації, надання послуг у галузі криптографічного захисту інформації, торгівля криптосистемами і засобами криптографічного захисту інформації; розробка, виробництво, впровадження, обслуговування, дослідження ефективності систем і засобів технічного захисту інформації, надання послуг у галузі технічного захисту інформації

Продовження табл. 5.1

1	2
26.Головне управління Державної пожежної охорони МВС	проектування, монтаж, технічне обслуговування засобів протипожежного захисту та систем опалення, оцінка протипожежного стану об'єктів; проведення випробувань на пожежну небезпеку речовин, матеріалів, будівельних конструкцій, виробів і обладнання, а також пожежної техніки, пожежно-технічного озброєння, продукції протипожежного призначення на відповідність установленим вимогам
27.Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські держадміністрації	організація і утримання тоталізаторів, гральних закладів; турагентська діяльність
28.Міністерство у справах сім'ї, молоді та спорту	фізкультурно-оздоровча і спортивна діяльність: організація і проведення спортивних занять професіоналів та любителів спорту; діяльність з підготовки спортсменів до змагань з різних видів спорту, визнаних в Україні
29.Мінагрополітики, Держкомлісгосп, Держжитлокомунгосп, Рада міністрів АР Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські держадміністрації	оптова торгівля насінням
30.Держвна комісія з регулювання ринків фінансових послуг	стартова діяльність

### ***Порядок одержання ліцензії***

Для одержання ліцензії на кожний вид діяльності суб'єкт господарської діяльності подає в орган, який видає ліцензії, заяву встановленої форми. У заяві зазначаються:

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

2) вид господарської діяльності, на провадження якого заявник має намір одержати ліцензію.

До заяви про видачу ліцензії додається копія свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності або копія довідки про внесення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, засвідчена нотаріально або органом, який видав оригінал документа.

Для окремих видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, до заяви про видачу ліцензії також додаються документи згідно з переліком, установленим постановою Кабінету Міністрів України від 04.07.01 р. № 756 "Про затвердження переліку документів, які додаються до заяви про видачу ліцензії для окремого виду господарської діяльності".

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

Заява про видачу ліцензії залишається без розгляду, якщо:

- заява подана (підписана) особою, яка не має на це повноважень;
- документи оформлені з порушенням вимог цієї статті.

Про залишення заяви про видачу ліцензії без розгляду заявник повідомляється в письмовій формі із зазначенням підстав залишення заяви про видачу ліцензії без розгляду у строки, передбачені для видачі ліцензії.

Після усунення причин, що були підставою для винесення рішення про залишення заяви про видачу ліцензії без розгляду, заявник може повторно подати заяву про видачу ліцензії, яка розглядається в порядку, встановленому вищезазначеним Законом.

Орган ліцензування приймає рішення про видачу ліцензії або про відмову в її видачі у строк не пізніше, ніж десять робочих днів з дати надходження заяви про видачу ліцензії та документів, що додаються до заяви, якщо спеціальним законом, що регулює відносини у певних сферах

господарської діяльності, не передбачено інший строк видачі ліцензії на окремі види діяльності.

Повідомлення про прийняття рішення про видачу ліцензії або про відмову у видачі ліцензії надсилається (видається) заявникові в письмовій формі впродовж трьох робочих днів з дати прийняття відповідного рішення. У рішенні про відмову у видачі ліцензії зазначаються підстави такої відмови.

Підставами для прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії є:

- недостовірність даних у документах, поданих заявником для отримання ліцензії;
- невідповідність заявника згідно з поданими документами ліцензійним умовам, установленим для виду господарської діяльності, зазначеного в заяві про видачу ліцензії.

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 не раніше, ніж через три місяці з дати прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії.

У разі відмови в видачі ліцензії на підставі невідповідності заявника ліцензійним умовам, установленим для виду господарської діяльності, вказаного 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 у видачі ліцензії.

Рішення про відмову у видачі ліцензії може бути оскаржене в судовому порядку.

У ліцензії зазначаються:

- найменування органу ліцензування, що видав ліцензію;
- вид господарської діяльності, вказаний згідно зі статтею 9 цього Закону (у повному обсязі або частково), на право провадження якого видається ліцензія;
- найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові

фізичної особи — суб'єкта підприємницької діяльності;

- ідентифікаційний код юридичної особи або ідентифікаційний номер фізичної особи — платника податків та інших обов'язкових платежів;

- місцезнаходження юридичної особи або місце проживання фізичної особи — суб'єкта підприємницької діяльності;

- дата прийняття і номер рішення про видачу ліцензії;

- строк дії ліцензії;

- посада, прізвище та ініціали особи, яка підписала ліцензію;

- дата видачі ліцензії;

- наявність додатків (із зазначенням кількості сторінок).

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

Орган ліцензування робить відмітку про дату прийняття документів, що підтверджують внесення заявником плати за видачу ліцензії, на копії опису, яку було видано заявнику під час прийняття заяви про видачу ліцензії.

Якщо заявник упродовж 30-ти календарних днів з дня відправлення йому повідомлення про прийняття рішення про видачу ліцензії не подав документа, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії, або не звернувся до органу ліцензування для отримання оформленої ліцензії, орган ліцензування, який оформив ліцензію, має право скасувати рішення про видачу ліцензії або прийняти рішення про визнання такої ліцензії недійсною.

Строк дії ліцензії на здійснення певного виду господарської діяльності встановлюється Кабінетом Міністрів України за поданням спеціально уповноваженого органу з питань ліцензування, але не може бути меншим, ніж три роки.

Господарська діяльність на підставі ліцензії, виданої органом ліцензування, яким є центральний орган виконавчої влади, здійснюється на всій території України.

Господарська діяльність на підставі ліцензії, виданої органом

ліцензування, яким є місцевий орган виконавчої влади або спеціально уповноважений виконавчий орган Рад, здійснюється на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

Для кожної філії, кожного відокремленого підрозділу ліцензіата, які здійснюватимуть господарську діяльність на підставі отриманої ліцензії, орган ліцензування видає ліцензіатові засвідчені ним копії ліцензії, які реєструються в журналі обліку заяв та виданих ліцензій. Засвідчена органом ліцензування копія ліцензії є документом, що підтверджує право філії або іншого структурного підрозділу ліцензіата на провадження певного виду господарської діяльності на підставі отриманої ліцензії.

Ліцензіат не може передавати ліцензію або її копію іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності.

До ліцензій на надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом загального користування і з перевезення пасажирів та їхнього багажу на таксі додаються ліцензійні картки на кожен автомобільний транспортний засіб. Ліцензійна картка є бланком суворої звітності, до якої заносяться реєстраційні дані ліцензії та автомобільного транспортного засобу.

### ***Ліцензії за результатами конкурсів***

З метою забезпечення ефективного та раціонального використання обмежених ресурсів, застосування новітніх технологій і обладнання, створення вигідних для держави умов експлуатації таких ресурсів ліцензування видів господарської діяльності, провадження яких пов'язане з використанням обмежених ресурсів, у разі надходження кількох заяв про видачу ліцензій здійснюється тільки за результатами відкритих конкурсів.

До видів господарської діяльності, провадження яких пов'язане з використанням обмежених ресурсів, відносять:

- видобування уранових руд;
- видобування дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння;

- постачання природного газу за регульованим і за нерегульованим тарифом;
- зберігання природного газу в обсягах, що перевищують рівень, установлений ліцензійними умовами;
- надання послуг радіозв'язку (з використанням радіочастот).

### ***Розмір плати і термін дії ліцензії***

Розмір плати і термін дії ліцензії встановлені постановою Кабінету Міністрів України від 29 листопада 2000 р. № 1755 "Про термін дії ліцензії на провадження певних видів господарської діяльності, розміри і порядок зарахування плати за її видачу".

Плата за видачу ліцензії (крім видів господарської діяльності, зазначених нижче) стягується у розмірі 20 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, якщо органом ліцензування є центральний орган виконавчої влади, або 15 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, якщо органом ліцензування є місцевий орган виконавчої влади.

Термін дії такої ліцензії становить три роки.

**Приклад.** Термін дії ліцензії на провадження діяльності з надання послуг радіозв'язку (з використанням радіочастот) становить 10 років, з надання послуг телефонного зв'язку (крім відомчих об'єктів) — 15 років, з технічного обслуговування мереж теле-, радіо- і проводового мовлення в межах промислової експлуатації— 5 років.

Термін дії ліцензії на виготовлення парфумерно-косметичної продукції з використанням спирту етилового становить три роки, а плата за її видачу стягується у розмірі 600 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

### ***Анулювання ліцензії***

Підставами для анулювання ліцензії є:

- заява ліцензіата про анулювання ліцензії;
- акт про повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов;
- рішення про скасування державної реєстрації суб'єкта господарювання;
- нотаріально засвідчена копія свідоцтва про смерть фізичної особи — суб'єкта підприємницької діяльності;



- акт про виявлення недостовірних відомостей у документах, поданих суб'єктом господарювання для одержання ліцензії;
- акт про встановлення факту передачі ліцензії або її копії іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності;
- акт про встановлення факту неподання в установлений строк повідомлення про зміну даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії;
- акт про невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов;
- неспроможність ліцензіата забезпечити виконання ліцензійних умов, встановлених для певного виду господарської діяльності;
- акт про відмову ліцензіата у проведенні перевірки органом ліцензування або спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування.

Орган ліцензування приймає рішення про анулювання ліцензії впродовж десяти робочих днів з дати встановлення підстав для анулювання ліцензії, яке вручається (надсилається) ліцензіату із зазначенням підстав анулювання не пізніше трьох робочих днів з дати його прийняття.

Розгляд питань про анулювання ліцензії на підставі акта про встановлення факту неподання в установлений строк повідомлення про зміну даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії; акта про виявлення недостовірних відомостей у документах, поданих суб'єктом господарювання для одержання ліцензії; акта про встановлення факту передавання ліцензії іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності; акта про невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов здійснюється органом ліцензування з обов'язковим запрошенням ліценціата або його представників.

Рішення про анулювання ліцензії набирає чинності через десять днів від дня його прийняття. Якщо ліцензіат упродовж цього терміну подає скаргу до експертно-апеляційної ради, дія даного рішення органу ліцензування припиняється до прийняття відповідного рішення спеціально

уповноваженого органу з питань ліцензування.

Запис про дату та номер рішення про анулювання ліцензії вноситься до ліцензійного реєстру не пізніше наступного робочого дня після набрання чинності рішенням про анулювання ліцензії.

У разі анулювання ліцензії на підставі акта про повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов, акта про встановлення факту неподання в установлений термін повідомлення про зміну даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії, акта про виявлення недостовірних відомостей у документах, поданих суб'єктом господарювання для одержання ліцензії, акта про встановлення факту передачі ліцензії іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності, акта про невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов суб'єкт господарювання може одержати нову ліцензію на право провадження цього виду господарської діяльності не раніше, ніж через рік з дати прийняття рішення органу ліцензування про анулювання попередньої ліцензії.

Рішення про анулювання ліцензії може бути оскаржене в судовому порядку.

У разі порушення суб'єктом підприємницької діяльності умов і правил ведення відповідного виду підприємницької діяльності Ліцензійна палата або орган, який видав ліцензію, може призупинити її дію на певний строк або до усунення порушень. При повторному або грубому порушенні умов і правил ведення діяльності, згідно з якими видана ліцензія, остання може бути скасована.

Порядок застосування фінансових санкцій при порушенні норм Закону України від 19.12.95 р. № 481/95-ВР "Про державне регулювання виробництва і торгівлі спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами" (зі змінами й доповненнями) і постанови Кабінету Міністрів України від 13.05.96 р. № 493 "Про тимчасовий порядок видачі ліцензій на право імпорту, експорту

спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами і роздрібною торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами" із змінами й доповненнями регулюється ст. 17 вказаного Закону.

## **ГЛАВА 2. ПАТЕНТУВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Законом України від 23.03.96 р. № 98/96-ВР “Про патентування деяких видів підприємницької діяльності” із змінами й доповненнями визначено порядок патентування торговельної діяльності за готівкові кошти, а також з використання інших форм розрахунків і кредитних карток, діяльності у сфері торгівлі іноземною валютою, діяльності з надання послуг у сфері грального бізнесу та побутових послуг, що проводиться суб'єктами підприємницької діяльності.

Суб'єктами правовідносин, що регулюються зазначеними вище законами, є юридичні особи й суб'єкти підприємницької діяльності, що не мають статусу юридичної особи, — резиденти й нерезиденти, а також їхні відокремлені підрозділи (філії, відділення, представництва тощо), які здійснюють вказану підприємницьку діяльність.

### ***Закон не поширюється***

Дія Закону не поширюється на торговельну діяльність і діяльність, пов'язану з наданням побутових послуг:

- підприємств і організацій Укоопспілки, військової торгівлі, аптек, що перебувають у державній власності, й торговельно-виробничих державних підприємств робітничого постачання у селах, селищах і містах районного підпорядкування;

- 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;

- сплачують податок на промисел у порядку, передбаченому чинним законодавством;

- здійснюють продаж вирощеної в особистому підсобному господарстві, на присадибній, дачній, садовій і городній ділянці продукції рослинництва, худоби, кролів, нутрій, птиці (як у живому вигляді, так і у вигляді продуктів первинної переробки), продукції власного бджільництва;

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

- сплачують фіксований податок відповідно до законодавства про оподаткування прибутків фізичних осіб;

- суб'єктів підприємницької діяльності, утворених громадськими організаціями інвалідів, які мають податкові пільги відповідно до чинного законодавства і здійснюють торгівлю виключно продовольчими товарами вітчизняного виробництва і продукцією, виготовленою на підприємствах Українського товариства сліпих і Українського товариства глухих.

Не дозволяється визначення видів підприємницької діяльності, що підлягають патентуванню, порядку і суб'єктів патентування в інших нормативно-правових актах, а також рішеннями органів державної влади й органів місцевого самоврядування.

### ***Торговий патент***

***Торговий патент*** — це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності або його структурного (відособленого) підрозділу займатися вказаними в даному Законі видами підприємницької діяльності. Торговий патент не засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності на інтелектуальну власність.

Торговий патент видається за плату суб'єктам підприємницької

діяльності державними податковими адміністраціями за місцем проживання цих суб'єктів або місцезнаходженням їхніх структурних (відособлених) підрозділів; суб'єктам підприємницької діяльності, які здійснюють торговельну діяльність або надають побутові послуги (крім пересувної торговельної мережі), — за місцезнаходженням пункту продажу товарів або пункту надання побутових послуг, а суб'єктам підприємницької діяльності, які здійснюють торгівлю через пересувну торговельну мережу, — за місцем реєстрації цих суб'єктів.

Торговий патент містить такі реквізити:

- 1) номер торгового патенту;
- 2) найменування власника торгового патенту;
- 3) вид підприємницької діяльності;
- 4) назву виду побутових послуг або послуг у сфері грального бізнесу;
- 5) місце реєстрації громадянина як суб'єкта підприємницької діяльності;
- 6) для транспортних засобів — зазначається "виїзна торгівля";
- 7) термін дії торгового патенту;
- 8) місцезнаходження державного податкового органу, що видав торговий патент;
- 9) відмітка державного податкового органу про надходження плати за виданий нею торговий патент.

Форма торгового патенту і порядок його заповнення встановлюються Державною податковою адміністрацією України.

Заявка на придбання торгового патенту має містити такі реквізити:

- 1) найменування суб'єкта підприємницької діяльності;
- 2) вид підприємницької діяльності, здійснення якої потребує придбання торгового патенту;
- 3) найменування документа про повну або часткову сплату вартості торгового патенту.

Патентуванню підлягає торговельна діяльність, здійснювана суб'єктами підприємницької діяльності або їхніми структурними (відокремленими)

підрозділами за готівкові кошти, а також з використанням інших форм розрахунків, включно з кредитними картками, в пунктах продажу товарів.

### ***Торговельна діяльність і пункти продажу товарів***

Під торговельною діяльністю розуміють роздрібну й оптову торгівлю, діяльність у торговельно-виробничій (громадське харчування) сфері за готівкові кошти, а також за інші готівкові платіжні засоби, включно з кредитними картками.

Пунктами продажу товарів є:

- магазини та інші торговельні точки, розташовані в окремих приміщеннях, будівлях або в їхніх частинах і мають торговельний зал для покупців або використовують для торгівлі його частину;

- кіоски, палатки та інші малі архітектурні форми, що займають окремі помешкання, але не мають вбудованого торговельного залу для покупців;

- автомагазини, розвозки та інші види пересувної торговельної мережі;

- лотки, прилавки та інші види торговельних точок у відведених для торговельної діяльності місцях, крім лотків прилавків, що надаються в оренду суб'єктам підприємницької діяльності — фізичним особам і розташовані в межах спеціалізованих підприємств сфери торгівлі — ринків усіх форм власності;

- стаціонарні, малогабаритні й пересувні автозаправні станції, заправні пункти, які здійснюють торгівлю нафтопродуктами і скрапленим газом;

- фабрики-кухні, фабрики-заготівельні, їдальні, ресторани, кафе, закусочні, бари, буфети, відкриті літні майданчики, кіоски та інші пункти громадського харчування;

- оптові бази, склади-магазини або інші приміщення, що використовуються для здійснення оптової торгівлі за готівкові кошти, інші готівкові платіжні засоби, включно з кредитними картками.

У разі, коли суб'єкт підприємницької діяльності має структурні (відокремлені) підрозділи, торговий патент видають окремо для кожного

структурного (відособленого) підрозділу (торговельної точки).

### ***Вартість торгових патентів***

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 установлюється в таких межах:

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

У разі, коли пункти продажу товарів розташовані 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 приймати рішення щодо збільшення плати за торговий патент, але не більше 320 грн. за календарний місяць.

Вартість торгового патенту на здійснення операцій з торгівлі валютними цінностями встановлена у фіксованому розмірі 960 грн. за календарний місяць.

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

Термін дії короткострокового торгового патенту на здійснення торговельної діяльності дорівнює від 1 до 15 днів.

Вартість короткострокового торгового патенту на здійснення торговельної діяльності за один день установлюється в розмірі 10 грн.

Оплата вартості торгового патенту на здійснення торговельної діяльності проводиться щомісяця до 15 числа місяця, який передує звітному.

Під час придбання торгового патенту на здійснення торговельної

діяльності суб'єкт підприємницької діяльності вносить одноразову плату в розмірі вартості торгового патенту за один місяць. На суму, сплачену під час придбання торгового патенту, зменшується розмір плати за торговий патент, що підлягає внесенню в останній місяць його дії.

Суб'єкт підприємницької діяльності може здійснити попередню оплату вартості торгового патенту на ведення торговельної діяльності за весь термін його дії.

Суб'єкт підприємницької діяльності має право придбати торгові патенти на здійснення торговельної діяльності на наступні за поточним роки, але не більш ніж на три роки, сплативши повну вартість цих патентів під час їх одержання. При цьому суб'єкт підприємницької діяльності звільняється від обов'язку донесення вартості торгового патенту в разі, якщо прийнятими після сплати повної вартості торгових патентів на наступні роки нормативно-правовими актами буде збільшена вартість патенту.

### ***Торгівля без торгового патенту***

Без придбання торгового патенту суб'єкти підприємницької діяльності або їхні структурні (відокремлені) підрозділи здійснюють торговельну діяльність виключно з використанням таких видів товарів вітчизняного виробництва:

- 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;
- комбікорм для продажу населенню.

### ***Пільговий торговий патент***

Пільговий торговий патент видається суб'єктам підприємницької діяльності або їхнім структурним (відокремленим) підрозділам, які здійснюють торговельну діяльність виключно з використанням таких видів товарів вітчизняного виробництва:

- поштові марки, листівки, вітальні листівки й конверти непогашені, ящики, коробки, мішки, сумки та інша тара з дерева, паперу і картону, що використовуються для поштових відправлень підприємствами Держкомітету зв'язку України, і фурнітура до них;

- періодичні видання друкованих засобів масової інформації (незалежно від країни походження);

- проїзні квитки;

- товари народних промислів (крім антикварних і таких, що становлять культурну цінність відповідно до переліку, що встановлюється Міністерством культури України);

- готові лікарські засоби (лікарські препарати, ліки, медикаменти, предмети догляду, перев'язувальні матеріали та інше медичне приладдя), вітаміни для населення; ветеринарні препарати, папір туалетний, зубні паста й порошки, косметичні серветки, дитячі пелюшки, тампони, інші види санітарно-гігієнічних виробів з целюлози або її замінників, термометри, індивідуальні діагностичні прилади (незалежно від країни їх походження);

- вугілля, вугільні брикети, паливо пічне побутове, гас освітлювальний і

газ скраплений, торф паливний кусковий, торф'яні брикети і дрова для продажу населенню;

- мило господарське, а також сірники (незалежно від країни їх походження);

- насіння овочевих, баштанних, квіткових культур, кормових коренеплодів і картоплі (незалежно від країни походження);

- зошити.

У пільговому торговому патенті обов'язково дають повний перелік товарів, що передбачаються для реалізації.

Пільговий торговий патент не дає права на здійснення торговельної діяльності товарами, не зазначеними в цьому законі.

На пільговий торговий патент мають право суб'єкти підприємницької діяльності, які реалізують інвалідам товари повсякденного вжитку та продукти харчування через торговельні установи, створені для цієї мети громадськими організаціями інвалідів.

Суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють продаж періодичних видань друкованих засобів масової інформації, мають право на одержання пільгового торгового патенту на торгівлю супутньою продукцією за таким переліком:

- друковані книги в твердій або м'якій обкладинці вітчизняного виробництва;

- книги для розфарбовування, ноти, карти географічні або гідрографічні, включаючи атласи, глобуси й топографічні плани, листівки поштові, вітальні листівки, конверти, картинки перебивні, зошити, книжки для записів, блокноти, папір друкарський, для малювання і копіювання, бланки, журнали реєстрації, календарі, інші канцелярські товари з паперу або картону (незалежно від країни їх походження);

- ручки, олівці, інструменти для креслення, пензлі, мастихіни, мольберти, фарби, лаки, розчинники та закріплювачі для малювання та живопису, полотно, багети, рамки та підрамники для картин, швидкошшивачі,

інші канцелярські прилади та конторське приладдя, крім виготовлених з дорогоцінних і напівдорогоцінних металів (незалежно від країни їх походження).

На одержання пільгового торгового патенту також мають право суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють торговельну діяльність на території військових частин і військових навчальних закладів виключно товарами військової атрибутики та повсякденного вжитку для військовослужбовців.

Вартість пільгового торгового патенту встановлена в розмірі 25 грн за весь термін дії патенту.

### ***Діяльність, що не потребує патентування***

Не потребує патентування реалізація суб'єктом підприємницької діяльності продукції власного виробництва фізичним особам, які перебувають з ними в трудових відносинах, через пункти продажу товарів, вбудовані у виробничі або адміністративні приміщення такого суб'єкта.

Не потребує патентування також діяльність суб'єкта підприємницької діяльності із закупівлі в населення продукції (заготівельна діяльність), якщо подальша реалізація такої продукції відбувається за безготівковим розрахунком (пункти приймання склотари, макулатури, відходів паперових, картонних і ганчіркових; заготівля сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки).

Не потребує патентування діяльність у торговельно-виробничій сфері (громадське харчування) на підприємствах, в установах, організаціях, у тому числі в навчальних закладах, з обслуговування виключно працівників цих підприємств, установ, організацій, а також учнів і студентів у навчальних закладах.

### ***Порядок розміщення торгового патенту***

Торговий патент має бути розміщений:

- на фронтальній вітрині магазину, а в разі її відсутності — біля касового

апарата; на фронтальній вітрині малої архітектурної форми;

• на табличці — для автомагазинів, розвозок та інших видів пересувної торговельної мережі, а також для лотків, прилавків та інших видів торговельних точок, відкритих у відведених для роздрібної торгівлі місцях;

• у пунктах обміну іноземної валюти;

• у приміщеннях для надання послуг у сфері грального бізнесу.

Торговий патент має бути відкритим і доступним для огляду.

Торговий патент є чинним на території органу, який здійснив реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності або з яким узгоджене місцезнаходження його структурного (відокремленого) підрозділу за місцем видачі торгового патенту цьому суб'єктові. Передача торгового патенту іншому суб'єктові підприємницької діяльності або іншому структурному (відособленому) підрозділу суб'єкта підприємницької діяльності не дозволяється.

Торговий патент, виданий для здійснення роздрібної торгівлі з використанням пересувної торговельної мережі (автомагазини, розвозки тощо), чинний на території України.

### ***Патентування побутових послуг***

Відповідно до Закону України від 10.02.98 р. № 102/98-ВР "Про внесення змін у Закон України "Про патентування деяких видів підприємницької діяльності" патентуванню підлягає діяльність з надання побутових послуг, яка здійснюється суб'єктами підприємницької діяльності або їхніми структурними (відокремленими) підрозділами як в окремих приміщеннях, будівлях, їхніх частинах, так і за їхніми межами.

Під побутовими послугами слід розуміти діяльність, пов'язану з наданням платних послуг для задоволення особистих потреб замовника за готівкові кошти, а також з використанням інших форм розрахунків, включаючи кредитні картки.

### ***Перелік побутових послуг, що підлягають патентуванню***

Перелік послуг, що відносяться до побутових, визначений постановою

Кабінету Міністрів України від 27.04.98 р. № 576 "Про затвердження переліку послуг, що належать до побутових і підлягають патентуванню".

Таблиця 5.2 – Перелік побутових послуг, що підлягають патентуванню

<b>Вид послуг</b>	<b>Код виду послуг відповідно до класифікатора «Платні послуги населенню 189 188»</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
Пошив тентів, чохлів, штор, драпіровок	12232, 12233
Ремонт радіо-, теле-, аудіо- і відеоапаратури (крім структурних підрозділів, розташованих у сільській місцевості)	13101-13161
Заміна елементів живлення	код відсутній
Ремонт і виготовлення ювелірних виробів	13446-13468
<b>1</b>	<b>2</b>
Ремонт і виготовлення металовиробів	13401-13445, 13469, 13470
Ремонт і технічне обслуговування транспортних засобів, що належать громадянам	I4101-I4106, 14201-14205, I4301-I4313, 14104-14403
Ремонт і будівництво індивідуального житла (квартир), садових будинків, гаражів	17101-17118, 17201-17235, 17301-17307
Перукарські послуги (тільки на території міст Києва і Севастополя, обласних центрів)	18201-18256
Прокат аудіо-, відеокасет, CD-дисків	код відсутній
Прокат автотранспортних засобів	18307-18309
Прокат весільного вбрання і одягу для урочистих	18327
Послуги ломбарду	18601-18629
Фотопослуги і послуги фото-, кінолабораторій	19101-19125
Послуги аудіо-, відеозапису	код відсутній

У разі, коли суб'єкт підприємницької діяльності має структурні (відокремлені) підрозділи, торговий патент на здійснення діяльності з надання побутових послуг видається окремо для кожного структурного (відокремленого) підрозділу.

Вартість торгового патенту на здійснення діяльності з надання побутових послуг встановлюється органами місцевого самоврядування залежно від місцезнаходження об'єкта з надання побутових послуг і виду побутових послуг.

Вартість торгового патенту з надання побутових послуг за календарний місяць встановлюється в таких межах:

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

- на території інших населених пунктів — 80 грн.

Термін дії торгового патенту на здійснення діяльності з надання побутових послуг становить 12 календарних місяців.

Оплата вартості торгового патенту на здійснення діяльності з надання побутових послуг проводиться щомісяця до 15 числа місяця, що передує звітному.

Під час придбання торгового патенту на виконання діяльності з надання побутових послуг суб'єкт підприємницької діяльності вносить одноразову плату в розмірі вартості торгового патенту за один місяць. На суму, сплачену під час придбання торгового патенту, зменшується розмір плати за торговий патент, що підлягає внесенню в останній місяць його дії.

Суб'єкт підприємницької діяльності може зробити попередню оплату вартості торгового патенту на виконання діяльності з надання побутових послуг на весь термін його дії. Суб'єкт підприємницької діяльності має право одержувати торгові патенти з надання побутових послуг на наступні за поточним роки, але не більше ніж на три роки, сплативши повну вартість цих патентів під час їх одержання. При цьому суб'єкт підприємницької діяльності звільняється від обов'язку до внесення плати за торговий патент на здійснення діяльності з надання побутових послуг, якщо нормативно-правовими актами, прийнятими після сплати повної вартості торгового патенту, буде збільшена вартість торгового патенту на наступні роки.

### ***Патентування послуг у сфері грального бізнесу***

Патентуванню підлягають операції з надання послуг у сфері грального бізнесу, які здійснюються суб'єктами підприємницької діяльності або їхніми структурними (відокремленими) підрозділами. Під гральним бізнесом слід розуміти діяльність, пов'язану з улаштуванням, казино, інших гральних місць

(домів), гральних автоматів з грошовим або майновим виграшем, проведенням лотерей (крім державних) та розіграшів з видачею грошових виграшів у готівковій або майновій формі.

Якщо суб'єкт підприємницької діяльності має структурні (відокремлені) підрозділи, торговий патент видається окремо для кожного структурного (відокремленого) підрозділу (грального місця).

Вартість торгового патенту на здійснення операцій з надання послуг у сфері грального бізнесу встановлюється у фіксованому розмірі (за рік):

- для використання грального автомата з грошовим або майновим виграшем — 2 800 грн.;

- для використання грального столу з рулеткою — 128 000 грн.;

- для використання інших гральних столів (спеціальних столів для казино, крім столів для більярду) — 96 000 грн. за кожний стіл;

- для використання кегельбанів, що вводяться у дію за допомогою жетона, монети або без них, — 4 000 грн. за кожний гральний жолоб (доріжку);

- для використання столів для більярду, що вводяться в дію за допомогою жетона, монети або без них, крім столів для більярду, що використовуються для спортивних аматорських змагань, — 1 000 грн. за кожний стіл для більярду;

- для провадження інших видів грального бізнесу, включаючи розіграші з видачею грошових виграшів у готівковій формі поза банківськими установами або у майновій формі на місці, — 4 800 грн. за кожний окремий вид (місце) грального бізнесу.

Торговий патент на здійснення операцій з надання послуг у сфері грального бізнесу має бути виданий на кожне окреме гральне місце (гральний автомат, гральний стіл).

Торговий патент не дає права на здійснення грального бізнесу, не зазначеного в такому патенті.

Термін дії торгового патенту на здійснення операцій з надання послуг у

сфері грального бізнесу становить 60 календарних місяців.

Оплата вартості торгового патенту проводиться щоквартально до 15 числа місяця, що передує звітному кварталу.

Під час придбання торгового патенту на здійснення операцій з надання послуг у сфері грального бізнесу суб'єкт підприємницької діяльності вносить одноразову плату в розмірі вартості торгового патенту за три місяці. На суму, сплачену під час придбання торгового патенту, зменшується розмір плати за торговий патент, яка вноситься в останній квартал його дії.

Суб'єкт підприємницької діяльності може попередньо оплатити вартість торгового патенту на здійснення операцій з надання послуг у сфері грального бізнесу за весь термін дії торгового патенту. При цьому суб'єкт підприємницької діяльності звільняється від обов'язків додаткового внесення вартості торгового патенту в разі, якщо прийнятими після цього актами законодавства збільшується його вартість.

**Примітка.** Відповідно до розділу XIV Закону України від 22.05.2003 р. № 849-IV "Про внесення змін до Закону України "Про Державний бюджет України на 2003 рік" та деяких інших законодавчих актів втратили чинність норми Закону України від 23.03.96 р. № 98/96-ВР "Про патентування деяких видів підприємницької діяльності" (зі змінами і доповненнями) щодо застосування спеціального торгового патенту.

### **ГЛАВА 3. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ МОНОПОЛІЗМУ**

Відповідно до ст. 42 Конституції України не допускаються зловживання монопольним положенням на ринку, неправомірне обмеження конкуренції і несумлінна конкуренція.

Закон України "Про обмеження монополізму і недопущенні несумлінної конкуренції в підприємницькій діяльності" називає три види порушень антимонопольного законодавства: зловживання монопольним положенням на ринку, антиконкурентні погоджені дії і дискримінація підприємців.



Зловживання монополюним положенням на ринку може робити суб'єкт, який володіє домінуючим положенням, що дає йому змогу самостійно або разом з іншими підприємцями обмежувати конкуренцію на ринку певного товару. Монополюним визнається положення суб'єкта господарювання, частка якого на ринку визначеного товару перевищує 35% . Рішенням Антимонополюного комітету України може визнаватися монополюним положення суб'єкта господарювання, частка якого на ринку визначеного товару менше 35 відсотків.

Відповідно до законодавства України саме по собі володіння суб'єктом господарювання монополюним положенням не є протиправним. Таким є тільки зловживання домінуванням на ринку.

Відповідно до ст. 4 Закону України "Про обмеження монополізму..." зловживаннями монополюним положенням вважаються:

- нав'язування таких умов договору, що ставлять контрагентів у нерівне положення, або додаткових умов, що не відносяться до предмета договору, в тому числі нав'язування товару, не потрібного контрагенту;
- обмеження або припинення виробництва, а також вилучення з обертання товарів, що привели або можуть привести до створення або підтримки дефіциту на ринку або встановлення монополюних цін;
- часткове чи повне відмовлення від реалізації або закупівлі товару при відсутності альтернативних джерел постачання або збуту, що можуть привести чи привели до створення чи підтримці дефіциту на ринку або встановлення монополюних цін;
- інші дії, що можуть привести або привели до створення перешкод доступу на ринок (виходу з ринку) інших суб'єктів господарювання;
- установлення дискримінаційних цін (тарифів, розцінок) на свої товари, що обмежують права окремих споживачів;
- установлення монополюно високих цін (тарифів, розцінок) на свої товари, що можуть привести або привели до порушення прав споживачів;
- установлення монополюне низьких цін (тарифів, розцінок) на свої

товари, що можуть привести або привели до обмеження конкуренції.

Особливістю цього виду порушення антимонопольного законодавства є здійснення суб'єктом господарювання, який займає монопольне положення на ринку, таких дій, що були б неможливі в умовах ефективної конкуренції на ринку. Це, зокрема, одержання комерсантом прибутку, обумовленого неефективністю діяльності або високою продуктивністю, а неправомірним використанням їм свого домінуючого положення на ринку, або утримання чи посилення такого положення за допомогою усунення з ринку конкурентів або обмеження їхнього доступу на ринок.

Другим видом порушень антимонопольного законодавства є антиконкурентні погоджені дії, що приводять до дискримінації конкурентів і споживачів і створюють небезпеку для ефективного функціонування ринкових відносин.

Відповідно до ст. 5 Закону України "Про обмеження монополізму..." антиконкурентними погодженими діями визнаються погоджені дії (угоди), що можуть привести або привели до:

- установлення (підтримці) монопольних цін (тарифів), знижок, надбавок (доплат), націнок;
- розділу ринків за територіальним принципом, асортименту товарів, обсягу їхньої реалізації чи закупівель або за колом споживачів чи за іншими ознаками, що можуть привести або привели до їх монополізації;
- усунення з ринку або обмеження доступу на нього продавців, покупців, інших підприємців.

За змістом цієї норми неправомірними погодженими діями можуть бути угоди та інші погоджені дії, що можуть привести або привели до обмеження конкуренції у вигляді встановлення монопольних цін, розділу ринків з метою їхньої монополізації, усунення з ринку чи обмеження доступу на нього підприємців. Ці правопорушення на відміну від зловживання монопольним положенням відбуваються не однією особою, а двома й більше підприємцями, які укладають угоди для досягнення антиконкурентної мети.

Заборона здійснення таких дій спрямована на попередження надмірної монополізації і нарощування монополістичних явищ для сприяння створенню ринку, де захищені інтереси споживача.

Третім видом правопорушень є дискримінація суб'єктів господарювання органами державної влади, місцевого самоврядування та адміністративно-господарського управління і контролю. Відповідно до пункту 1 ст. 6 Закону "Про обмеження монополізму..." цей вид порушень антимонопольного законодавства включає ряд різновидів:

- заборона створення нових підприємств або інших організаційних форм підприємництва в якій-небудь сфері діяльності, а також встановлення обмежень на здійснення окремих видів діяльності, на виробництво окремих видів товарів, що можуть привести або привели до обмеження конкуренції;

- примушення суб'єктів господарювання до вступу в асоціації, концерни, міжгалузеві, регіональні та інші об'єднання підприємств, а також до пріоритетного укладання договорів, першочерговому постачанню товарів певному колу споживачів;

- прийняття рішень про централізований розподіл товарів, що можуть привести або привели до монопольного положення на ринку;

- установлення заборони на реалізацію товарів з одного регіону в іншій;

- надання окремим суб'єктам господарювання податкових та інших пільг, що ставлять їх у привілейоване положення стосовно інших суб'єктів господарювання, що можуть привести або привели до монополізації ринку певного товару;

- обмеження прав суб'єктів господарювання на придбання і реалізацію товарів;

- установлення заборон або обмежень по відношенню до окремих суб'єктів господарювання чи групи суб'єктів господарювання.

Пункт 2 ст. 6 Закону містить спеціальну норму, націлену на недопущення відтворення адміністративно-командних структур: "Дискримінацією суб'єктів підприємництва визнається також укладання між

органами державної влади, органами місцевого самоврядування й органами адміністративно-господарського управління і контролю угод, а також надання цими органами повноважень фізичним і юридичним особам для виконання дій, передбачених пунктом 1 цієї статті".

Вищевказані дії порушують загальну гарантію прав підприємців, встановлену в законодавстві, де: "Держава гарантує всім підприємцям, незалежно від обраних ними організаційних форм підприємницької діяльності, рівні права і створює рівні можливості для доступу до матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів". Виходячи з цього, органи державної влади не вправі надавати ні однієї з конкуруючих сторін додаткові переваги, підтримувати або, навпаки, обмежувати кого-небудь з них по будь-яких аспектах їхньої діяльності (можливості ціноутворення, придбання сировини і матеріалів, використанням ринкам реалізації продукції і т.п.).

Необхідність заборони дискримінації підприємців органами державної влади, місцевого самоврядування та адміністративно-господарського керування і контролю обумовлена тим, що при переході до ринку важливого значення набуває своєчасне виявлення і припинення яких би то не було зазіхань з боку державних органів на свободу комерційної діяльності. Практика показує, що спроби суб'єктів комерційної діяльності до розширення економічної самостійності найчастіше одержують відсіч з боку окремих органів влади і управління. Нерідко свобода діяльності, самостійність, права й законні інтереси підприємців придушуються державними органами як організаційно, так і економічно.

Як впливає із закону, правопорушеннями визнаються діяння (дії і бездіяльність) органів державної влади, місцевого самоврядування, адміністративно-господарського управління і контролю, що можуть привести чи привели до недопущення, істотного обмеження чи усунення конкуренції або обмеження свободи підприємницької діяльності. Такі дії вважаються неправомірними, оскільки вони створюють або дискримінують виняткові

умови для діяльності окремих підприємців.

Одним з важливих елементів правового забезпечення протидії порушенням антимонопольного законодавства в комерційній діяльності є система санкцій, застосовуваних за такі правопорушення.

Виходячи зі змісту Закону України "Про обмеження монополізму.." за порушення антимонопольного законодавства можливе застосування заходів адміністративної, цивільно-правової відповідальності, а також двох специфічних санкцій у вигляді штрафів, що накладаються Антимонопольним комітетом (ст. 16, 19-22).

### **Питання для самоконтролю**

1. Торгівля якими товарами підлягає ліцензуванню в Україні?
2. Що таке ліцензія та ліцензійні умови?
3. Які в Україні діють органи ліцензування?
4. Який порядок одержання ліцензії в Україні?
5. Які підстави для відмови у видачі ліцензії?
6. Що зазначається в ліцензії?
7. Які ліцензії видають за результатами конкурсів?
8. Які є підстави для анулювання ліцензії?
9. Що таке торговий патент, в яких випадках необхідне його придбання?
10. Що таке одноразовий патент? В яких випадках він видається громадянам?
11. Які реквізити містить торговий патент?
12. Торгівля якими товарами не підлягає патентуванню в Україні?
13. Який порядок розміщення торгового патенту?
14. Назвіть перелік побутових послуг, що підлягають патентуванню?
15. Назвіть перелік зловживань, що відносяться до монопольних?
16. Які діяння органів влади є правопорушними у сфері монополізму?
17. Яку відповідальність суб'єкти підприємницької діяльності несуть за порушення антимонопольного законодавства?

## **РОЗДІЛ VI. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

### **ГЛАВА 1. ОБ'ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Одним з найважливіших політичних і економічних завдань Української держави є підтримка і розвиток підприємництва. У сучасних умовах з урахуванням попереднього власного досвіду, а також досвіду економічно розвинутих країн Україна вступає в ринкову економіку. Соціальне орієнтоване ринкове господарство з його економічною свободою, багатоманітністю форм власності, підприємництвом, конкуренцією, соціальним партнерством і суспільним спрямуванням визначається як основа економічної системи України.

Практика сучасних розвинутих держав показує, що державне регулювання комерції здійснюється безпосередньо через соціально-економічне прогнозування, розробку державних програм, визначення пріоритетних напрямів і галузей розвитку народного господарства, через формування інвестиційної, податкової та кредитної політики. У подальшому це регулювання забезпечується через реалізацію антимонопольної політики і розвиток конкуренції, державну стандартизацію, метрологію і сертифікацію, систему оподаткування та інші форми регулюючого впливу держави.

Отже незважаючи на те, що з переходом до ринкової економіки суттєво змінюються характер, зміст і межі економічної діяльності держави, державне регулювання економічними процесами й відносинами не зникає, а навпаки, вдосконалюється. Тобто держава бажає надати переходу до ринку конструктивного і творчого характеру, поклавши кінець хаосу, що мав місце на першому етапі реформування економіки України.

Втручання держави в ринкові відносини має різноманітні форми і цей процес, на нашу думку, є об'єктивним.

**По-перше**, людство дійшло до такої межі, коли воно своєю діяльністю ставить під загрозу власне існування. Нестримна експлуатація природних ресурсів може призвести людство до безодні. Тому держава зобов'язана передбачити і приборкати цей процес. Контроль за використанням природних ресурсів під силу тільки державі.

**По-друге**, держава змушена здійснювати економічне прогнозування з метою уникнення дисбалансу в економічних відносинах. Від економіки прямо залежить міцність самої держави та її політичної влади.

**По-третє**, виступаючи як надійний соціальний гарант, держава через свої економічні можливості зобов'язана потурбуватися про найменш захищені верстви населення (інвалідів, пенсіонерів тощо), тобто частину виробленого підприємцями продукту має перерозподілити серед найбільш вразливих, щоб запобігти політичному вибуху.

**По-четверте**, комерційна діяльність все більше використовує найскладніші технології, тому навіть незначні відхилення від правил експлуатації можуть завдати непоправної шкоди суспільству і держава зобов'язана взяти під жорсткий контроль такі сфери виробництва.

**По-п'яте**, участь у світовому перерозподілі праці змушує державу не тільки прогнозувати свою економічну політику, а й вводити економічні санкції, заборону на експорт, ліцензії, державне мито тощо.

**По-шосте**, з кожним роком зростають загальносвітові обсяги бізнесу, що ще гостріше викликає потребу його легітимності й впорядкованості.

Визначення "правил гри" на ринку, забезпечення досягнень суспільних результатів (економічне зростання, зниження інфляційних процесів і рівня безробіття тощо) є головною функцією держави. Характер відносин між державою і підприємством має визначатися як партнерський. У зарубіжній науковій літературі найбільш поширеними є **кілька концепцій, що обґрунтовують необхідність державного впливу на ринкову економіку**. Однією з них є **теорія "невдачі ринку"**, основна ідея якої полягає в тому, що далеко не завжди механізми регуляції так званого "вільного ринку" є

ефективними, наприклад, за кризових обставин або стосовно певних окремих сегментів ринку. У таких випадках державне регулювання розглядається як шлях до подолання недосконалості ринку та його невдач.

Другою теорією, що використовується для пояснення необхідності державного регулювання економіки, є **теорія "суспільної корисності"**, або **"суспільного інтересу"**. Її суть полягає в тому, що коли вільний ринок з тих чи інших причин не відповідає інтересам суспільства в цілому, держава активно втручається в економічну сферу з метою виправлення положення з точки зору суспільної корисності.

Не применшуючи значення теорії "суспільного інтересу", слід сказати, що на її основі можна виправдати будь-яке втручання держави в економічну сферу, оскільки недоліки в ринковій системі існують завжди, а тому потенційний обсяг регулювання видається безмежним.

Саме процеси безмежного втручання держави практично з будь-якого питання в комерційну діяльність під гаслом додержання суспільних інтересів часто спостерігаються в Україні.

Необхідність державного втручання в економіку, яка знаходиться у стані кризи, обґрунтував Дж. М. Кейнс ще під час Великої депресії у США. Коли врахувати, що економіка України також переживає кризу, то стає зрозумілою наша зацікавленість в його міркуваннях. На думку Кейнса, невтручання держави в економіку в період кризового стану може викликати масове розорення підприємців, що призведе до закриття підприємств, внаслідок чого маса безробітних порине на ринок праці, що може спричинити соціальне напруження в суспільстві.

Водночас державне регулювання може стати чинником як позитивним, так і негативним, стримуючим процес соціального розвитку, що зменшує зацікавленість виробників у високоефективній діяльності. Його неефективність особливо помітна при вирішенні слабо окреслених і політично суперечливих проблем, які потребують складної організаційної координації.



Державні органи України неодноразово виявляли недозволену повільність, ухиляючись від радикальних заходів, бажаючи зберегти статус-кво, виявляли недостатню гнучкість, надмірну обережність тощо.

В Україні ще не накопичений достатній досвід з підтримки і регулювання комерційної діяльності. Щоправда, останнім часом у системі державного апарату створені відповідні органи, серед них Державний комітет України з питань розвитку підприємництва, Антимонопольний комітет, Комітет з питань захисту прав споживачів та ін.

З метою аналізу ролі держави в регулюванні ринкової економіки звернемося до досвіду державного регулювання економіки комерційної діяльності в країнах Західної Європи, США і Японії, де процеси впливу держави на економіку існують вже тривалий час і пройшли певний шлях становлення та розвитку. Зважаючи на позитивні сторони й недоліки державного регулювання, названі країни знаходять баланс цих сторін. Наприклад, у Франції і Нідерландах економічне планування народного господарства здійснюється відповідними установами, які мають назву держплану.

Крім того, майже в усіх країнах Західної Європи є спеціальні установи, які хоч і мають різні назви (служба контролю за торгівлею, офіс цін, комітет з конкуренції тощо), але виконують переважно одну й ту саму функцію: слідкують за станом внутрішнього ринку. Державні органи в межах своєї компетенції можуть втручатися у будь-яку комерційну діяльність. Головним засобом впливу на підприємців є рекомендація, порада. Якщо ж рекомендація залишається без уваги, накладається значний штраф.

До компетенції державних органів і управлінь входить і така важлива функція, як контроль за дотриманням мінімального рівня заробітної плати. Все це створює рівновагу доходів населення і цін у державах Західної Європи.

У США, де бізнес більш розвинений, ніж у Західній Європі, комерційна діяльність регулюється численними державними органами, серед яких

особливе місце займають комісія з безпеки споживчих товарів, комісія з цінних паперів і бірж, національна рада з трудових відносин, відомство із соціального захисту, комісія з питань харчових продуктів і медикаментів, відомство професійної безпеки, відомство пенсійного планування, відомство із захисту навколишнього середовища, відомство з добування і переробки нафти та газу тощо.

Один з найбільш видатних прихильників лібералізму американський вчений М. Фрідман визначив 14 сфер діяльності, з яких уряд має бути виключений. Серед них, зокрема, державі рекомендується відмовитися від детального регулювання будь-яких галузей економічної діяльності, ліцензування будь-яких видів трудової діяльності, обов'язкового страхування для забезпечення громадян за віком, будь-якого контролю засобів масової інформації тощо.

У післявоєнній Японії прибічники лібералізму на перший план висували ідеї стабільності, порядку і вважали, що роль застрільника економічних перетворень не для держави.

Таке заперечення і критика усіх форм державного впливу на економіку та підприємницьку діяльність навряд чи можна вважати правильними. Проте і зворотне твердження, що будь-який вплив з боку держави є ефективним у досягненні позитивних результатів, також є хибним.

Завдяки тому, що у США законність стала моральною нормою повсякденного життя мільйонів людей, а захист приватної власності – головне завдання як державних службовців, так і всіх інших представників суспільства, держава зосередилась на створенні загальних умов розвитку підприємництва, функціонування виробництва і забезпечення великих прибутків, підтримки і коригування ефективної податкової і тарифної системи.

Безперечно, слід уникати надмірного регулювання економіки і комерційної діяльності, однак за умов перехідної економіки України, на мій погляд, слід використовувати "змішане регулювання". Його змістом є

поєднання саморегулювання конкурентного ринку з державним впливом на економічну діяльність суб'єктів господарювання. Так, необхідною є межа у співвідношенні форм і методів державного регулювання і неоліберальної політики. Державні структури України повинні на етапі реформ формувати такі політико-правові й інституціональні умови, що б забезпечили цивілізований розвиток комерційної діяльності, надаючи можливості підприємцям у межах, визначених законом, здійснювати діяльність, яка має користь для окремої людини і для суспільства в цілому.

Ідея змішаного регулювання знайшла своє місце у "Концепції розвитку внутрішньої торгівлі України", де Верховна Рада України зазначила, що метою державного регулювання розвитку внутрішньої торгівлі має бути формування і стабілізація споживчого ринку для задоволення соціальних потреб і недопущення соціального напруження суспільства шляхом активізації комерційних відносин між товаровиробниками, продавцями і споживачами на всіх етапах переміщення товарів, підвищення ефективності правового захисту цих відносин з боку держави і створення більш сприятливого інвестиційного клімату у цій сфері. У реалізації цієї цілі щодо розвитку внутрішньої торгівлі держава виступала як:

- ініціатор реформування і гарант правового забезпечення рівних прав суб'єктів господарських відносин у сфері торговельної діяльності, законності й охорони прав громадян як споживачів товарів та послуг;

- учасник-партнер комерційної діяльності, спрямованої на одержання прибутку, з додержанням усіх норм щодо ризику і майнової відповідальності у межах, визначених організаційно-правовими формами підприємництва;

- провідник структурної політики розвитку торгівлі через систему органів державної влади.

У концепції також зазначається, що співвідношення методів і механізмів державного регулювання розвитку комерційної діяльності змінюється в напрямі розширення сфери та посилення результативності економічних методів впливу на її розвиток на противагу заборонно-дозвільним або

обмежувальним механізмам регулювання. Окрім цього після закінчення приватизаційного періоду державне регулювання комерційної діяльності повинно буде обмежуватись моніторинговою політикою щодо антимонопольних принципів відносин суб'єктів ринку, сприяння розвитку конкуренції, дотримання прав та інтересів споживачів, інших правових норм регламентації підприємництва у сфері торгівлі.

Основою досягнення цих прогресивних ідей Україною стало доповнення правового регулювання комерційної діяльності в чинном законодавстві – новим Цивільним кодексом України і Господарським кодексом України, які започаткували створення законодавчої бази для забезпечення умов, які сприяють ефективній комерційній діяльності на принципах вільного підприємництва. Це удосконалило правовий статус організаційних форм комерційної діяльності, а також дає змогу регламентувати права і відповідальність її суб'єктів, більш обґрунтовано визначати заходи державного регулювання і підтримки підприємництва.

## **ГЛАВА 2. ОРГАНИ, ЯКІ ЗДІЙСНЮЮТЬ ДЕРЖАВНИЙ КОНТРОЛЬ ЗА КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УКРАЇНІ**

Відповідно до законодавства України контроль за окремими сторонами діяльності підприємств здійснюють державні податкові адміністрації, державна контрольно-ревізійна служба, державні органи, на які покладено нагляд за безпекою виробництва, протипожежною та екологічною безпекою, інші органи, серед них органи:

- 1) Міліції – Міністерство внутрішніх справ України;
- 2) Державного пожежного нагляду – Міністерство України з питань надзвичайних ситуацій та у справах захисту населення від наслідків Чорнобильської катастрофи;
- 3) Митні;

- 4) Державного санітарного нагляду;
- 5) Державного ветеринарного нагляду;
- 6) Державної служби по карантину рослин;
- 7) Міністерства охорони навколишньої природного середовища і ядерної безпеки;
- 8) Фонду соціального страхування;
- 9) Пенсійного фонду;
- 10) Державної статистики;
- 11) Державного комітету із захисту прав споживачів;
- 12) Державного контролю за цінами;
- 13) Інспекції державного архітектурно-будівельного контролю;
- 14) Державного комітету України із стандартизації, метрології і сертифікації;
- 15) Державного комітету України з питань розвитку підприємництва;
- 16) Фінансові;
- 17) Міністерства охорони здоров'я України;
- 18) Міністерства праці та соціальної політики України;
- 19) Державного комітету телебачення і радіомовлення України;
- 20) Міністерства культури і туризму України;
- 21) Міністерство промислової політики України;
- 22) Міністерство аграрної політики України;
- 23) Міністерство транспорту та зв'язку України;
- 24) Державний комітет України по водному господарству;
- 25) Адміністрація Державної прикордонної служби України;
- 26) Державна податкова адміністрація України;
- 27) Антимонопольного комітету України;
- 28) Національного банку України;
- 29) деякі інші органи, а також виконавчі комітети місцевих Рад.

Крім цього, держава дозволяє здійснювати контроль за комерційною діяльністю і недержавними органами, наприклад, громадською пожежною

охороною та ін.

Органи, які контролюють окремі сторони діяльності комерційного підприємства, здійснюють повноваження у межах своєї компетенції.

Підприємство має право не виконувати вимог вказаних органів, якщо ці вимоги виходять за межі їхніх повноважень. Підприємство має право на одержання інформації про результати інспектування і перевірок протягом 30 днів з їхнього початку. Дії посадових осіб, які здійснювали інспектування і перевірку, можуть бути оскаржені власником (керівником) підприємства в порядку, установленому законодавством України.

Повноваження окремих державних органів з контролю (нагляду) за комерційною діяльністю визначаються спеціальними актами законодавства України.

Так, відповідно до Закону "Про міліцію", **міліція** зобов'язана:

- виявляти, запобігати, припиняти й розкривати злочини, в тому числі господарські, вживати з цією метою оперативно-розшукові і профілактичні заходи;

- припиняти адміністративні правопорушення й здійснювати ведення справ по них;

- забезпечувати виконання загальнообов'язкових для всіх рішень місцевих Рад народних депутатів, прийнятих ними в межах своєї компетенції, з питань правил торгівлі;

- забезпечувати громадський порядок під час проведення масових заходів комерційного характеру та ін.

Для виконання вказаних обов'язків міліція наділена відповідними правами, наприклад:

- викликати громадян і посадових осіб по справах про злочини й у зв'язку з матеріалами про правопорушення, що знаходиться в її виробництві;

- складати протоколи про адміністративні правопорушення, застосовувати заходи забезпечення виробництва по справах про адміністративні правопорушення;

- у випадках, передбачених законодавством, накладати адміністративні стягнення;
- проводити в порядку виробництва дізнання і з доручення слідчих органів по кримінальних справах обшуки, виїмки, допити й слідчі дії;
- входити безперешкодно в будь-який час доби на територію й у приміщення підприємств і оглядати їх з метою припинення злочинів та в деяких інших випадках;
- одержувати безперешкодно і безкоштовно від підприємств на письмовий запит відомості, необхідні по справах про злочини й у зв'язку з матеріалами про правопорушення, що знаходяться у виробництві міліції;
- анулювати виданий підприємству дозвіл на придбання, збереження і використання зброї, інших предметів і речовин при невиконанні ними встановлених правил чи користування ними або при недоцільності подальшого зберігання; опечатувати склади, бази і сховища, магазини, що торгують зброєю і боєприпасами, до усунення порушень відповідних правил;
- оглядати за участю адміністрації підприємств приміщення, де знаходяться зброя, боєприпаси, вибухові, наркотичні й сильнодіючі хімічні, отруйні та радіоактивні матеріали, з метою перевірки дотримання правил поводження з ними;
- вилучати в громадян і посадових осіб предмети й речі, заборонені чи обмежені в обороті;
- проводити за участю адміністрації підприємств огляд виробничих, складських та інших службових приміщень і територій з метою перевірки охорони державного і колективного майна, дотримання правил продажу товарів і надання послуг населенню;
- вимагати від матеріально-відповідальних і посадових осіб підприємств відомості і пояснення по фактах порушення законодавства, проведення документальних і натуральних перевірок, інвентаризацій та ревізій виробничої і фінансово-господарської діяльності; запитувати й при необхідності вилучати документи, зразки сировини і продукції, опечатувати

каси, приміщення і місця збереження документів, грошей і товарно-матеріальних цінностей.

Найбільше відношення до контролю міліції за торговою діяльністю мають **органи Державної служби боротьби з економічною злочинністю, що** структурно входять до системи МВС України.

Державний пожежний нагляд за станом пожежної безпеки на об'єктах незалежно від форм власності здійснюється **районними відділеннями Головного управління Міністерства надзвичайних ситуацій України (МНС).**

Відповідно до ст. 7 Закону України "Про пожежну безпеку" на об'єктах приватної власності органи державного пожежного нагляду контролюють тільки умови безпеки людей на випадок пожежі, а також вирішення питань пожежної безпеки, що стосуються прав та інтересів інших юридичних осіб і громадян.

Державна пожежна охорона:

- організує за договорами пожежно-технічне обслуговування підприємств;
- здійснює державний нагляд за виконанням підприємствами, громадянами законодавства з питань пожежної безпеки;
- забороняє продаж (постачання) юридичним особам і громадянам пожежної техніки і протипожежного устаткування, що не має сертифікаційних випробувань і не відповідають вимогам стандартів;
- надає платні послуги протипожежного призначення і т.п.

У зв'язку з виконанням своїх завдань державні інспектори пожежного нагляду мають, зокрема, право:

- проводити в будь-який час у присутності власника чи його представника пожежно-технічні обстеження і перевірки підприємств незалежно від форми власності;
- одержувати від власника необхідні пояснення, матеріали й інформацію;



– у разі порушення правил пожежної безпеки, що створює загрозу виникнення чи пожежі перешкоджає його гасінню та евакуації людей, а також у випадках випуску вогненебезпечної продукції, систем і засобів протипожежного захисту з відхиленням від стандартів або технічних умов й у разі їхньої відсутності припиняти чи забороняти роботу підприємств, окремих виробництв, виробничих ділянок і т.д.;

– притягати до адміністративної відповідальності посадових осіб та інших працівників підприємств і громадян, винних у порушенні встановлених законодавством вимог пожежної безпеки;

– застосовувати штрафні санкції до підприємств за порушення встановлених законодавством вимог пожежної безпеки та в інших випадках.

Статтею 35 Закону "Про пожежну безпеку" встановлено, що за порушення вимог пожежної безпеки, невиконання розпоряджень посадових осіб органів державного пожежного нагляду підприємства керівниками цих органів можуть залучатися до сплати штрафу в розмірі до двох відсотків місячного фонду заробітної плати підприємства.

Органом, який забезпечує формування і реалізацію державної політики у сфері розвитку й підтримки підприємництва, здійснює керівництво підприємницькою сферою, є **Державний комітет України** з питань розвитку підприємництва. Діяльність його регулюється Указом Президента України "Про Положення про Державний комітет України з питань розвитку підприємництва". Його функції є такими:

- забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері розвитку і підтримки підприємництва;

- готує пропозиції щодо вдосконалення розвитку підприємництва;

- готує і подає у встановленому порядку пропозиції та обґрунтування до проектів Державного бюджету України та Державної програми економічного і соціального розвитку України;

- розробляє і впроваджує разом із зацікавленими центральними й місцевими органами виконавчої влади механізм реалізації державної

політики у сфері розвитку й підтримки підприємництва (в тому числі фермерських господарств);

- координує роботу центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, пов'язану з реалізацією заходів щодо розвитку і підтримки підприємництва (в тому числі фермерства) та ліцензуванням підприємницької діяльності;

- розробляє проекти законодавчих та інших нормативно-правових актів, спрямованих на стимулювання розвитку підприємництва;

- здійснює методичне керівництво розробленням і реалізацією регіональних програм підтримки підприємництва, аналізує хід їх виконання, готує разом з Міністерством економіки України і Міністерством фінансів України пропозиції щодо упорядкування умов виділення централізованих фінансових, матеріально-технічних ресурсів, необхідних для реалізації цих програм;

Архітектурно-будівельний контроль в Україні здійснюється відповідно до Закону України "Про відповідальність підприємств, їх об'єднань, установ і організацій за правопорушення у сфері містобудування" **інспекціями державного архітектурно-будівельного контролю.**

Згідно із статтею 1 цього Закону підприємства несуть економічну (фінансову) відповідальність за такі правопорушення, як виробництво чи застосування :

- у будівництві будівельних матеріалів, виробів і конструкцій, що не відповідають державним стандартам, нормам і правилам або проектним рішенням, а також предметів обов'язкової сертифікації, але не пройшовши її (в розмірі 25 відсотків вартості реалізованої продукції) та ін.

Права й обов'язки **органів державної статистики** передбачені ст. 10-13 Закону України "Про державну статистику".

Створюючи умови для ведення державної інформаційної системи України, Закон надає органам державної статистики такі права:

- одержувати у встановленому порядку безкоштовно від усіх

підприємств і використовувати державну статистичну звітність;

- одержувати від банківських установ у десятиденний термін інформацію про відкриття рахунків суб'єктам підприємницької діяльності;

- перевіряти на підприємствах стан первинного обліку і статистичної звітності;

- вносити пропозиції щодо залучення посадових осіб, які здійснюють підприємницьку діяльність, винних у порушенні законодавства про державну статистику, до відповідальності (дисциплінарної, карної та ін.);

- накладати штрафи на посадових осіб і громадян-підприємців за порушення правил обліку і статистики і т.д.

Відповідно до ст. 16 і 48 Закону України "Про банки і банківську діяльність" нормативні акти Національного банку, прийняті в межах його повноважень, є обов'язковими для всіх юридичних і фізичних осіб. У зв'язку з цим **Національний банк** здійснює контроль за дотриманням юридичними особами банківського законодавства і власних нормативних актів.

Головним завданням **Державної контрольно-ревізійної** служби, як зазначено в Законі України "Про державну контрольно-ревізійну службу в Україні", є здійснення контролю за використанням коштів і матеріальних цінностей, їхньою схоронністю, станом і вірогідністю бухгалтерського обліку і звітності в міністерствах, відомствах, державних комітетах і фондах, бюджетних установах, а також на підприємствах і в організаціях, що одержують кошти з бюджетів усіх рівнів і державних валютних фондів, розробка пропозицій з усунення виявлених недоліків, а також порушень і запобігання їх надалі.

В основному контроль органи державної контрольно-ревізійної служби здійснюють у формі ревізій і перевірок.

Одним з органів Міністерства праці України, контроль з сторони якого за діяльністю суб'єктів підприємництва є обов'язковим і постійним, є **Державний комітет України з нагляду за охороною праці**.

Слід зазначити, що саме органи цього Комітету дають дозвіл на початок

роботи всім підприємствам незалежно від форм власності і видів діяльності. Втім, такі дозволи видаються тільки при наявності позитивних висновків про готовність підприємства до роботи органів Державного пожежного нагляду, санітарно-епідеміологічної служби, а в разі потреби – органів нагляду з ядерної і радіаційної безпеки.

Контрольні функції у сфері торгівлі і громадського харчування здійснює також **Державна інспекція з контролю за цінами.**

Значні контрольні повноваження у відношенні підприємств торгівлі, які реалізують продукцію рослинного походження, а також сільгоспмашин і знарядь обробки ґрунту, що використовують тару, а також упакування і виробу з рослинних матеріалів і т.д., мають органи Державної **служби з карантину рослин України.**

Законом України "Про карантин рослин" передбачено, що до підкарантинних матеріалів і об'єктів відносяться будь-як матеріали й об'єкти, що можуть сприяти поширенню чи за допомогою яких можуть поширюватися карантинні об'єкти. Їхній перелік визначається Кабінетом Міністрів України. Правила фітосанітарного контролю, що видаються Головною державною інспекцією з карантину рослин України в межах її компетенції, обов'язкові для виконання всіма підприємствами, посадовими особами і громадянами.

Відповідно до ст. 22 Основ законодавства України про охорону здоров'я контроль і нагляд за державними стандартами, критеріями і вимогами, спрямованими на забезпечення здорового навколишнього природного середовища і санітарно-епідеміологічного благополуччя населення, вимог Державної фармакопеї, стандартам медичних матеріалів і т.д. держава здійснює через спеціально уповноважені органи. Зокрема, як впливає зі ст. 61 Основ, контроль за виконанням санітарно-гігієнічних та інших нормативних вимог по відношенню продуктів дитячого харчування покладений **на органи державного санітарного нагляду.**

Питання санітарно-гігієнічного контролю регламентуються в основному

Законом України "Про забезпечення санітарного й епідеміологічного благополуччя населення" а також деякими іншими нормативними актами.

На ринках, а також у сфері реалізації ветеринарних препаратів і в деяких інших випадках здійснюється державний ветеринарний контроль. Його загальні питання регулюються Законом України "Про ветеринарну медицину".

Компетенція **Державного комітету із захисту прав споживачів, а також деяких інших державних органів, що** здійснюють контроль у сфері торгівлі й громадського харчування, у тому числі органів, які здійснюють санітарний та інші види контролю якості продукції, регулюється Законом України "Про захист прав споживачів".

Крім органів, які здійснюють санітарно-гігієнічний контроль, при Міністерстві охорони здоров'я України діє також **Комітет з контролю за наркотиками**, повноваження якого визначені в Законі України "Про обіг в Україні наркотичних засобів, психотропних речовин, їхніх аналогів і прекурсорів", а також у Положенні про Комітет з контролю за наркотиками при Міністерстві охорони здоров'я.

Крім перерахованих вище, існує ще ряд державних органів, які вправі здійснювати контрольні функції на підприємствах торгівлі і громадського харчування, наприклад, органи державного енергонагляду, зв'язку, охорони пам'ятників історії і культури, Державного комітету із земельних ресурсів, державного газового нагляду і т.д.

### **ГЛАВА 3. ЗАКОНОДАВСТВО, ЩО РЕГУЛЮЄ КОМЕРЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ**

Для зрозуміння законодавства, що регулює комерційну діяльність в Україні, треба насамперед чітко визначити, що являють собою нормативні акти комерційного законодавства. Визначення нормативного акта комерційного законодавства ґрунтується на загальнотеоретичному понятті

**"нормативний акт"**. Нормативний акт комерційного законодавства – це офіційний письмовий документ компетентного органу держави, що є джерелом норм комерційного права, тобто встановлює (змінює) або припиняє норми комерційного права.

Норма комерційного права – це елемент системи комплексної галузі комерційного права. Нормативний акт діє як елемент зовнішньої форми комерційного права, як елемент комплексної галузі комерційного законодавства. З цього визначення випливають дві основні ознаки нормативного акта комерційного законодавства. Перша стосується змісту, за яким нормативний акт є офіційним джерелом правової інформації про чинні норми права у сфері комерційної діяльності. Друга ознака стосується форми. Нормативний акт – це юридично-технічна форма встановлення, опублікування і застосування норм комерційного права.

Як форма комерційне законодавство є основним видом правової інформації, визначення якої дає Закон України "Про інформацію". Згідно із ст. 22 цього Закону комерційне законодавство є "сукупністю документованих або публічно оголошених відомостей" (про комерційне право України). Це означає, що державні органи зобов'язані забезпечувати видання законів та інших нормативних актів комерційного законодавства, причому "в найкоротші строки після набрання ними чинності". Ця норма, на жаль, виконується не належним чином, особливо щодо підзаконних актів комерційного законодавства.

Поняття нормативного акта комерційного законодавства багатозначне. Воно визначає різноманітні щодо юридичної сили, форм і сфер дій нормативні акти. Тому вони класифікуються на види шляхом визначення актів комерційного законодавства за двома основними критеріями: юридичною силою актів і змістом норм комерційного права, які вони встановлюють.

Згідно з юридичною силою комерційне законодавство функціонує як вертикальна ієрархічна система нормативних актів. Структура цієї системи

обумовлена структурою органів законодавчої і державної виконавчої влади, які мають законодавчі й нормотворчі повноваження щодо регулювання комерційної діяльності. У ній можна виділити декілька блоків, головними з яких є **комерційне законодавство**, що ґрунтується на статтях і нормах Конституції України, про власність, про компетенцію вищих органів державної влади (Верховної Ради, Президента, Кабінету Міністрів) у нормативному регулюванні комерційної діяльності.

Другий блок становлять **комерційні закони**, їх можна класифікувати як:

- загальні (Закон України "Про власність"; Цивільний кодекс, що регулює основні види комерційних відносин і договорів);

- закони про види і правовий статус господарюючих суб'єктів (Господарський кодекс України, Закони "Про господарські товариства", "Про колективне сільськогосподарське підприємство" тощо);

- закони про окремі види господарської діяльності (Кодекс торговельного мореплавства, Повітряний кодекс України);

- закони про окремі відносини (наприклад, кодекс адміністративного судочинства України).

Ще один блок нормативних актів комерційного законодавства становлять так звані **законодавчі акти**:

- а) постанови Верховної Ради України з господарських питань, що приймаються як акти поточного законодавства;

- б) декрети Кабінету Міністрів з господарських питань, які приймалися Кабінетом Міністрів України на підставі тимчасових повноважень, делегованих йому Верховною Радою України.

Великий за обсягом блок комерційного законодавства становлять **підзаконні нормативні акти**:

- а) укази Президента України з господарських питань (наприклад, "Про інвестиційні фонди та інвестиційні компанії", "Про державну комісію з цінних паперів та фондового ринку");

- б) розпорядження Президента України з окремих господарських питань,

які видаються як оперативні комерційні акти (наприклад, "Про заходи щодо врегулювання відносин заборгованості підприємств");

в) постанови й розпорядження Кабінету Міністрів України з господарських питань, які приймаються відповідно до ст. 117 Конституції України;

г) господарські нормативні акти міністерств, державних комітетів та інших центральних органів виконавчої влади. Ці акти приймають у вигляді положень, інструкцій, правил тощо, затверджуваних наказами відповідних міністрів. До цієї групи відомчого законодавства належать також акти, прийняті комерційними об'єднаннями (асоціаціями, корпораціями, концернами тощо), і локальні нормативні акти суб'єктів комерційної діяльності;

д) нормативні акти комерційного законодавства місцевих рад народних депутатів та місцевих держадміністрацій (нормативні комерційні акти територіальної дії). Важливою як у теоретичному, так і в практичному аспекті є загальна класифікація нормативних актів комерційної діяльності на види за змістом тих норм комерційного права, які офіційно встановлюють ці акти. Залежно від змісту доктрина комерційного права розрізняє чотири види актів:

- акти, норми яких є загальними правилами функціонування комерційних правовідносин. Такі норми містяться у кодексах, що кодифікують окремі інститути комерційного права. Зокрема, Цивільний кодекс кодифікує норми про договірні комерційно-правові інститути: купівлю-продаж, поставку та інші форми обміну, загальний і будівельний підряд;

- інститут майнової відповідальності господарюючих суб'єктів. Щодо окремих видів правовідносин діють спеціальні кодифіковані акти комерційного законодавства. Це, зокрема, транспортні кодекси й статuti, загальні правила перевезення вантажів;

- компетенційні акти, що визначають види господарюючих суб'єктів, а



також їхні права і обов'язки щодо господарювання, тобто комерційну компетенцію;

- нормативні документи, що регулюють технічні параметри виробництва та його результати, зокрема технологічні процеси, якість продукції (робіт, послуг), витрати (норми витрат матеріальних і трудових ресурсів, норми виробітку тощо). Формами нормативних документів є стандарти (державні, галузеві, підприємств, технічні умови), а також державні будівельні норми й правила;

- нормативні акти, що виражають норми-завдання, тобто визначають своїм адресатам конкретні результати, яких мають досягти суб'єкти комерційних відносин при належній правомірній поведінці, а не загальні правила поведінки. Юридично-технічною формою актів цього виду є акти планування, програми (технічна форма) і закони та постанови про їх затвердження (юридична форма).

Крім вертикальної (згідно з юридичною силою актів) системи, комерційне законодавство має так звану **горизонтальну систему**. Вона визначається предметом регулювання у широкому розумінні, тобто видами комерційної (продукція, роботи, послуги) і функціональної (управління, фінансування, ціноутворення, стандартизація) діяльності, галузями народного господарства, видами комерційних відносин. Отже основою системи комерційного законодавства в такому розумінні є матеріальний критерій, зміст предмета регулювання.

У кодифікованих галузях законодавства їх системи визначаються структурами кодексів. Комерційне законодавство не кодифіковане.

Структурними підрозділами системи комерційного законодавства є окремі законодавчі (нормативні) інститути. Інститут являє собою групу (підсистему) нормативних актів, предметом яких є комплекс однорідних відносин чи вид діяльності.

Основою комерційного законодавства є **система статусних, або компетенційних законів**, тобто таких, які визначають правове становище

суб'єктів комерційної діяльності (законодавчий інститут суб'єктів комерційної діяльності). Ці закони класифікуються залежно від кола осіб, на які вони поширюються. Так, Цивільний і Господарський кодекси України, загальний Закон України "Про господарські товариства" поширюються на всі підприємства і на всіх підприємців. Вони визначають види й організаційні форми підприємств, порядок їх створення та реєстрації, економічні й правові умови діяльності, порядок припинення діяльності.

Крім загальних законів до статусних (компетенційних) відносять закони, які визначають правове становище окремих видів підприємств усіх галузей економіки. Зокрема, це Закон України "Про господарські товариства", яким визначаються поняття, види, умови створення і діяльності господарських товариств, тобто підприємств, які утворюються і діють на договірних умовах шляхом об'єднання майна і комерційної діяльності їх учасників. Закон України "Про сільськогосподарську кооперацію" враховує особливості правового становища кооперативів у сільському господарстві та їх об'єднань. Ще один приклад – Закон України "Про режим іноземного інвестування", в якому розділ IV "Підприємства з іноземними інвестиціями" врегульовує особливості правового становища підприємства з іноземною інвестицією. Аналогічно регулюється правове становище інших окремих видів підприємств: виробничих кооперативів, колективних сільськогосподарських підприємств та ін.

Іншим інститутом господарського законодавства є група нормативних актів, що регулюють **правове становище об'єднань підприємств**: асоціацій, корпорацій, концернів, консорціумів тощо.

Загальний порядок створення і державної реєстрації об'єднань підприємств регулюється Господарським кодексом України і Законом України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців". До цього правового інституту входять також декрети Кабінету Міністрів України й укази Президента України про об'єднання підприємств окремих галузей (вугільної промисловості, зв'язку, транспорту та дорожнього

господарства, електроенергетичних підприємств, нафтової, газової, нафтопереробної промисловості та нафтопродуктозабезпечення). Сюди відносять і відповідні локальні акти: установчі договори, статuti об'єднань. Об'єднання підприємств створюються відповідно до вимог антимонопольного законодавства України, яке ґрунтується на двох основних законах – "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності" та "Про Антимонопольний комітет України". Це специфічне законодавство, покликане виконувати функцію захисту ринків України від зловживання монопольним становищем окремими господарюючими суб'єктами. Названі закони створюють правову основу для обмеження і попередження монополізму, недопущення у комерційної діяльності недобросовісної конкуренції, здійснення державного контролю за виконанням вимог антимонопольних законів. Загалом норми цих законів забороняють монополії, контракти і змови щодо обмеження конкуренції у виробництві й реалізації продукції (робіт, послуг), угоди з монопольного встановлення цін та інші монопольні явища і дії.

Фундаментальним інститутом комерційного законодавства є система нормативних актів, які на основі Закону України "Про власність" регулюють відносини щодо **управління** (володіння, користування) нерухомим майном у народному господарстві. До цього інституту входять нормативні акти:

- про управління державною власністю. Це в основному постанови Кабінету Міністрів, укази Президента України, які деталізують положення ст. 31–39 (про державну власність) Закону України "Про власність". Стосовно державного сектора ці акти встановлюють правовий режим державного майна, яке знаходиться у повному господарському віданні державних підприємств або в оперативному управлінні державних установ;

- про оренду державного й комунального майна;
- про приватизацію майна державних підприємств і організацій.

Окремим важливим інститутом комерційного законодавства є інститут **комерційного договірної (контрактного) права**. Значення його обумовлене

тим, що інститут комерційного зобов'язання і комерційного договору є фундаментальним для всіх видів комерційних відносин. Діюча система законодавства про договірне комерційне право ґрунтується на кодифікованих законах і нормативних актах про окремі види договорів. Кодифіковані акти – це: Цивільний кодекс України, що містить норми про зобов'язальне право й окремі види зобов'язань; Господарський кодекс України в якому йдеться про господарські відносини підприємства та про відповідальність за порушення договірних зобов'язань; кодекс адміністративного судочинства України який встановлює загальний порядок врегулювання розбіжностей і спорів при укладанні, зміні й розірванні господарських договорів. До цього інституту належать також кодифіковані закони і підзаконні акти України якими регулюються окремі види договорів (наприклад підряду на капітальне будівництво – Законом України "Про інвестиційну діяльність")

Законодавство про **регулювання ринків капіталу**, яке ґрунтується на Законі "Про власність", охоплює такі основні закони й декрети:

- Закон України "Про банки і банківську діяльність";
- Закон "Про національну депозитарну систему та особливості електронного обігу цінних паперів в Україні";
- Закон України "Про цінні папери й фондовий ринок", що визначає умови і порядок випуску цінних паперів, а також регулює посередницьку діяльність щодо обігу цінних паперів в Україні;
- Декрет Кабінету Міністрів України "Про довірчі товариства", яким визначено поняття довірчого товариства, особливості його створення і діяльності;
- Декрет Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю". Він установлює режим здійснення валютних операцій на території України, визначає загальні принципи валютного регулювання, повноваження державних органів і функцій банків та інших кредитно-фінансових установ України в регулюванні валютних

операцій, права й обов'язки суб'єктів валютних відносин, порядок здійснення валютного контролю, відповідальність за порушення валютного законодавства;

- Указ Президента України "Про інвестиційні фонди та інвестиційні компанії". Затверджене цим Указом Положення про інвестиційні фонди та інвестиційні компанії визначає поняття інвестиційних фондів та інвестиційних компаній, порядок створення та умови їхньої діяльності, здійснення державного контролю, а також заходи щодо захисту інтересів їхніх учасників.

Законодавство **про страхування** регулює відносини між страховиками (страховими компаніями, створеними у формі акціонерних, повних, командитних товариств або товариств з додатковою відповідальністю) і страхувальниками (юридичними особами і дієздатними громадянами) щодо захисту майнових інтересів громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків) за рахунок грошових фондів, що формуються шляхом сплати страхувальниками страхових платежів (страхових внесків, страхових премій). Дія цього законодавства не поширюється на державне соціальне страхування.

Законодавство **про зовнішньоекономічну діяльність**. Основним нормативним актом тут є Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність", який регулює такі види зовнішньоекономічної діяльності: зовнішню торгівлю, економічне і науково-технічне співробітництво, спеціалізацію та кооперацію виробництва, науки і техніки, економічні зв'язки в галузі будівництва, транспортні відносини, експедиторські операції, надання різноманітних послуг, банківські (кредитні, розрахункові та ін.) операції.

Законодавство **про нормативні документи** (технічні норми) й умови їх застосування. Воно в основному представлене декретами Кабінету Міністрів:

"Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення", "Про стандартизацію і сертифікацію" і "Про державний пробірний нагляд" і Законом України "Про метрологію та метрологічну діяльність". Закон України "Про страхування":

- встановлює правові основи державного нагляду за додержанням стандартів, норм і правил суб'єктами підприємницької діяльності (підприємцями), визначає їхню відповідальність за порушення цих стандартів, норм і правил;

- спрямований на захист інтересів народного господарства і громадян України, має на меті сприяння науково-технічному і економічному прогресу на основі використання результатів вимірювань гарантованої точності, виражених у тих одиницях, що допускаються до застосування, і створення сприятливих умов для розвитку міждержавних зв'язків;

- визначає правові й економічні основи систем стандартизації та сертифікації, встановлює організаційні форми їхнього функціонування на території України;

- встановлює правові основи державного контролю за видобуванням, виробництвом, використанням, обігом, обліком і зберіганням дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, виконання операцій із зазначеними цінностями.

**Кодекс адміністративного судочинства України** визначає організацію та діяльність судів – незалежного органу у вирішенні всіх господарських спорів, що виникають між юридичними особами, державними та іншими органами, а також організацію та діяльність міжнародного комерційного арбітражу (третейського суду) щодо вирішення спорів, які виникають при здійсненні зовнішньоторговельних та інших видів міжнародних економічних зв'язків.

Однією з умов функціонування ринкових відносин є правове забезпечення комерційної діяльності, яке включає, зокрема, створення її законодавчої основи, тобто системи нормативних актів (головним чином у формі законів), що визначають правовий статус суб'єктів комерційної

діяльності й регламентують різні аспекти господарської діяльності.

Існують певні труднощі в національному правотворенні, які зумовлюються причинами суб'єктивного характеру. Одна з них – тривала дискусія в науковому юридичному середовищі стосовно доцільності кодифікації комерційного законодавства, форми й назви кодифікованого акта. В умовах становлення законодавства, що регулює ринкові відносини, ця дискусія набула дещо іншого забарвлення, а саме співвідношення цивільного, комерційного і торгового законодавства.

На стані комерційного законодавства негативно позначається відсутність чіткої регламентації процесу розробки, узгодження, експертизи та внесення на розгляд відповідних органів проектів законів і підзаконних нормативних актів. Не можна вважати нормальним для законотворення явищем внесення змін до нормативних актів одразу після їх прийняття.

Звичайно, наявність у Конституції України ст. 91–94 з питань законодавчого процесу має внести порядок у діяльність Верховної Ради щодо розгляду і прийняття законопроектів, але багато в чому недопущення зазначених хиб залежить від урегулювання законодавчого процесу поза межами діяльності Верховної Ради, а також від урегулювання діяльності самої Верховної Ради в її Регламенті.

У законотворчій діяльності слід також строго дотримувати принцип правової економії, який означає прийняття меншої кількості нормативних актів з одних і тих самих питань, використання методів інкорпорації та кодифікації як основних видів систематизації правових норм.

Важливим напрямом нормотворчої діяльності української держави у сфері правового регулювання комерційних відносин є видання нормативних актів міністерствами, іншими органами державної виконавчої влади, органами господарського управління та контролю. В юридичній літературі та в практиці нормотворення ці акти називаються **відомчими нормативними актами**.

Відомчі нормативні акти, що видаються на виконання і в межах закону,

покликані забезпечити чітке функціонування всіх ланок ринкового механізму. Вони є однією з форм державного регулювання комерційної (підприємницької) діяльності, спрямовані на усунення прогалин у правовому регулюванні тих чи інших суспільних відносин.

Принцип верховенства закону та його реалізація в механізмі правового регулювання зумовлюють підвищені вимоги до змісту відомчих нормативних актів господарського законодавства, відповідності їх іншим законодавчим актам та узгодженості з раніше прийнятими актами. Як вже зазначалося, з метою впорядкування видання міністерствами, іншими органами державної виконавчої влади нормативних актів щодо забезпечення охорони прав, свобод і законних інтересів громадян, підприємств, установ та організацій в Україні з 1 січня 1993 р. введено державну реєстрацію Міністерством юстиції відомчих нормативних актів.

Відповідно до Положення про державну реєстрацію нормативних актів міністерств, інших органів державної виконавчої влади, органів господарського управління та контролю, що зачіпають права, свободи й законні інтереси громадян або мають міжвідомчий характер, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України, на державну реєстрацію подаються акти, що містять правові норми (правила поведінки), розраховані на невизначене коло осіб, підприємств, установ, організацій і неодноразове застосування, незалежно від строку їхньої дії (постійні чи обмежені певним часом) й характеру відомостей, що в них містяться, у тому числі з грифами "Для службового користування", "Не для друку", "Таємно" та іншими, а також прийняті в порядку експерименту.

Водночас запровадження державної реєстрації відомчих нормативних актів допомогло виявити окремі прогалини у відомчому нормотворенні. Так, поза межами державної реєстрації опинилися нормативні акти Національного банку України, що регулюють відносини, суб'єктами яких є юридичні особи, оскільки державній реєстрації згідно зі ст. 16 Закону "Про банки і банківську діяльність" підлягають тільки ті нормативні акти, що регулюють відносини за



участю фізичних осіб.

Виходячи з того, що багато з прийнятих Національним банком України нормативних актів мають міжвідомчий характер і є обов'язковими не тільки для всіх фізичних, а й для всіх юридичних осіб (ст. 16 Закону "Про банки і банківську діяльність"), було б доцільно поширити режим державної реєстрації, встановлений Указом Президента України від 3 жовтня 1992 р. і постановою Кабінету Міністрів України, на всі акти Національного банку, що мають міжвідомчий характер. Це дало б змогу, крім усього іншого, привести деякі акти НБУ у відповідність до вимог, встановлених Єдиною державною системою діловодства, оскільки такі види документів, як листи, телеграми, що їх практикує Національний банк України, є узагальненою назвою різних за змістом документів, що виділяються у зв'язку з особливим способом передачі тексту, але не є нормативними актами відомчого характеру, які можуть видаватися, зокрема, у вигляді постанови, наказу, інструкції, вказівок тощо.

Незважаючи на встановлений п. 15 Положення про державну реєстрацію нормативних актів: ".обов'язок робити посилання на номер і дату державної реєстрації нормативних актів, що публікуються", деякі засоби масової інформації цього не роблять, чим дезінформують читачів щодо чинності таких документів.

Ці та інші упущення в українському законотворенні мають бути враховані урядом України та іншими суб'єктами нормотворчого процесу, якщо ми як держава хочемо мати стабільне і добротне законодавство, яке б не тільки виконувало роль регулятора суспільних відносин, а й сприяло недопущенню правопорушень суб'єктами комерційної діяльності.

## Питання для самоконтролю

1. Які основні недоліки комерційної діяльності обумовили необхідність її державного регулювання?
2. Чим відрізняється правове регулювання комерційної діяльності від адміністративного?
3. У чому сутність державного економічного регулювання комерційної діяльності?
4. Назвіть основні недоліки і достоїнства сучасної системи заходів державного регулювання комерційної діяльності в Україні?
5. Наведіть приклади державного регулювання комерційної діяльності в інших країнах?
6. Які органи в Україні здійснюють державний контроль за комерційною діяльністю?
7. Які контролюючі органи, на Ваш погляд, більш значущі для держави?
8. Які закони й кодекси України регулюють комерційну діяльність в Україні?
9. Що таке нормативний акт комерційного законодавства та норма комерційного права?
10. Назвіть перелік нормативних актів, які відносяться до комерційного законодавства та до компетенції яких органів належить їх прийняття?
11. Яке законодавство регулює ринок капіталу в Україні?

## РОЗДІЛ VII. ІНШІ ФОРМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### ГЛАВА 1. ШТРИХОВЕ КОДУВАННЯ

**Якість продукції** як економічна категорія – це сукупність технічних, експлуатаційних, соціальних та інших властивостей речей, що характеризують їхню необхідність і корисність для людини.

У господарських договорах на постачання товарів якість може визначатися як "гарне середнє" чи "високе", чи "відповідне вищим досягненням світової техніки і найвищих норм". У тих же договорах може бути зазначено, що покупець здобуває товар, незважаючи на його якість, тобто за принципом "такий – який" чи "з усіма недоліками". У всякому разі, судити про якість товару і про те, купувати його наступного разу чи ні, доводиться споживачеві. Рано чи пізно, але закони ринку витісняють товари низької якості: люди із середнім статком готові затратити час у пошуках кращого товару, люди з високими доходами все частіше згадують японську приказку: "Я не так багатий, щоб купувати дешеві (тобто неякісні) речі".

Відповідно до статті 1 декрету Кабінету Міністрів України "Про державний нагляд за дотриманням стандартів, норм і правил і відповідальності за їхнє дотримання" якість товарів характеризується такими властивостями, як безпека, новизна, довговічність, надійність, економічність, ергономічність, естетичність, екологічність і т.п., що в своїй сукупності додають товарам здатність задовольняти споживача відповідно до їх призначення.

Вищим критерієм якості товару є його відповідність світовим стандартам.

Більшість продукції українських виробників, а також імпортової продукції, реалізованої в нашій країні, цьому критерію не відповідає. Більше того, значна частина товарів не відповідає ніяким показникам якості, а багато

товарів шкідливі, небезпечні для людей і навколишнього природного середовища. Про яку якість можна говорити, якщо покупцям України пропонуються іспанські сардельки і бельгійський м'ясний фарш, терміни збереження яких у цих країнах складають, відповідно не більше 24 і 12 годин.

У 70-80-ті роки представниками розвинутих капіталістичних країн була проведена велика робота зі створення Гармонізованої системи опису і кодування товарів (ГС). До початку 1981 р. Комітет з Гармонізованої системи практично завершив роботу, і в червні 1983 р. Рада митного співробітництва, членами якого є більше 100 країн, прийняв проект Міжнародної Конвенції з ГС і відкрив її для підписання. За станом на кінець 1987 р. Конвенцію ратифікували або підписали більше 50 країн і ЄЕС, і з 1 січня 1988 р. вона набрала сили.

У ГС включені:

а) номенклатура товарів, розділи якої сформовані за такими критеріями якості товарів, як їхнє походження, призначення, вид матеріалу, з якого вони виготовлені, і хімічний склад;

б) основні правила класифікації товарів.

На ГС заснована товарна класифікаційна схема Єдиного митного тарифу України.

Передбачається, що ГС буде застосовуватися країнами, на які приходиться понад 90% обсягу світової торгівлі.

Асоціацією європейської системи кодування розроблені штрихові коди на етикетках товарів. Перші дві (чи три) цифри означають код певної країни (див.табл. 7.1.).

Наступні цифри означають код виробника, код товару, а остання цифра є контрольною. Схематично це зображено на прикладі штрихового коду на упаковці з 100-процентним виноградним соком угорського виробництва (див.сх.7.1.).

Кодове позначення може виражатися не тринадцятьма, а вісьма (ЕАН-8)

цифрами, але таке позначення зустрічається рідко.

Код країни позначає країну походження (виготовлення чи продавця) товару, код виробника – фірму, яка зробила товар, код товару – найменування товару і деякі його споживчі властивості (розмір, масу, фасон, сорт, колір і т.д.). Контрольна цифра використовується для перевірки правильності зчитування попередніх цифр коду сканованою системою.

**Таблиця.7.1** – Система європейського кодування країн.

00-09 — США і Канада	69(0)-69(1) — Китай
20-29 — резерв EAN	70 — Норвегія
30-37 — Франція	72(9) — Ізраїль
38(0) — Болгарія	73 — Швеція
38(3) — Словенія	74(0)-74(5) – Гватемала, Сальвадор, Коста-Ріка, Гондурас, Нікарагуа, Панама
38(5) — Хорватія	75(0) — Мексика
40(0)-44(0) — Німеччина	75(9) — Венесуела
46(0)-46(9) — Росія	76 — Швейцарія
47(1)—Тайвань	77(0) — Колумбія
47(4) — Естонія	77(3) — Уругвай
47(5) — Латвія	77(5) — Перу
47(7) — Литва	77(7) — Болівія
48(0) — Філіппіни	77(9) — Аргентина
48(2) — Україна	78(0) — Чилі
48(9) — Гонконг	78(4) — Парагвай
45-49 — Японія	78(6) — Еквадор
50 — Великобританія	78(9) — Бразилія
52(0) — Греція	80-83 — Італія
52(9) — Кіпр	84 — Іспанія
53(1) — Македонія	85(0) — Куба
53(5) — Мальта	85(8) — Словаччина
53(9) — Ірландія	85(9) — Чехія
54 — Бельгія і Люксембург	86(0) — Югославія
56(0) — Португалія	86(9) — Туреччина
56(9) — Ісландія	87 — Голландія
57 — Данія	88(0) — Південна Корея
59(0) — Польща	88(5) — Таїланд
59(4) — Румунія	88(8) — Сінгапур
59(9) — Угорщина	89(9) — Індонезія
60(0)-60(1) — ЮАР	90-91 — Австрія
61(1) — Марокко	93 – Австралія
61(9) — Туніс	94 – Нова Зеландія
64 — Фінляндія	95(5) - Малайзія

Код виробника привласнюється відповідною національною асоціацією, а код товару – самим виробником.

Україна стала членом Міжнародної асоціації товарної нумерації EAM International і одержала код 48(2). В Асоціацію сьогодні входить більше 70 країн, якість вироблених товарів для яких має не останнє значення.



**Рис. 7.1** – Приклад штрихового коду

Багато українських товарів одержали штрихові коди. Першими такими товарами стали розчинна кава Одеського комбінату харчових концентратів, коньяк "Десна" Одеського заводу коньячних виробів. Відповідною реакцією держави стало видання 29 травня 1996 р. Кабінетом Міністрів України постанови "Про впровадження штрихового кодування товарів", а також наказ МЗЕЗторгуУкраїни, який затвердив Положення про штрихове кодування товарів.

У західних країнах виробники товарів чесно попереджають споживачів про приналежність продуктів харчування до того чи іншого сорту. Вищий сорт – це так звані "зелені продукти", які вирощують на землях, де не використовуються ні хімічні добрива, ні пестициди. Другий клас продуктів містить помірну їхню кількість, третій – значна кількість шкідливих речовин.

У зв'язку з насиченням українського ринку імпортованими товарами, якість яких не завжди можна визначити при покупці, слід дотримуватися наступних правил:

- 1) не купувати товари, на етикетках яких чітко й однозначно не вказаний

виробник або країна, з відкиля імпортований товар, чи і те, й інше разом;

2) віддавати перевагу товарам зі штриховим кодом EAX Асоціації європейської системи кодування, маючи на увазі, втім, що і він може бути підроблений;

3) звертати увагу на термін придатності товару та на інші оцінки, що стосуються його споживчих властивостей.

В економічно розвинутих країнах прийнято піддавати продукцію екологічному маркіруванню. Наприклад, широко відомими є знаки екологічно чистої продукції "Блакитний ангел" (ФРН), "Білий лебідь" (Скандинавські країни), "Екознак" (Японія). Рішення про присвоєння екологічного маркірування визначеним видам продукції приймаються компетентними органами країн – членів ЄС на підставі попередньої оцінки екологічності виробів.

Є знаки, які підкреслюють той факт, що виробник виконує вимоги, спрямовані на збереження озонового шару Землі, чи що він постійно докладає зусилля для збереження навколишньої природного середовища.

## ГЛАВА 2. СТАНДАРТИЗАЦІЯ

Основним нормативним документом, що регулює питання **стандартизації**, є декрет Кабінету Міністрів України "Про стандартизацію і сертифікацію". Відповідно до цього документа основними завданнями стандартизації є, зокрема, забезпечення якості продукції і захист інтересів споживачів.

Нормативні документи по стандартизації поділяються на:

– державні стандарти України (ДСТУ), до яких прирівнюються міждержавні стандарти, передбачені угодою про проведення погодженої політики в області стандартизації, метрології і сертифікації, підписаного в Москві 13 березня 1992 року (ДСТ), а також республіканські стандарти (РСТ)

колишньої УРСР;

- галузеві (ГСТУ);
- стандарти науково-технічних і інженерних товариств і союзів (СТТУ);
- технічні умови (ТУУ);
- стандарти підприємств (СТП).

Міжнародні, регіональні й національні стандарти інших країн застосовуються в Україні відповідно до її міжнародних договорів. Указом Президента України було затверджено «Положення про Державну міжвідомчу комісію з питань впровадження в законодавство України норм і стандартів Ради Європи».

Декретом регулюються також вимоги до державних та інших стандартів, питання керування діяльністю в області стандартизації, питання створення технічних комітетів зі стандартизації, інформаційного забезпечення споживачів та інші.

Ряд питань, що стосуються стандартів і норм, регулюється декретом Кабінету Міністрів України "Про державний нагляд за дотриманням стандартів, норм і правил і відповідальності за їхнє порушення".

Згідно з цим декретом **стандарт** – це нормативний документ, затверджений відповідним органом, в якому встановлюються загальні принципи або характеристики щодо визначених об'єктів стандартизації або технічні вимоги, яким повинна відповідати конкретна продукція.

**Норми** – це обов'язкові вимоги, затверджені відповідним органом, що встановлюють гранично припустимі величини показників продукції і концентрації речовин, що гарантують якість продукції.

Нарешті, **правила** – це затверджені відповідним органом метрологічні, санітарні, протипожежні, екологічні, організаційні, технологічні та інші вимоги до виробництва продукції.

Під продукцією в Декреті розуміються також товари народного споживання.

Декретом установлені також функції, права й обов'язки посадових осіб



Держкомітету України із стандартизації, метрології і сертифікації (Держстандарт) і його територіальних органів, питання їхнього соціального захисту, об'єкти й форми здійснюваного ними нагляду, відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності за порушення стандартів, норм і правил.

Указом Президента України затверджене Положення про Державний комітет України із стандартизації, метрології та сертифікації.

Державні стандарти України затверджуються без обмеження терміну дії. Також зняті ці обмеження на міждержавні стандарти, термін дії яких закінчувався в 1992-1996 рр.

Необхідна інформація про дію стандартів (ДСТУ, ДСТ), зміни до них і їхнє скасування публікуються в щорічному і щомісячному офіційному виданні "Стандарти" Держстандарту України, які можна замовити в спеціалізованих магазинах за адресою:

м. Київ-73, вул. Фрунзе, 152;

м. Харків, пр. Леніна, 66.

Ці та інші питання, що стосуються стандартизації, викладені в розділі "Застосування стандартів і технічних умов на продовольчі товари" Правил продажу продовольчих товарів.

Стандарти застосовують, зокрема, і з маркірування розмірів одягу і взуття. У сучасному житті при виборі покупок споживачі найчастіше знаходяться у скрутному положенні, не знаючи, яким чином відповідають вітчизняні стандарти закордонним.

Крім стандартів, у торговій практиці велике значення мають **технічні умови** – документи, що містять вимоги, які регулюють відносини між постачальником (розробником, виробником) і споживачем (замовником) продукції. Технічні умови, що не пройшли державну реєстрацію в органах Держстандарту України, вважаються недійсними.

Найменування технічних умов складається з індексу (ТУ), першої букви назви держави (У), коду підприємства – власника оригіналу ТУ з ОКПО

(вісім знаків), двох останніх цифр року затвердження. Наприклад: ТУ В 12345813.001-93.

Нарешті, **стандарти підприємств** – це нормативні документи, що розробляються на продукцію, використовувану тільки на конкретному підприємстві. Вони не повинні суперечити ДСТУ й ТСТУ.

Піклуючись про стандартизацію сільськогосподарської продукції, Кабінет Міністрів України затвердив Типове положення про інспекцію заготівель і якості сільськогосподарської продукції обласних державних адміністрацій.

Виконуючи покладені на неї завдання, інспекція має численні права, серед яких можна назвати право:

- перевіряти дотримання заготівельними та іншими підприємствами стандартів, технічних умов та інших нормативних актів при торгівлі продукцією;

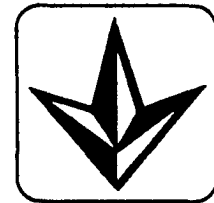
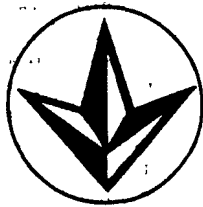
- відбирати безкоштовно в заготівельних і збутових підприємств зразки сільськогосподарської продукції для перевірки на відповідність стандартам, технічним умовам та іншим нормативним документам;

- забороняти відвантаження сільгосппродукції, що не відповідає вимогам стандартів, технічних умов та інших нормативних документів.

Система стандартизації в Україні знаходиться в стадії розвитку. За весь час існування СРСР в Україні було розроблено не більше 600 стандартів (в основному на такі предмети, як скріпки, урни для сміття, штучні квіти, труни і т.п.). За останні ж п'ять років розроблено більше 1500 стандартів, причому 60 відсотків з них гармонізовано з вимогами міжнародних. В основу національної системи стандартизації, сертифікації, акредитації і метрології покладені принципи Міжнародної організації стандартизації (ISO), Міжнародної електротехнічної комісії (IEC), Європейського комітету із стандартизації (CEN). У даний час у зв'язку з приєднанням України до міжнародної торгової системи (МТС) і одержанням повноправного членства України у Світовій організації торгівлі (СОТ), розглядається питання про

створення Національного інформаційного центру МТС/СОТ із стандартизації і сертифікації, головним завданням якого було би забезпечення суб'єктів, що господарюють, нормативною документацією по стандартизації і сертифікації країн – членів СОТ.

Національні знаки відповідності обов'язковим вимогам стандартів Державної системи сертифікації УкрСЕПРО для продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації, а також для всієї іншої продукції, виглядають відповідно так:



Перший знак наноситься на кожен екземпляр сертифікованої продукції біля знака для товарів і послуг виробника на незнімну частину виробу, а також проставляється в експлуатаційній і супровідній документації (у паспорті, на ярлику, упаковці і т.д.). Застосування виробником знака відповідності припиняється одночасно з закінченням терміну дії сертифіката відповідності і припиняється у випадку припинення дії такого сертифіката.

### **ГЛАВА 3. СЕРТИФІКАЦІЯ**

Корінне реформування і становлення вітчизняної економіки, розвиток ринкових відносин в умовах соціально-економічної кризи зумовили необхідність створення нових механізмів державного й ринкового регулювання виробництва в Україні. У цих умовах принципово змінюються роль сертифікації продукції, процесів та послуг (далі – продукції) як засобу нетарифного регулювання, та її соціально-правові основи. Сьогодні питання

сертифікації продукції регулюються більш ніж 500 законами, декретами і постановами Кабінету Міністрів України, указами Президента України та іншими нормативними актами. Аналіз найбільш важливих з них дає можливість визначити мету, вимоги до сертифікації та основні недоліки нормативних документів.

Основні положення, що стосуються **сертифікації** продукції, містяться в декреті Кабінету Міністрів України "Про стандартизацію і сертифікацію". Відповідно до даного декрету сертифікація продукції здійснюється насамперед з метою захисту прав споживачів і поділяється на:

- обов'язкову;
- добровільну.

**Обов'язкова сертифікація на** відповідність вимогам нормативних документів з якості виконується винятково в державній системі сертифікації. При позитивних підсумках сертифікації заявнику видається сертифікат і надається право маркірувати продукцію спеціальним знаком відповідності.

Обов'язкова сертифікація здійснюється уповноваженими на те органами з метою:

- запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров'я та майна громадян і навколишнього природного середовища;
- сприяння споживачеві в компетентному виборі продукції.

Сертифікація стосується не тільки вітчизняної продукції. Імпортована продукція, що підлягає обов'язковій сертифікації, також повинна супроводжуватися сертифікатом, що видається (чи визнається) уповноваженим органом із сертифікації.

Постановами Кабінету Міністрів України "Про подальше удосконалення контролю за якістю лікеро-горілчаних напоїв, імпортованих в Україну" і "Про подальше удосконалення контролю за якістю тютюнових виробів, імпортованих в Україну", встановлено, що "імпортовані в Україну лікеро-горілчані й тютюнові вироби повинні відповідати вимогам і стандартам, встановленим у країні походження товару, що повинні бути не нижче вимог і

стандартів, застосовуваних до таких товарів в Україні, а в разі їхньої відсутності – вимогам і стандартам, що діють у провідних країнах-експортерах зазначених товарів". Ці вироби підлягають обов'язковій сертифікації і повинні супроводжуватися сертифікатом, що повинен бути виданий чи визнаний уповноваженим на це органом із сертифікації України.

Наказами Держстандарту України затверджені Правила обов'язкової сертифікації тютюнових і Правила обов'язкової сертифікації алкогольних виробів.

Підтвердження відповідності товару, ввезеного на митну територію України, обов'язковим вимогам діючих у державі нормативних документів з питань стандартизації і сертифікації продукції здійснюється при цьому шляхом сертифікації лікєро-горілочаних і тютюнових виробів у системі УкрСЕПРО чи шляхом визнання документів, що підтверджують відповідність товару зазначеним вимогам і виданих на ці товари за кордоном.

Таким чином, документами, що підтверджують відповідність зазначених товарів обов'язковим вимогам нормативних документів і надають право на ввіз їх в Україну, є сертифікат відповідності, виданий органом із сертифікації України за результатами сертифікації товару, чи свідчення про визнання іноземного сертифіката, видане органом із сертифікації України за результатами визнання такого сертифіката.

Наказом МЗЕЗторгу України затверджений Перелік служб, які видають сертифікати, що засвідчують відповідність технічних, фармакологічних, санітарних, фітосанітарних, ветеринарних і екологічних характеристик імпортованого товару нормам, установленим законодавством України.

Відповідно до існуючого порядку обов'язкової сертифікації підлягає продукція (у тому числі матеріали й комплектуючі вироби), при застосуванні якої може виникнути небезпека для здоров'я людини і навколишнього природного середовища, а також така, що відповідно до законодавства країн-імпортерів підлягає обов'язковим випробуванням перед її допуском на внутрішній і зовнішній ринок.

У ході обов'язкових сертифікаційних випробувань досліджуються за різними групами показників різні параметри. Наприклад, при дослідженні безпеки – вібрації і шуми; надійності – ресурс, рівень збереження, наробіток на відмову; екологічності – шкідливі викиди, відходи, випромінювання і т.д.

В окремих випадках досить пред'явлення сертифіката виробника або експортера, якщо це передбачено міжнародними договорами України, і за умови, що такі сертифікати видані в системі УкрСЕПРО, що діє в Україні. Так, у даний час в Україні визнаються сертифікати на продукти харчування, імпортовані з Росії і Білорусії, на овочі, імпортовані з Молдавії.

Товари, зроблені в Україні, з іншого боку, можуть експортуватися в інші країни з пред'явленням сертифікатів, передбачених міжнародними договорами України.

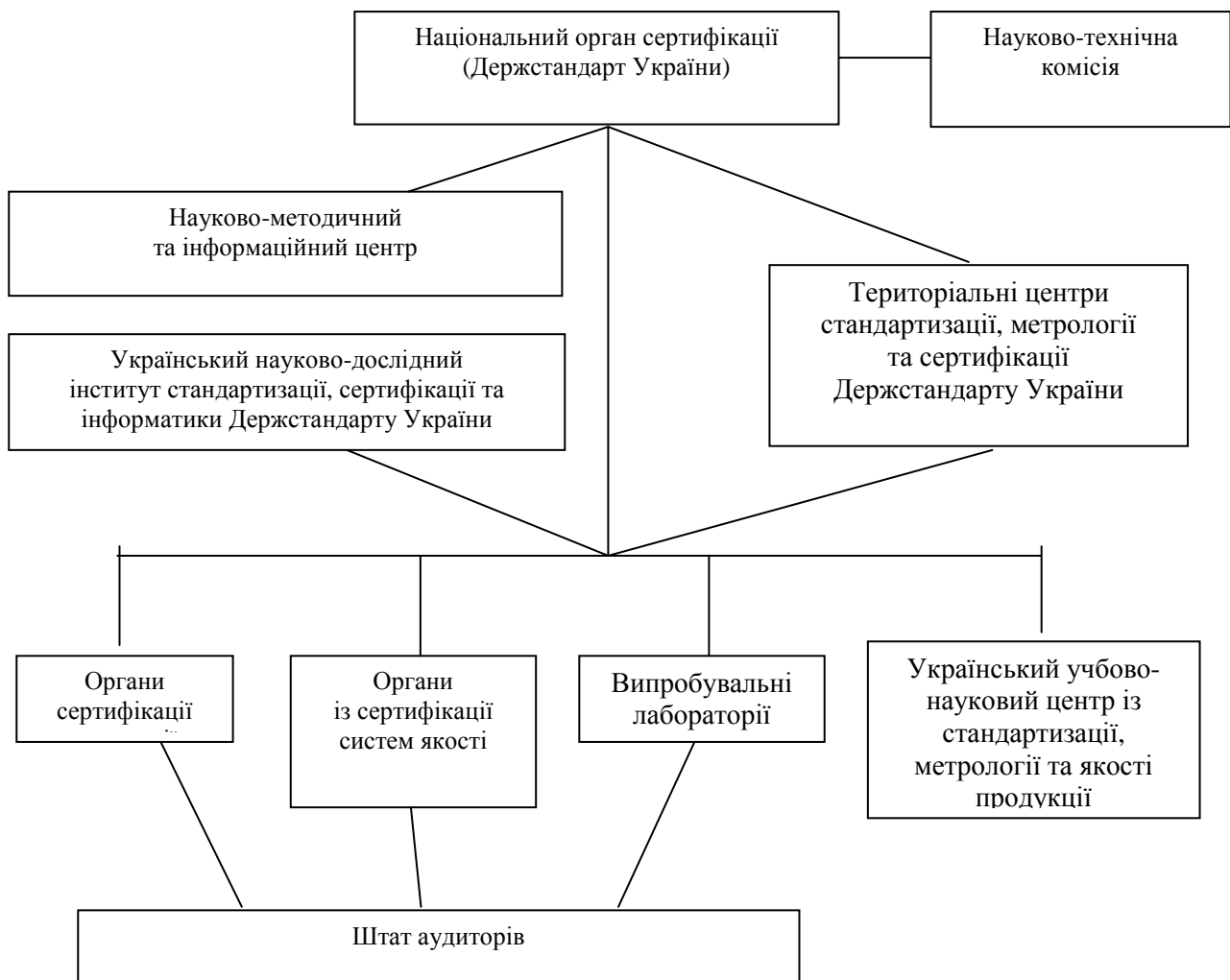
**Органи із сертифікації продукції** підрозділяються на:

- а) акредитовані в державній системі сертифікації;
- б) функції, що прийняли на себе, з добровільної сертифікації.

Отже, говорячи про державну систему сертифікації, треба визначити, що

**Організаційну структуру системи утворюють:**

- Національний орган із сертифікації – Держстандарт України;
- науково-технічна комісія;
- органи із сертифікації продукції;
- органи із сертифікації систем якості;
- випробувальні лабораторії (центри);
- аудитори;
- науково-методичний та інформаційний центри;
- територіальні центри стандартизації, метрології та сертифікації Держстандарту України;
- Український учбово-науковий центр із стандартизації, метрології та якості продукції.



**Рис. 7.2** – Структурна схема системи сертифікації УкрСЕПРО

### **Національний орган із сертифікації:**

- розробляє стратегію розвитку сертифікації в Україні;
- організує, веде й координує роботи щодо забезпечення функціонування Системи;
- взаємодіє з національними органами із сертифікації інших держав та з міжнародними організаціями, які здійснюють сертифікацію;
- організує розробку та удосконалення організаційно-методичних документів Системи;
- приймає рішення щодо приєднання до міжнародних систем та угод із сертифікації;

- встановлює основні принципи, правила й структуру Системи, а також знак відповідності та правила його застосування;
- встановлює правові й економічні основи функціонування Системи;
- формує і затверджує склад науково-технічної комісії;
- акредитує органи із сертифікації та випробувальні лабораторії (центри);
- тестує аудиторів, здійснює інспекційний контроль за діяльністю цих органів;
- веде реєстр Системи;
- організує роботи із сертифікації продукції в разі відсутності органу сертифікації певного виду продукції;
- затверджує переліки продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації;
- розглядає апеляції щодо виконання правил Системи;
- організує інформаційне забезпечення діяльності із сертифікації в Системі;
- несе відповідальність від імені держави за дотримання правил та порядку сертифікації продукції, встановлених в Системі.

**Науково-технічна комісія з питань сертифікації** утворюється і затверджується Національним органом із сертифікації для розгляду перспективних напрямків розвитку і розробки пропозицій Держстандарту з проблем сертифікації продукції з метою реалізації Законів України "Про захист прав споживачів" і "Про охорону праці".

Науково-технічна комісія розглядає пропозиції щодо:

- принципів проведення єдиної політики в галузі сертифікації;
- проектів основоположних організаційно-методичних документів з сертифікації продукції, атестації виробництв, сертифікації систем якості, акредитації органів із сертифікації і випробувальних лабораторій та ін.;
- основних напрямків досліджень у галузі сертифікації продукції, а



також акредитації випробувальних лабораторій, органів із сертифікації продукції (послуг) і систем якості;

- напрямків міжнародного співробітництва в галузі сертифікації, у тому числі в рамках ISO, ІЕС та інших міжнародних організацій;

- приєднання до міжнародних систем та угод із сертифікації;

- питань взаємодії з національними органами із сертифікації інших держав, що проводять діяльність із сертифікації, визнання результатів випробувань, сертифікатів та знаків відповідності;

- переліку продукції, що підлягатиме обов'язковій сертифікації.

Органи із сертифікації продукції акредитуються Держстандартом України (органом з акредитації).

#### **Орган із сертифікації продукції:**

- здійснює сертифікацію закріпленої за ним номенклатури продукції і несе відповідальність за дотримання правил Системи;

- розробляє організаційно-методичні документи із сертифікації закріпленої продукції;

- визначає схему та порядок проведення сертифікації закріпленої продукції;

- організує та проводить обстеження та атестацію виробництв;

- здійснює технічний нагляд за сертифікованою продукцією та яка атестована у виробництві;

- видає сертифікати відповідності на продукцію та атестати виробництв.

Органи із сертифікації систем якості акредитуються Держстандартом України (органом з акредитації).

#### **Орган із сертифікації систем якості** виконує такі основні функції:

- розробляє організаційно-методичні документи із сертифікації систем якості;

- організує та проводить сертифікацію систем якості;
- організує та проводить за пропозицією органу із сертифікації продукції атестацію виробництв;
- здійснює технічний нагляд за сертифікованими системами якості та атестованими виробництвами;
- видає сертифікати на системи якості.

**Випробувальні лабораторії (центри)** акредитуються Держстандартом України (органом з акредитації) і виконують такі основні функції:

- проводять випробування продукції, що сертифікується, відповідно до галузі акредитації і видають протоколи випробувань;
- беруть участь за пропозицією органу із сертифікації в проведенні технічного нагляду за виробництвом сертифікованої продукції, і за дорученням Національного органу із сертифікації – в проведенні інспекційного контролю,
- беруть участь за дорученням органу із сертифікації в атестації виробництва продукції, що сертифікується.

**Аудитори**, атестовані в Системі й занесені до Реєстру, за дорученням Національного органу із сертифікації або органу із сертифікації, виконують роботи, пов'язані з сертифікацією продукції.

Науково-методичним та інформаційним центром в Системі є Український науково-дослідний інститут стандартизації, сертифікації та інформатики Держстандарту України.

**Науково-методичний та інформаційний центр** виконує такі основні функції:

- здійснює розробку й удосконалення організаційно-методичних документів Системи;
- готує і подає до Національного органу із сертифікації пропозиції та проекти законодавчих актів в галузі сертифікації;

– проводить аналіз можливостей підприємств та організацій щодо акредитації їх органами з сертифікації, виконання функцій випробувальних лабораторій (центрів), здійснює експертизу їх вихідних документів і готує пропозиції Держстандарту України (органу з акредитації) щодо їх акредитації в Системі;

– готує пропозиції з номенклатури продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації;

– бере участь на договірній основі в підготовці органів із сертифікації та випробувальних лабораторій (центрів) до акредитації, а також у підготовці підприємств до сертифікації продукції та систем якості;

– здійснює інформаційне забезпечення і надає інформаційні послуги в галузі сертифікації.

### **Територіальні центри стандартизації, метрології і сертифікації Держстандарту України виконують такі функції:**

– проводять за дорученням органу із сертифікації продукції технічний нагляд стабільністю показників сертифікованої продукції під час її виробництва;

– надають інформацію у сфері сертифікації і акредитації;

– надають на договірній основі методичну допомогу підприємствам у підготовці до акредитації їх випробувальних лабораторій, сертифікації продукції систем якості та атестації виробництв.

**Український учбово-науковий центр** із стандартизації, метрології та якості проводить навчання та підвищення кваліфікації фахівців у галузі сертифікації, здійснює підготовку аудиторів.

Щодо **добровільної сертифікації**, то вона може виконуватися на відповідність продукції вимогам, не віднесеним актами законодавства і нормативних документів до обов'язкових вимог, на договірних умовах між заявником і органом із сертифікації. Ініціатива такої сертифікації може належати виробнику, продавцю, споживачу, органу державної виконавчої

влади, громадським організаціям і окремим громадянам.

Добровільну сертифікацію мають право проводити підприємства, організації, інші юридичні особи, які взяли на себе функції органу з добровільної сертифікації, а також органи, акредитовані в державній системі сертифікації.

Правила добровільної сертифікації встановлюють органи з добровільної сертифікації, які подають Державному комітету України із стандартизації, метрології та сертифікації інформацію для їх реєстрації у встановленому порядку.

Щодо продовольчої сировини, продуктів харчування, а також матеріалів, устаткування і виробів, використовуваних при їхньому виготовленні, збереженні, транспортуванні та реалізації, вимогу про обов'язкову сертифікацію прямо передбачено ст. 17 Закону України "Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення".

Наказом Держстандарту України "Про введення обов'язкової сертифікації продукції в Україні" затверджений Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні.

Номенклатура затвердженого Переліку державної системи обов'язкової сертифікації має тенденцію до збільшення. Законодавство, що діє в економічно розвинутих країнах, передбачає обов'язкову на державному рівні сертифікацію тільки окремих видів продукції, таких як продукти харчування, медикаменти, медичне устаткування, деякі предмети побутової хімії та електротовари.

Відзначимо, що сертифікати, видавані на продукцію відповідно до законодавства України, в більшості закордонних країн не визнаються.

Іноземних партнерів насамперед цікавить, чи сертифіковане підприємство, що випускає ту чи іншу продукцію, в цілому, чи сертифіковані його системи керування виробництвом і якістю продукції, техніки безпеки, охорони навколишнього середовища і т.д., чи є знак якості Ради Європи. Без знака GS ("Перевірено на безпеку") практично неможливо реалізувати на

Заході технологічне устаткування, механічні й електричні машини, в тому числі навіть дитячі іграшки. Сертифікат ISO 14 000 підтверджує дотримання міжнародних норм в області охорони навколишнього середовища, ISO 9000 – якості продукції і т.д.

ISO – це міжнародна організація, яка займається проблемами стандартизації і сертифікації. Її повне найменування – International Standard Organization. Українська система сертифікації продукції не є авторитетною в розвинутих країнах багато в чому тому, що ця система здійснюється державними органами. Там прийнято, щоб якість товару оцінювали незалежні недержавні структури.

Міжнародні стандарти ISO 9000, що дозволяють оцінювати якість не окремого виду виробу, а технології його виробництва в цілому, з 1 липня 1996 року введені й в Україні.

Крім ISO необхідно згадати також про такі міжнародні організації, як ІЕС (Міжнародна електротехнічна комісія) і ЕОТС (Європейська організація по випробуванню і сертифікації).

Сертифікація продукції на основі визнаних на міжнародному рівні процедур усуває багато технічних бар'єрів у торгівлі і сприяє її розвитку.

Відповідно до визначення, що міститься в Посібнику ISO/ІЕС-2 (1991 р.), сертифікація – це "процедура, за допомогою якої третя сторона письмово завіряє (за допомогою сертифіката відповідності), що продукція, процес чи послуга відповідають заданим вимогам". При цьому під третьою стороною розуміється особа чи орган, незалежні від сторін, тобто, наприклад, від постачальника і покупця. Відзначимо, що діяльність із підтвердження відповідності встановленим законодавством технічним регламентам, що здійснюють державні органи, прийнято називати не сертифікацією, а твердженням, схваленням.

Вимоги до об'єкта сертифікації повинні бути встановлені (задані) заздалегідь, без чого ця процедура втрачає зміст, а результати сертифікації завіряються сертифікатом відповідності.

Залежно від правил тієї чи іншої сертифікації, умов виробництва і постачань продукції випробуванням у процесі сертифікації може бути піддані одиничні екземпляри продукції, або вибіркова партія, або кожен екземпляр продукції.

Слід відрізнити сертифікат на продукцію від сертифіката на систему. **Сертифікація системи якості** – це процедура, що підтверджує здатність підприємства випускати продукцію встановленого рівня якості, а **сертифікація продукції** – це підтвердження відповідності якості визначеного виду виробу установленим вимогам.

Наказом Держстандарту України затверджений Порядок проведення робіт із сертифікації продукції іноземних виробництв за схемами з обстеженням, атестацією і сертифікацією систем якості, яким установлені Загальні вимоги з проведення сертифікації продукції в державній системі сертифікації. Порушення органами сертифікації даного Порядку спричиняє позбавлення атестата акредитації.

Міжнародні стандарти ISO серії 9000 не стосуються конкретного сектора економіки або промисловості. Сукупно вони являють собою посібник з керування якістю і загальні вимоги щодо забезпечення якості, вибору й побудові елементів системи якості.

Ці стандарти містять опис елементів, що повинні включати системи якості, а не порядок упровадження цих елементів тією чи іншою організацією.

За роки, що пройшли з часу опублікування цих стандартів, вони одержали широке визнання і поширення. Більше 50 країн світу прийняли їх як національні.

З розвитком теорії і практики забезпечення якості удосконалювалися і стандарти ISO. Нова редакція цих стандартів була затверджена й опублікована в 1994 р.

Наявність на підприємствах визнаних (сертифікованих) систем якості є гарантією не тільки якості продукції (послуг), але і стабільності та надійності

підприємства як партнера в ділових відносинах. Розвиток цієї діяльності в Європі стимулюється також тим, що з 1996 р. рішенням Європейського Союзу реєстрація системи якості дає додаткові переваги в торгівлі, одержанні державних замовлень і, крім того, заміняє у певних ситуаціях необхідність у сертифікатах відповідності продукції.

На сьогодні в Україні провели сертифікацію більше 300 промислових підприємств, сертифіковані 308 видів промислової продукції, 22 з яких підлягають обов'язковій сертифікації. Більше 80 відсотків продукції сертифіковано в системі УкрСЕПРО, кожний п'ятий вид – у міжнародній системі сертифікації країн СНД, 6,2 відсотки сертифіковані відповідно до багатосторонніх угод між країнами світу.

Середній термін дії сертифікатів по Україні склав 2,3 роки.

Спостерігається збільшення постачань сертифікованої продукції на зовнішній ринок. У 1995 р. Україна поставила на експорт 42,1 відсотка сертифікованої продукції проти 39,7 у 1994 р. і 33 відсотків у 1993 р. Причому в Росію було поставлено 43,2 відсотка цієї продукції, у Китай – 12,1 відсотка, Швейцарію – 7,8 відсотка, Ліван і Єгипет – по 4,6 відсотки.

У той же час аналіз показав, що з обстежених промислових підприємств тільки на кожному 20-му проводилася сертифікація продукції. Унаслідок цього частка обсягу сертифікованої продукції в загальному обсязі виробництва промислової продукції ще залишається низькою і складає тільки 6,3 відсотка (у 1994 р. – 3,6 відсотка).

З метою забезпечення належного контролю за вірогідністю сертифікатів про походження товарів з України, зміцнення експортного потенціалу України наказом Гостаможкома України затверджене Положення про верифікацію митними органами сертифікатів про походження товарів з України. Відповідно до даного Положення верифікація сертифікатів може здійснюватися шляхом перевірки їх на автентичність (вірогідність) і правильності визначення країни походження товару, зазначеного в сертифікаті про походження.

## Питання для самоконтролю

1. Що таке якість продукції як економічної категорії, як вона визначається в господарських договорах?
2. У чому полягає суть Гармонізованої системи опису і кодування товарів, що вона включає?
3. Наведіть приклад штрихового кодування товару і визначіть його суть?
4. Яких правил слід дотримуватись при покупці імпортованих товарів?
5. Які нормативні документи регулюють штрихове кодування, стандартизацію та сертифікацію товарів в Україні?
6. Які нормативні документи по стандартизації діють в Україні?
7. Визначіть суть стандарту, норми та правил?
8. Що таке технічні умови, які технічні умови вважаються недійсними в Україні?
9. Чим стандарти підприємств відрізняються від стандартів України?
10. Які знаки сертифікації товару ви знаєте, наведіть приклад і дайте пояснення?
11. Що таке обов'язкова сертифікація продукції?
12. Назвіть органи із сертифікації продукції в Україні та їх організаційну структуру?
13. Дайте визначення кожного органу із сертифікації продукції в Україні?
14. Які міжнародні стандарти діють в Україні?
15. У чому полягає різниця між сертифікацією системи якості й сертифікацією продукції?



## РОЗДІЛ VIII. ПОНЯТТЯ ДОГОВОРУ, ЙОГО СТРУКТУРА І ЗМІСТ

### ГЛАВА 1. ВИДИ ДОГОВОРІВ І СПОСОБИ ЇХНЬОГО УКЛАДАННЯ

Договори купівлі-продажу товарів у підприємницькій діяльності є найбільше широко розповсюдженим видом комерційних відносин. Від того, наскільки кваліфіковано будуть складатися й виконуватися договори купівлі-продажу, багато в чому залежать результати діяльності підприємців і стан економіки країни. Господарські договори укладаються за правилами, встановленими Цивільним і Господарським Кодексами з урахуванням особливостей, передбачених нормативно - правовими актами щодо окремих видів договорів.

**Договором (угодою, контрактом)** - є домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків.

Договори в підприємницькій практиці можуть бути:

- односторонніми, якщо одна сторона бере на себе обов'язок перед другою стороною вчинити певні дії або утриматися від них, а друга сторона наділяється лише правом вимоги, без виникнення зустрічного обов'язку щодо першої сторони;

- двосторонні, якщо правами та обов'язками наділені обидві сторони угоди;

- багатосторонні, якщо укладаються більш як двома сторонами.

Договори можна класифікувати за наступними ознаками:

1. За видом юридичних наслідків, договір може бути: **попередній** і **основний**.

**Попереднім** є договір, сторони якого зобов'язуються протягом певного терміну, але не пізніше одного року з моменту укладання попереднього договору, укласти основний договір у майбутньому на умовах, установлених

попереднім договором. Зобов'язання, установлені попереднім договором, припиняються, якщо основний договір не укладений протягом терміну, визначеного попереднім договором. У випадку, якщо одна із сторін направила іншій стороні проект договору, а ця сторона ухиляється від його підписання, то перша сторона може в судовому порядку вимагати укладання такого договору. Для того, щоб договір про наміри вважався попереднім договором, у ньому повинно бути посилання на це.

**Основний** договір укладається планово, після підписання попереднього.

2. Залежно від моменту укладання, договір може бути: *консенсуальний*, тобто починає діяти з моменту підписання і *реальний*, тобто потрібен час для виконання;

3. За цілями договори можуть бути: *на передачу права власності* (наприклад, купівлі - продажу, позики), *на надання товарів у користування* (наприклад, прокат, оренда), *на надання послуг* (комісія, перевезення, збереження).

Договір може бути укладений у будь-якій формі, якщо вимоги щодо форми договору не встановлені законом. Згідно з українським законодавством договір є укладеним, якщо сторони в належній формі досягли згоди з усіх істотних умов договору. **Істотними умовами договору** є умови про *предмет, ціну і термін дії договору*, при цьому при описі предмету договору треба визначити найменування і кількість продукції (робіт, послуг).

Формами укладання контрактів можуть бути:

- усна. За цією формою можуть відбуватися угоди, що цілком виконуються сторонами в момент їхнього здійснення. Винятком є такі угоди, що підлягають нотаріальному посвідченню або для яких письмова форма є обов'язковою

- письмова;

- письмова з нотаріальним посвідченням (у випадках, визначених законодавством);

- за допомогою оферти.

Під **офертою** у підприємницькій практиці звичайно розуміється письмова пропозиція на укладання договору. Пропозиція укласти договір повинна містити істотні умови угоди і виражати намір особи, яка її зробила, вважати себе зобов'язаною у разі її прийняття.

## ГЛАВА 2. БАЗИСНІ УМОВИ ПОСТАЧАНЬ

Комплекси зобов'язань продавців і покупців з доставки товару, з моменту переходу ризику випадкового псування або загибелі товару з продавця на покупця в договорах купівлі-продажу товарів називаються **базисними умовами контрактів**. Оскільки базисні умови тривалий час мали характер звичаїв, то при їхньому застосуванні нерідко між продавцями і покупцями виникали розбіжності в трактуванні взаємних прав і обов'язків. Щоб уникнути таких розбіжностей, які завдають шкоду учасникам торгових операцій, Міжнародна торговельна палата (Париж) розробила єдині для всіх Міжнародні правила тлумачення торгових термінів «Інкотермс» (Incoterms). Перша редакція базисних умов з'явилася в 1936р. Виправлення і доповнення були пізніше зроблені в 1953, 1967, 1976, 1980, 1990 і 2000 рр. для приведення цих правил у відповідність із сучасною практикою міжнародної торгівлі. Тому для того, щоб при виконанні контрактів не виникли розбіжності, треба при посиланнях на базисні умови вказувати рік прийняття виправлень, наприклад, "Інкотермс - 2000".

«Інкотермс» споконвічно призначався для використання в тих випадках, коли товари продавалися для постачання через національні границі. Однак на практиці ці умови часто включаються в договори для продажу товарів у межах внутрішніх ринків. Так, на внутрішньому ринку України умови «Інкотермс» стали активно використовуватися з кінця 90-х років.

Слід підкреслити, що сфера дії «Інкотермс» обмежена питаннями,

зв'язаними з правами й обов'язками сторін договору закупівлі-продажу у відношенні постачання проданих товарів (під словом товари тут маються на увазі "матеріальні товари", крім "нематеріальних товарів", такі як комп'ютерне програмне забезпечення).

Для зручності користування правила «Інкотермс - 2000» згруповані за чотирма тематичними категоріями: **перша група** включає термін, відповідно до якого продавець тільки надає товар покупцю на власній території продавця (E - термін EX WORKS); далі йде **друга група**, відповідно до якої продавець зобов'язаний поставити товар перевізнику, призначеному покупцем (F - терміни FCA, FAS і FOB); потім **третя група**, відповідно до яких продавець повинен укласти контракт на перевезення, але не приймає на себе ризик втрати або пошкодження товару чи додаткові витрати внаслідок подій, що мають місце після відвантаження і відправлення (C – терміни CFR, CIF, CPT і CIP); нарешті, **четверта група**, яка визначає, що продавець самостійно повинен нести всі витрати і ризики, необхідні для доставки товару в країну призначення (D - терміни DAF, DES, DEQ, DDU і DDP).

Застосовуваний при позначенні базисних умов термін "вільно" ("франко") означає, що покупець вільний від ризиків і усіх витрат з доставки товару до пункту, позначеного за словом "франко" (див. табл.8.1.).

#### **Умови "Інкотермс":**

**1.** "Із заводу" ("зі складу") чи "франко-завод". Дана умова означає, що обов'язок продавця обмежується наданням товару в розпорядження покупця на своєму заводі або складі. Покупець несе всі витрати і ризики перевезення товару до місця призначення.

**2.** "Вільно в перевізника" чи "франко-перевізник" (у певному пункті). За цією умовою продавець здає товар у розпорядження перевізника в пункті, обговореному в контракті. Покупець за свій рахунок укладає договір з перевізником і несе всі ризики з моменту переходу товару до перевізника.

**Таблиця 8.1.** Класифікація торгових термінів

<b>ІНКОТЕРМС 2000</b>		
Група Е Відправлення	EXW	Франко - завод (... назва місця)
Група F  Основне перевезення не оплачене	FCA	Франко - перевізник (... назва місця призначення)
	FAS	Франко уздовж борта судна (... назва порту відвантаження)
	FOB	Франко - борт (... назва порту відвантаження)
Група С  Основне перевезення оплачене	CFR	Вартість і фрахт (... назва порту призначення)
	CIF	Вартість, страхування і фрахт (... назва порту призначення)
	CPT	Фрахт/перевезення оплачені до (... назва місця призначення)
	CIP	Фрахт/перевезення і страхування оплачені до (... назва місця призначення)
Група D  Прибуття	DAF	Постачання до границі (... назва місця доставки)
	DES	Постачання із судна (... назва порту призначення)
	DEQ	Постачання з пристані (... назва порту призначення)
	DDU	Постачання без оплати мита (... назва місця призначення)
	DDP	Постачання з оплатою мита (... назва місця призначення)

3. "Фас" ("вільно уздовж борта судна"). При цій базисній умові продавець зобов'язаний поставити за свій рахунок товар в обумовлений у контракті порт навантаження, у погоджений термін і розташувати товар уздовж борта судна, зафрахтованого покупцем.

4. " ФОВ " ("вільно на борті судна"). Продавець зобов'язаний поставити за свій рахунок товар на борт судна, зафрахтованого покупцем, у погодженому порту й у встановлений термін.

5. «Каф» ("Вартість і фрахт"). За цією умовою продавець зобов'язаний за свій рахунок зафрахтувати судно, оплатити вартість фрахту до визначеного в контракті пункту (порту) і завантажити товар на борт судна в порту відправлення у встановлений термін. Витрати з вивантаження товару в порту призначення несе покупець (крім випадків перевезення на судах регулярних судноплавних ліній, коли витрати по вивантаженню входять у фрахт і, отже, оплачуються продавцем). Ризики випадкової загибелі товару переходять з продавця на покупця в момент фактичного переходу товару через поручні судна в порту навантаження.

6. "Сіф" ("вартість, страховка, фрахт"). При цій умові продавець несе такі ж витрати, як і при "Каф". В обов'язок Продавця також входить страхування від транспортних ризиків. Ризики випадкової загибелі товару переходять на покупця так само, як і при "Каф".

7. "Провізна плата оплачена до ... ( місце призначення )". Ця умова застосовна до будь-яких видів перевезень. Обов'язки продавця закінчуються при постачанні або здачі товару перевізнику. У цей же момент на покупця переходять всі ризики загибелі й пошкодження товару. Покупець оплачує всі витрати, пов'язані з подальшим транспортуванням товарів.

8. "Провізна плата і страховка оплачена до ... ( місце призначення )". Ця умова застосовна до будь-яких видів перевезень. В обов'язки продавця входить доставка товару в обговорене в контракті місце, страхування товару на користь покупця. Покупець несе всі ризики й витрати в процесі подальшого транспортування вантажу. Ризик загибелі товару переходить з

продавця на покупця при передачі товару першому перевізнику.

**9.** “Поставлено на границю “ (“вільно на границі”, “франко-границя”). Цю умову використовують при постачаннях товарів залізницею або автодорожнім транспортом, коли транспортний процес переривається. Відповідно до даної умови продавець виконає свої зобов'язання, якщо товар прибуде на границю перед пунктом митного контролю країни, названої в контракті. Покупець за свій рахунок виконує митні формальності і несе всі витрати з вивантаження товару після прибуття в пункт постачання на границі. Там же переходить і ризик випадкової загибелі товару на покупця.

**10.** “Поставлено на судні” (“франко-порт призначення”). У даному випадку продавець зобов'язаний надати товар у розпорядження покупця, на борту судна в порту призначення. Він несе усі витрати і ризики, пов'язані з доставкою товару в порт призначення. Покупець оплачує розвантаження товару в порту призначення.

**11.** “Поставлено на пристані” (“франко-пристань у порту призначення”). Відповідно до цієї умови продавець несе всі витрати по доставці товару в термін на пристань у порту призначення, включаючи оплату фрахту і витрати з вивантаження товару. Питання про оплату мита зважується включенням у цю умову застережень: “мито оплачене” чи “мито за рахунок покупця”. Покупець несе всі витрати і ризики, що падають на товар, з моменту, коли товар знаходиться на пристані в порту призначення.

**12.** “Поставлено без оплати мита”. Продавець несе витрати і ризики до моменту фактичного постачання товару в обумовлене місце й у термін, указаний в договорі. Він не оплачує мита, податки та інші офіційні збори по оформленню митних декларацій і не несе ризики. Покупець оплачує додаткові витрати і несе ризики, пов'язані з непередбаченими під час митними формальностями.

**13.** “Поставлено з оплатою мита”. Ця умова застосовується для всіх видів транспорту. Вона включає максимальні обов'язки продавця. Звичайно ця умова використовується при доставці товару на склад покупця.

## ГЛАВА 3. СТРУКТУРА І ЗМІСТ КОНТРАКТУ

На практиці існують певні вимоги, які потрібно дотримуватися при підготовці й підписанні будь-якого контракту. Насамперед це відноситься до структури самого документа. Усі розділи контракту можна розділити на наступні:

**Преамбула договору**, що включає:

- визначення виду договору ( купівля-продаж, постачання і т.д.);
- номер контракту, потрібний для обліку і посилання на нього у взаємній діловій переписці, а також у товаросупроводжувальних і платіжних документах. Якщо в продавця і покупця прийняті різні методи кодування контрактів, то можуть бути зазначені два номери через дріб;
- вказівка місця і дати укладання договору. Звичайно, у верхній лівій стороні листа вказують місто, де укладається контракт, праворуч – дату його укладання. Місцем укладення договору, звичайно, є місце проживання фізичної особи або місцезнаходження юридичної особи, яка зробила пропозицію укласти договір.

### 1. Визначення сторін

У практиці комерційної діяльності застосовується розгорнута форма визначення сторін. У додатках 9, 10, 11 подані зразки договорів (контрактів).

Одна з серйозних помилок, що допускаються при укладанні договорів, пов'язана з тим, що сторони не перевіряють повноваження один одного. Особливу увагу потрібно звернути на те, хто від імені фірми підписує договір, чи має він на це повноваження. На жаль, часто сторони на це не звертають уваги, тим самим створюється можливість придбати безліч проблем, тому що договір, підписаний особою, яка не має на це права, є недійсним. Тому перед підписанням договору, якщо раніш з даним контрагентом не було партнерських відносин, слід запросити у партнера його установчі й реєстраційні документи (якщо контрагент - юридична особа), попросити пред'явити або передати зареєстрований оригінал чи



нотаріальну копію Статуту й оригінал доручення на право підписання договору, перевірити, чи дійсно ця організація або фірма зареєстрована у встановленому порядку, а також перевірити дійсність її розрахункового рахунку в банку.

## 2. Предмет договору

У цьому розділі контракту визначається:

- вид угоди: купівля-продаж, підряд, оренда;
- у минулому часі вказується, який товар (послуги) продається(ються);
- вказується його кількість;
- дається короткий опис або назва товару (послуги);
- у випадку, якщо це не один вид товару, то дається посилання на Специфікації, що додаються до договору і є його невід'ємною частиною.

У цьому ж розділі договору посилаються на базисні умови постачань, якщо вони використовуються в контракті.

## 3. Ціна і загальна сума контракту

При встановленні ціни товару в контракті купівлі-продажу визначаються одиниця виміру, базис ціни, її валюта (при контрактах із закордонними партнерами) і рівень ціни.

**Вибір одиниці виміру**, за якою встановлюється ціна, залежить від характеру товару і сформованої практики. Так, ціна в контракті може бути встановлена за певну кількісну одиницю товару (довжина, площа, обсяг, штук, комплект, вагова одиниця).

**Базис ціни** визначається застосуванням відповідного терміну ("фас", "сіф", "фоб" та ін.) з вказівкою назви пункту здачі товару. Базис ціни встановлює, чи входять транспортні, страхові, складські та інші витрати по доставці товару в ціну.

**Валюта ціни** може бути виражена у валюті експортера, імпортера чи у валюті третьої країни.

Залежно від **способу фіксації** розрізняють наступні види цін:

- **тверда ціна** - встановлюється в момент підписання контракту і не підлягає перегляду протягом строку виконання контракту;

- **ціна з наступною фіксацією** - встановлюється в заздалегідь встановлений строк з погоджених джерел. Наприклад, контрактом може бути встановлено, що ціна встановлюється на день поставки товару на рівні цін по біржових котируваннях;

**змінні ціни** - застосовуються в контрактах з тривалими строками поставок, протягом яких можуть змінюватися економічні умови. Зміст змінної ціни полягає в тому, що ціна на товар буде автоматично змінюватися відповідно до погодженою сторонами формулою інфляційного ковзання цін.

При визначенні **рівня ціни** контрагенти звичайно орієнтуються на два види цін: публіковані й розрахункові. **Публіковані** - це ціни, що повідомляються у спеціальних джерелах: облікові ціни, біржові котирування, ціни аукціонів, фактичних угод. **Розрахункові ціни** застосовують у контрактах на нестандартне спеціалізоване устаткування, вироблене, як правило, за індивідуальними замовленнями.

Щоб об'єктивно визначити ціну на конкретний товар, треба вивчити ціни конкурентів на аналогічні товари з внесенням необхідних виправлень, що враховують розходження в технічних характеристиках, комерційних умовах угод, а також тенденції зміни цін у часі. Такі розрахунки роблять за допомогою **конкурентного листа**. Це документ, що узагальнює інформацію про техніко-економічні показники, якість, ціни і комерційні умови при реалізації товарів. Торгівля ведеться за цінами, рівень яких стихійно складається на ринках під впливом попиту та пропозиції. Тому перед контрагентами завжди стоїть завдання як можна точніше визначити ціну на конкретний товар у регіоні, в якому буде здійснюватися угода і на той період часу, коли планується здійснення угоди. Основним методом визначення оптимального рівня цін, прийнятим у міжнародній практиці, є вивчення цін конкурентів на аналогічні товари з внесенням необхідних виправлень, що враховують розходження в технічних характеристиках, у комерційних

умовах (терміни угоди, способи розрахунків), тенденції зміни цін у часі. Джерелами інформації про ціни (конкурентними матеріалами) можуть бути оферти, контракти конкуруючих, прейскуранти цін з вказівкою наданих знижок, біржові котирування. Підбір конкурентних матеріалів ведуть з базисного ринку, на якому умови торгівлі найбільш близькі до умов планованої угоди.

#### 4. Термін постачання товару

Під терміном постачання товару розуміється момент, коли продавець зобов'язаний передати товар у власність покупця чи з його доручення особі, яка діє від його імені. Обговорена в контракті кількість товару може бути поставлена одноразово або вроздріб.

Термін постачання у контракті купівлі-продажу може бути встановлений одним з таких способів:

- визначенням календарного дня постачань;
- визначенням періоду, протягом якого повинно бути зроблене постачання: календарний місяць, квартал, рік, час місяця або кварталу і т.п. При позначенні терміну постачання *календарним днем* додають слова "протягом" чи "не пізніше". При *періодичних постачаннях* термін може позначатися словами "щомісяця", "щокварталу";

- певною кількістю днів після його підписання (контракт набирає сили через 10 днів після підписання),

- застосуванням прийнятих у міжнародній торгівлі термінів, наприклад, таких, як "негайне постачання", "без затримки", "зі складу". Під негайним постачанням за міжнародними стандартами розуміється постачання в період з 1-го до 14-го дня з моменту підписання договору.

Залежно від способу постачання датою постачання може вважатися:

- дата документа, видаваного транспортною організацією, яка прийняла товар для перевезення;

- дата поштової квитанції ( у випадках посилкової торгівлі );

- дата складського свідоцтва;

- дата підписання акта прийому - передачі (при одержанні товару зі складу продавця, при одержанні устаткування із заводу - виробника);

- якщо устаткування поставляється вроздріб, то датою постачання буде дата постачання останньої комплектуючої частини, без якої устаткування не може бути пущене в експлуатацію.

## **5. Умови платежів**

Цей розділ договору є одним з найбільш складних і важливих розділів, від точності формулювань якого залежить економічна ефективність даного контракту. В інтересах продавців і покупців варто погодити і включити в текст контракту умови взаємних платежів, визначити спосіб і порядок розрахунків між контрагентами, а також гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов'язань.

Існують наступні способи платежу:

• **платіж з авансом** ( передплата ) передбачає виплату покупцем постачальникові погоджених у контракті сум у рахунок належних за договором платежів до передачі товару в його розпорядження, найчастіше до початку виконання замовлення. Авансовий платіж виконує двояку функцію: з одного боку, він є формою кредитування виробника, з іншого боку - служить коштами забезпечення зобов'язань, прийнятих покупцем за контрактом. При відмові покупця прийняти замовлений товар постачальник має право залишити отриманий їм аванс для відшкодування збитків. Розміри авансу змінюються залежно від його цілей, вартості й строку виготовлення товару й інших умов. Найчастіше зустрічається аванс у розмірі 5-20% вартості замовлення, внесеної після підписання контракту в забезпечення виконання замовлення. Погашення авансу здійснюється звичайно шляхом заліку при поставці товару;

• **платіж у кредит з розстрочкою платежу** - передбачає розрахунки по угоді на основі наданого виробником покупцеві кредиту. Основні форми надання кредиту:

- **фінансовий ( грошовий )**, при якому продавець дає цільову позику покупцеві для покупки в нього товару. У цьому випадку в контракті докладно обмовляються його умови: вартість, обумовлена у відсотках річних, строк погашення, пільговий період, протягом якого по кредиту не провадиться погашення відсотків, і ін.;

- **товарний**, при якому продавець продає товари покупцеві у розстрочку;

• **платіж готівкою ( без розстрочки )** - проводиться через банк до або проти передачі виробником товаросупроводжувальних документів або самого товару в розпорядження покупця. Даний спосіб платежу передбачає оплату товару в повній вартості в період від його готовності до передачі в розпорядження покупця.

Основними формами розрахунків між сторонами по договорах можуть бути розрахунки **в готівковій або безготівковій формі** за допомогою розрахункових документів в електронному або паперовому вигляді. Розрахунки між юридичними, а також розрахунки за участю фізичних осіб, пов'язані зі здійсненням ними підприємницької діяльності, проводиться в безготівковій формі.

Формами розрахунків, які використовуються в договірній практиці, є :

- розрахунки із застосуванням платіжних доручень;
- розрахунки за допомогою акредитивів;
- розрахунки за допомогою рахункових чеків;
- розрахунки по інкасо.
- Розрахунки за допомогою векселів

**Розрахунки із застосуванням платіжних доручень** припускають, що по платіжному дорученню банк зобов'язується за дорученням платника за рахунок коштів, які розміщені на його рахунку в цьому банку, перевести певну грошову суму на рахунок певного платником особи ( одержувача).

Ця форма розрахунків не дає продавцям гарантії в тім, що покупець

оплатити товари. Тому в умови контракту із застосуванням платіжних доручень варто включати зобов'язання покупців надавати фінансові гарантії платежів.

**Акредитивна форма розрахунків** являє собою зобов'язання покупця відкрити до встановленого в контракті строку в певному банку акредитив. При акредитивних розрахунках гарантом сумлінного виконання угод виступають банки. *Акредитив* - це зобов'язання банку перевести на рахунок продавця або постачальника коштів проти надання погодженого з покупцем комплекту документів, що підтверджують поставку продукції відповідно до умов контракту. У комплект документів звичайно входять рахунки - фактури (інвойс), специфікації, сертифікати якості, походження товарів, коносаменти або дублікати залізничних або автомобільних накладних, страхові поліси. Банк покупця продукції перевіряє документи, надані постачальником і оплачує товари тільки після одержання всіх необхідних документів прописаних у договорі. Якщо товар за контрактом не поставлена (або його якість ні на що не годиться), банк постачальника не сплачує. Ця форма розрахунків прискорює одержання коштів і дає гарантії виробникам в тім, що їх товар буде оплачений.

**Розрахунки із застосуванням рахункових чеків.** Рахунковим чеком є документ, що містить нічим не обумовлене письмове розпорядження власника рахунку (чекодавця) банку перевести зазначену в чеку грошову суму одержувачеві (чекоутримувачеві). Платником по чеку може бути тільки той банк, у якому чекодавець має кошти на рахунку, якими він може розпоряджатися.

**Інкасова форма розрахунків** припускає передачу продавцем доручення своєму банку на одержання від покупця певної суми проти пред'явлення йому відповідних платіжних документів, а також векселів, чеків і інших належних до оплати документів. Ця форма розрахунків зручна для продавців товарів, тому що надає їм гарантію в тому, що товар не

перейде в розпорядження покупця, поки вони не оплатять товар. Але в неї є й недоліки: по-перше, відстрочка одержання платежу виробником через інтервал між відвантаженням товару й пред'явленням банку документів, по-друге, покупець може відмовитися від оплати або може стати до моменту одержання документів неплатоспроможним. Тому при цій формі розрахунків продавець монет включити в контракт умова гарантування платежів третіми особами або банками.

**Вексельна форма розрахунків** здійснюється шляхом використання простих або переказних векселі. **Простий вексель** - це безумовне зобов'язання однієї особи (векселедавця) зробити оплату певної суми іншій особі (векселедержателєві) у призначений строк. **Переказний вексель або тратта** - це розпорядження однієї особи іншому сплатити в призначений строк певну суму третій особі. Вексельна форма розрахунків використовується як гарантія платежів за поставлені товари.

Іншою формою гарантій платежів є **банківські гарантії** - це письмові зобов'язання банків виплатити по платіжних зобов'язаннях своїх клієнтів. Гарантії банків одержують покупці й передають їхнім продавцям у забезпечення платежів. Банкiвські гарантії можуть бути:

\* **безумовними**, по яких платежі здійснюються по обiгу кредитора у зв'язку з настанням перерахованих у гарантіях причин;

\* **умовні**, по яких платежі здійснюються при настанні певних у них умов, дійсність яких повинна бути доведена кредитором.

Наступна форма, що гарантує зворотність коштів, - **резервний акредитив, що** представляє зобов'язання банку перед виробником здійснити платiж у випадку невиконання покупцем своїх зобов'язань.

## 6. Упаковка і маркірування

Відповідно до Цивільного кодексу України продавець зобов'язаний передати покупцю товар в упаковці чи в тарі, якщо інше не встановлено договором купівлі – продажу, наприклад, у тих випадках, коли товар не

потребує упаковки – перевезення вугілля, труб, арматури.

Коли за родом товару упаковка необхідна, в контракт вноситься умова, що містить вказівку щодо виду і характеру упакування, її якості, розмірів, способу оплати, а також нанесення на неї номера кожного місця маркірування.

Упаковка повинна:

- охороняти товари від пошкоджень;
- забезпечувати формування раціональних місць для транспортування, навантаження, збереження;
- забезпечувати функції розфасовки і реклами.

Вимоги до упаковки товару умовно можна розділити *на загальні*, які припускають, що продавець зобов'язаний забезпечити фізичну схоронність вантажів при постачанні на базисних умовах, і *спеціальні*, що висуваються покупцем (наприклад: спеціальна розфасовка товару для збуту споживачам без додаткової переупаковки, посилена гідроізоляція чи дотримання визначеної ваги і габаритів через піднімальні або транспортні засоби).

*Маркірування вантажів* - важливий елемент при виконанні торгових операцій. Воно виконує такі функції:

- надає товаросупроводжувальну інформацію, містить визначальні реквізити, номер контракту, вагогабаритні характеристики, номер місця і число місць у партії;
- є вказівкою транспортним фірмам, як поводитись з вантажем;
- при необхідності використовується для попередження про небезпеку, що може являти поводження з вантажем.

Перераховані функції встановлюють обов'язкові реквізити, що повинні бути нанесені продавцем.

## 7. Гарантії

У комерційних контрактах поряд з описом технічних вимог до товарів звичайно містяться посилання на міжнародні, національні й галузеві стандарти, а також на технічні умови та інші нормативні матеріали, що



визначають технічний рівень і якість товару.

У торговій практиці прийнято не тільки погоджувати технічні вимоги до продукції, що поставляється, але й гарантувати їхню стабільність протягом певного часу експлуатації при використанні.

**Комерційні гарантії якості** - це зобов'язання продавця поставити покупцю товар, що володіє протягом установленого (гарантійного) періоду певними властивостями.

У разі невідповідності товару вимогам контракту покупець протягом гарантійного періоду має право пред'явити продавцям *претензії до якості*.

При розгляді претензій покупцю звичайно надається право:

- пропорційного зменшення ціни;
- безоплатного усунення недоліків товару в розумний термін;
- відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

У разі істотного порушення вимог щодо якості товару (виявлення недоліків, які не можна усунути, недоліків, усунення яких пов'язано з непропорційними витратами коштів і часу, недоліків, що виявлені неодноразово або з'явилися після їхнього усунення) покупець має право за своїм вибором:

- відмовитися від договору і вимагати повернення сплаченої за товар грошової суми;
- вимагати заміни товару.

У цьому розділі контракту звичайно перелічуються всі випадки, на які гарантії не поширюються. Зокрема, може бути передбачено, що гарантії не поширюються на ті, що швидко зношуються і запасні частини, природний знос устаткування, збиток, що виник унаслідок неправильного чи недбалого збереження й обслуговування устаткування, застосування виробу не за призначенням.

Претензії, пред'явлені покупцем до продавця у зв'язку з невідповідністю якості й кількості поставленого товару умовам контракту, називаються **рекламаціями**. Сторони в контракті встановлюють:

- порядок подання рекамацій;
- терміни, протягом яких вони можуть бути заявлені;
- права й обов'язки сторін у зв'язку з їхнім пред'явленням;
- способи їхнього врегулювання.

Продавець зобов'язаний розглянути рекамацію і повідомити щодо неї своє рішення, тобто підтвердити згоду задовольнити її чи відмовитися від неї в терміни, встановлені в контракті. Якщо протягом цього терміну продавець не дає відповіді на претензію, то вона вважається визнаною продавцем і покупець має право звернутися до господарського суду з віднесенням витрат по суду за рахунок продавця.

## **8. Штрафні санкції і відшкодування збитків**

У ході виконання договорів іноді сторони з яких-небудь об'єктивних чи необ'єктивних причин не виконують свої зобов'язання, причиняючи своєму партнеру матеріальний і моральний збиток. У цьому випадку потерпіла сторона має право пред'явити протилежній стороні претензії з викладом вимог, передбачених умовами контракту або діючими законодавчими нормами.

Відшкодування збитків означає реалізацію права на компенсацію збитків, які несе один з учасників договору через прострочення в постачаннях товарів, виконанні робіт, недбалості, невиконанні якихось умов договору. Право на відшкодування збитків постраждалій стороні за договором може поширюватися не тільки на реально нанесений збиток, але і на упущену вигоду.

Контракти можуть містити право покупця відмовитися від контракту, якщо тривалість прострочення велика. При цьому за ним зберігається право вимагати відшкодування збитків. Крім того, у контрактах необхідно оговорити ті випадки, коли винною стороною може бути покупець, наприклад, якщо він затримає надання технічної документації, відкриття акредитиву, платежі.

## 9. Страхування

Цей розділ включає чотири основних умови страхування: що страхується, від яких ризиків, хто страхує, на чию користь проводиться страхування.

Звичайно при угодах товари страхуються від ризиків пошкодження або втрати при транспортуванні. У збірнику "Інкотермс" викладені обов'язки щодо здійснення транспортного страхування при різних базисних умовах. Так, при "сіф" страхування зобов'язане зробити продавець, на умовах "каф" і "фоб" - покупець, при умовах "франко-склад" в обов'язок продавців входить страхування з моменту відвантаження устаткування із заводу-виробника до його розміщення на складі.

Якщо контрактом не оговорене інше, то зовнішнє страхування звичайно здійснюється продавцем на умовах "відповідальність за всі ризики". Найчастіше ці ризики перелічуються.

Покупці страхують товари в свою користь чи на користь одержувачів вантажу. Коли страхування входить до обов'язків продавця, воно здійснюється на користь покупця чи третьої особи.

Страхові поліси звичайно входять у комплект платіжних документів, що надаються покупцям.

## 10. Форс-мажорні обставини

Майже всі контракти купівлі-продажу містять умову, що дозволяє переносити термін виконання договору чи взагалі звільняє сторони від повного або часткового виконання зобов'язань. Це відбувається у разі настання після укладання контракту не залежних від сторін обставин, що перешкоджають виконанню договору. Такі обставини називаються обставинами нездоланної сили або форс-мажорними. До них звичайно відносяться пожежі, повені, землетруси та інші стихійні лиха, воєнні дії, урядові заходи. У контракті необхідно дати перелік цих обставин.

При настанні форс-мажору термін виконання зобов'язань для сторони, на котру впливають ці обставини, відсувається на весь період їхньої дії і ліквідації наслідків. Контрактом повинно передбачатися, що при настанні

форсу-мажору необхідно проінформувати свого партнера про це і представити підтверджуючі документи, наприклад, свідоцтва національної торговельної палати.

У контракті повинен бути зазначений граничний термін, після якого сторони мають право анулювати взаємні зобов'язання. При цьому оговорюється, що жодна зі сторін не буде вимагати від іншої відшкодування збитків.

## **11. Вирішення спорів**

У цьому пункті контракту встановлюється порядок вирішення спорів, що можуть виникнути між сторонами. Звичайно всі суперечки і розбіжності, що можуть виникнути при виконанні договору, допускаються шляхом переговорів між сторонами. У випадку неможливості їхнього врегулювання мирним способом у контракті обмовляється можливість звертання в господарський суд.

### **Питання для самоконтролю**

1. Що таке договір та за якими нормативними актами України він складається?
2. Наведіть класифікацію договорів та дайте їх визначення?
3. Назвіть істотні умови договору за українським законодавством?
4. Які форми укладання контрактів можуть бути?
5. В чому полягає суть базисних умов контракту?
6. Що таке “Інкотермс” та за якими тематичними категоріями він згрупован?
7. Назвіть перелік умов “Інкотерм”? У чому їх різниця?
8. Що в себе включає преамбула договору?
9. Наведіть структуру договору?
10. В чому полягає суть ціни в договорі та назвіть її види?
11. Які існують способи платежу та у чому їх різниця?
12. Наведіть форми розрахунків по договору?

## РОЗДІЛ ІХ. КОНКУРЕНЦІЯ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### ГЛАВА 1. СУТНІСТЬ КОНКУРЕНЦІЇ

Однією з рушійних сил підприємництва є конкуренція. Існують різноманітні форми й методи конкурентної боротьби, що по-різному впливають на підприємницьку діяльність і конкурентоздатність фірми. Конкуренція відіграє важливу роль як найважливіший фактор розвитку ринкової системи в цілому, змушуючи підприємців мобілізувати всю енергію і здібності для підвищення конкурентоздатності своїх підприємств. Одночасно вона виступає поряд з механізмом взаємодії попиту та пропозиції елементом механізму ринкового саморегулювання.

**Конкуренція** (від лат. *concurrere* — зіштовхуюся, змагаюся) як економічна категорія — *боротьба (в тому числі змагання, зіткнення, взаємодія) між виробниками (продавцями) за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів і послуг, за одержання максимального прибутку.*

У разі зіткнення інтересів окремих виробників або продавців товарів і послуг кожний з них намагається довести свої переваги, забезпечити більш вигідне і стабільне положення, в тому числі за рахунок ослаблення чи навіть банкрутства конкуруючих підприємств. Конкуренція — найважливіший елемент механізму ринкового саморегулювання. Вона лежить в основі підприємницьких рішень щодо цін, обсягів продажів, ринкової стратегії в цілому.

Конкуренція — економічний закон, що виражає стійкі причинно-наслідкові зв'язки між товаровиробниками, з одного боку, і споживачами їхньої продукції — з іншого, внаслідок чого підприємці змушені знижувати витрати, підвищувати якість товарів і послуг, тобто боротися за зростання їхньої конкурентоздатності.

Не випадково Й. Шумпетер визначав конкуренцію як боротьбу старого і нового. **Методами** цієї боротьби можуть бути:

- зростання якості товарів і послуг;
- відновлення асортименту продукції, її дизайну;
- надання передпродажних, гарантійних і сервісних послуг;
- тимчасове зниження цін;
- укладання угод з конкурентами за умовами товарної фінансової політики та ін.

Сутність конкуренції найбільш повно розкривається у її **функціях**. Вона сприяє:

- розширенню підприємствами масштабів виробництва, підвищенню продуктивності праці і за рахунок цього зниженню витрат виробництва на одиницю продукції, а отже і ціни;
- економії ресурсів (природних, матеріальних, трудових, фінансових та ін.);
- упровадженню досягнень науки і техніки у виробництво, що обумовлює зростання продуктивності праці;
- поліпшенню якості продукції та обслуговування (у тому числі після продажного) споживачів;
- перерозподілу капіталу між галузями і вирівнюванню норми прибутку в різних сферах і галузях економіки;
- створенню умов для банкрутства відсталих і непотрібних суспільству підприємств (їхньої продукції), росту на цій основі безробіття;
- виникненню економічних криз;
- посиленню процесу диференціації товаровиробників, тобто збагаченню одних та руйнуванню інших (перемагає найсильніший);
- монополізації економіки.

Таким чином, конкуренція має як позитивні, так і негативні сторони, що впливають на економічну поведінку підприємця. Їхнє співвідношення залежить від видів і форм конкуренції, впливу на неї регулюючої діяльності

держави.

Слід відзначити, що деякі негативні сторони є такими тільки з певної точки зору, тобто відносними. Наприклад, зазнає банкрутство підприємство, що випускає продукцію, що ніхто не купує. Отже, вона не потрібна суспільству. Тому крах подібного підприємства — трагедія тільки для його хазяїна і зайнятих на ньому працівників. А для суспільства, навпаки, це добре, оскільки з економіки йдуть марнотрати трудових і матеріальних ресурсів, аналогічно й у відношенні економічних криз. Для окремих підприємств і працівників – це життєвий крах, а для суспільства в цілому — благо, форма розвитку продуктивних сил, передумова переходу на якісно нову технологічну і технічну базу розвитку, що спричиняє і відповідні зміни у виробничих відносинах, соціальній структурі суспільства.

## ГЛАВА 2. ФОРМИ І МЕТОДИ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ

Сутність конкуренції і її функцій змінюються у процесі еволюції економічної системи.

**Вільна конкуренція** панувала на нижчій стадії капіталізму. Для неї характерні: велика кількість конкурентів-виробників і конкурентів-покупців, вільний доступ товаровиробників до будь-якого виду діяльності. У цих умовах процес ціноутворення відбувався внаслідок вільної (без будь-яких обмежень) і стихійної взаємодії попиту, пропозиції і цін, що означає саморегулювання економічної системи, *ціновий характер* конкурентної боротьби. Товаровиробники орієнтуються на задоволення потреб споживачів. Ідеальною моделлю в цій схемі є ситуація, коли споживач завжди правий і повністю виключається його дискримінація.

При вільній конкуренції жодна з фірм не може впливати на ринкову ціну. У певній мірі таким вимогам у сучасних умовах відповідають ринки сільськогосподарської продукції, цінних паперів і послуг. У тривалому проміжку часу ціни тяжіють до суспільно необхідних витрат виробництва.

Вільна конкуренція виявляється у формі внутрішньогалузевої і міжгалузевої.

**Внутрішньогалузева конкуренція** — боротьба між товаровиробниками, які діють в одній галузі народного господарства і виготовляють однорідну чи взаємозамінну продукцію.

Основним методом боротьби при такій конкуренції є *зниження витрат виробництва*. Щоб воно не призвело до зменшення чи зникнення прибутку, підприємства повинні впроваджувати у виробництво останні досягнення науки й техніки, нові форми й системи заробітної плати, удосконалювати форми організації виробництва і праці і т.п.

Іншим важливим методом конкурентної боротьби в умовах внутрішньогалузевої конкуренції є *поліпшення якості продукції*. Це дає можливість підвищити ціни в порівнянні з цінами конкурентів, якщо якість їхньої продукції нижче.

**Міжгалузева конкуренція** — конкуренція між товаровиробниками, які діють у різних галузях народного господарства і випускають різні види продукції.

Через різні умови виробництва в галузях підприємці одержують при однакових витратах капіталу неоднакову норму і масу прибутку. Тому товаровиробники, які одержують менший прибуток, намагаються перекинути свої капітали в галузі, де він вище. Це здійснюється шляхом репрофілювання виробництва, продажу акцій менш перспективних галузей через механізм фондової біржі і придбання акцій більш перспективних підприємств та ін.

У сучасних умовах міжгалузевий перелив переважної частини капіталу відбувається в границях багатогалузевих концернів і конгломератів. З виникненням монополій вільна конкуренція перетворюється в монополістичну, чи недосконалу.

**Монополістична конкуренція** ведеться між великими компаніями (усередині монополізованого сектора, між членами групових монополій) і дрібними / середніми фірмами. Це *боротьба за монополізацію ринків збуту, джерел сировини, енергії, одержання державних контрактів, кредитів,*



володіння інтелектуальною власністю (патентами, ліцензіями і т.п.). Її найважливішими рисами є встановлення монополюючо високих цін і присвоєння на цій основі монополюючо високих прибутків (монополюючого надприбутку, тобто вище середньо галузевої норми прибутку).

Щоб одержати ці прибутки, великі компанії-монополісти використовують рекламу, розширюють кількість післяпродажних послуг, поліпшують якість продукції, її корисні властивості та ін. Узагалі компанія-монополіст не може безмежно підвищувати ціни, оскільки це призводить до скорочення попиту на її продукцію, отже і обсягу продажів.

**Цінова конкуренція** — боротьба між товаровиробниками за споживача шляхом зменшення витрат на виробництво, зниження цін на товари і послуги без істотної зміни їхньої якості й асортименту.

Підприємці при цьому нерідко завдаються до маніпулювання цінами (установлюють занижені ціни доти, поки товар не завоює ринок збуту, після чого значно підвищують їх), ціновим поступкам; сезонним розпродажам і т.п. Важливою рисою цінової монополістичної конкуренції є *цінова дискримінація* (наприклад, диктат транспортних компаній під час перевезення сільськогосподарської продукції, що швидко псується), при якій той самий товар або послугу продають різним групам покупців за неоднаковими цінами.

**Нецінова конкуренція** — боротьба між товаровиробниками за споживачів шляхом впровадження у виробництво досягнень науково - технічного прогресу, що визначають нові споживчі властивості товару, поліпшення якості продукції, її асортименту.

Крім того, для завоювання великих ринків збуту компанії подовжують терміни гарантійного обслуговування, надають покупцям привабливий кредит та ін.

Здебільшого неціновий характер конкуренція має в умовах панування *олігополістической структури ринку* (тобто контролю декількох великих компаній над виробництвом і збутом продукції певного виду). У даному разі

конкуренції властива певна стабільність цін (оскільки відбувається їхнє узгодження між декількома потужними компаніями), що дістала форму *"лідерства в цінах"*. Щоб запобігти проникненню інших підприємств на свій ринок, великі компанії здійснюють патентування і ліцензування нових винаходів, загрожують введенням нових виробничих потужностей і перенасиченням ринків товарами і т.п. Нецінова конкуренція повніше виражає інтереси споживачів.

Різновидом недосконалої конкуренції є **нечесна конкуренція**, що *ведеться переважно неекономічними методами* (підкуп чиновників, промислове шпигунство, укладання таємних угод про єдину політику цін і навіть диверсії проти конкурентів).

### **ГЛАВА 3. КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

На відміну від конкурентоздатності товару, що може мати як коротко -, так і довгостроковий характер, **конкурентоздатність підприємства** слід оцінювати лише в тривалому періоді. Вона означає *наявність важливих відмінностей даного підприємства від підприємств-конкурентів за рівнем ефективності господарської діяльності, формою прояву якої є здатність пристосовуватися до умов економічної кон'юнктури і задовольняти своїми товарами і послугами попит споживачів.*

До найважливіших факторів, що впливають на конкурентоздатність підприємства, відносяться:

- впровадження у виробництво досягнень науки і техніки;
- зростання обсягів виробництва і місткості ринку;
- удосконалення системи діючих на підприємстві стимулів до праці;
- позиції конкуруючих підприємств та ін.

Сучасна теорія і практика підприємництва вказують, що основним засобом підвищення конкурентоздатності, є **реструктуризація** на різних

рівнях економічної системи:

- на *національному* рівні вона припускає перерозподіл частки відділених секторів у валовому внутрішньому продукті, зайнятості, експорті й імпорті, ресурсному забезпеченні, пільгах та ін.;

- *галузєва* реструктуризація означає зняття з виробництва чи модернізацію неконкурентоспроможних, нерентабельних виробів, розробку й освоєння нової продукції, удосконалення технологій;

- реструктуризація *підприємств* означає входження на ринок нових підприємців, швидке зростання високоефективних компаній, згортання чи модернізацію збиткових підприємств.

Відмінності між підприємствами-конкурентами за рівнем ефективності господарської діяльності визначають на основі аналізу стратегічних показників їхнього розвитку. До таких належать динаміка активів, динаміка продажів і динаміка прибутку:

- *активи* — сукупність майна, фондів (машин, устаткування, будинків, споруджень, матеріальних запасів, вкладень у цінні папери, банки, патенти та ін.), ресурсів підприємців;

- *динаміка активів* — відношення приросту загальної суми активів у звітний період до загальної суми активів попереднього періоду;

- *динаміка продажів* — відношення приросту продажу товарів і послуг у поточному році до обсягу продажів у попередньому році;

- *динаміка прибутку* — відношення приросту прибутку в поточному році до обсягу прибутку в попередньому році.

Конкретною формою ефективності господарської діяльності підприємства є *показники рентабельності (прибутковості)* підприємницької діяльності, що вимірюється як кратне від ділення величини прибутку на обсяг витрат.

Для оцінки конкурентоздатності підприємства найбільше підходить коефіцієнт чистого прибутку:

*Коефіцієнт чистого прибутку=*

**Чистий прибуток після сплати податків**  
**Виторг від продажу**

Для досягнення успіху в реалізації підприємницької ідеї головне завдання — знайти для підприємства місце на ринку. Найкращий варіант такого пошуку — виявлення ще не освоєного конкурентами ринку. З цією метою попередньо проводять **сегментацію ринку**. Важливими об'єктами сегментації є конкуруючі підприємства на ринку, окремі групи товарів і послуг та споживачі.

При проведенні сегментації ринку підприємець повинен знайти таку групу покупців, потреби яких будуть постійно зростати, а підприємство зможе їх найбільш повно задовольняти, забезпечуючи тим самим стабільне зростання прибутків. На цьому етапі підприємницької діяльності основне завдання полягає у виявленні конкуруючих підприємств, товарів-аналогів чи товарів-замінників, здатних замінити виготовлені його підприємством товари. Після цього визначають сильні й слабкі сторони конкурентів, обґрунтовують їхні ймовірні тактику і стратегію.

*Щоб виявити сильні й слабкі сторони конкурента, необхідно знати:*

- ринкову нішу, яку він займає;
- обсяг його товарообігу;
- якість і кількість товарів, на які переважно орієнтоване підприємство;
- форму і дизайн продукції, наявність торгової марки;
- гарантійний і післягарантійний терміни обслуговування покупців;
- організацію збуту, зокрема умови й терміни постачання товарами, розміщення складських приміщень, способи транспортування і вартість цих операцій та ін.;
- якщо товари конкуруючих підприємств експортують за кордон, необхідно з'ясувати, в які країни, яку ринкову нішу вони там займають і т.д.

Аналіз конкуруючих товарів завершується визначенням їхньої

**конкурентоздатності** — здатності відповідати вимогам споживачів у порівнянні з іншими конкуруючими товарами. Існує безліч методик визначення конкурентоздатності продукції. До числа найбільш прогресивних, приміром, можна віднести відому систему *"шість сигм"* (*Six Sigma*). Створена компанією "Моторола" наприкінці 80-х років минулого століття, ця система спрямована на усунення помилок і дефектів у виробництві продукції й у такий спосіб забезпечує вихід продукції із заданими параметрами конкурентоздатності.

Система заснована на статистичних методах. Стандарт "шість сигм" — це такий рівень ефективності, при якому на кожен мільйон можливих несправностей чи операцій приходиться більше трьох фактичних дефектів, при цьому втрати підприємства складають не більше 10% від обсягу її продажів (ОП) (див. табл. 9.1).

**Таблиця 9.1** Методика визначення конкурентоздатності продукції – система "шість сигм".

Оцінка	Число дефектів на мільйон	Вартість низької якості	Рівень конкурентоздатності
6 сигм	3 – 4	< 10% від ОП	світовий клас
5 сигм	233	10 – 15% від ОП	світовий клас
4 сигми	6210	15 – 20% від ОП	середня по галузі
3 сигми	66807	20 – 30% від ОП	середня по галузі
2 сигми	308537	30 – 40% від ОП	неконкурентоспроможна
1 сигма	690000	-	неконкурентоспроможна

До початку ХХІ ст. стало очевидно, що теорія і практика конкурентоздатності закінчила пожинати плоди класичних розробок в області традиційних маркетингу і менеджменту. Усі рішення, спрямовані на підвищення рівня конкурентних переваг у ХХІ ст., з ексклюзивного знання перетворилися в стандартний набір інструментів. Підприємництво в цьому розумінні стало однорідним на всій нашій планеті.

Усе важче стає створити конкурентну перевагу за рахунок рідкості ресурсу, обмеженості інформації, надійності охорони новацій. Інформаційні

мережі миттєво надають будь-яку інформацію про ціни, якість, терміни і вартість доставки товарів як до споживачів, так і конкурентам. Усе це виявляється у зростаючому товарному достатку, при цьому товари все більш наближаються один до другого за якісними характеристиками, оскільки так само швидко поширюється інформація про технологічні новації. Ніяка конкурентна перевага не зможе існувати тривалий термін.

Ще в 1997 р. про настання переломного моменту в розвитку конкурентоздатності заявив П. Друкер. Його ідеї мають принципове значення для теорії і практики створення конкурентних переваг. Згідно з П. Друкером:

- у сучасних умовах створення конкурентних переваг, по-перше, повинно бути поставлене на потік. Тобто інновації в бізнесі повинні впливати одна за другою, і чим швидше, тим краще;

- по-друге, мало створити новий продукт, треба ще переконати покупця в тому, що цей продукт адекватний його способу життя фізіологічно і духовно.

Недивно, що ставка у вирішенні подібних задач робиться не на технології, не на організацію, не на маркетинг і навіть не на стратегію. Революційність, що відбувається, полягає в тому, що все поставлено на людину і її головний сучасний ресурс — творчість. Причому якщо десять років тому думали, що генерувати новації повинні одиниці обдарованих винахідників, то тепер мова йде про командну творчість, що, в свою чергу, також стає об'єктом підприємництва, для чого вже стали створюватися креативні компанії. Суть креативного мислення полягає у виведенні предмета дослідження за рамки існуючого контексту. Наприклад, конструктори, удосконалюючи в традиційній манері який-небудь інструмент, скажімо, дріль, розробляють більш зручну рукоятку, додають електронні регулювання швидкості і т.п. А згідно з креативним мисленням, споживачеві потрібний не стільки сам інструмент, скільки результат його роботи, у нашому випадку — це дірки. Причому інструмент, за допомогою якого вони зроблені, значення не має.

## Питання для самоконтролю

1. Які основні позитивні і негативні сторони конкуренції?
2. Чим внутрішньогалузева конкуренція відрізняється від міжгалузевої?
3. Які методи конкурентної боротьби використовують в умовах вільної конкуренції?
4. Чим монополістична конкуренція відрізняється від олігополістичної?
5. Чим відрізняється цінова конкуренція від нецінової?
6. У чому полягає сутність нечесної конкуренції?
7. Які основні показники конкурентноздатності підприємства?
8. Що таке коефіцієнт чистого прибутку і для чого він застосовується?
9. Що потрібно знати щоб виявити сильні і слабкі сторони конкурента?
10. Що таке конкурентноздатність і які методики її визначення існують?

## РОЗДІЛ X. ВИТРАТИ ВИРОБНИЦТВА І ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

### ГЛАВА 1. СУТНІСТЬ І СТРУКТУРА ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА

Після визначення маркетологами потреб і побажань споживачів підприємство починає виготовлення необхідних товарів і послуг. Для цього треба попередньо закупити засоби виробництва, робочу силу, тобто здійснити певні витрати виробництва. Щоб одержати згодом втілений в товарах і послугах прибуток, а також відшкодувати витрати, підприємець повинен проводити зважену цінову політику.

**Витрати виробництва** — *витрати на придбання основних факторів виробництва: робочої сили, засобів виробництва (засобів і предметів праці, в тому числі землі) для виготовлення продукції протягом певного періоду.*

У західній економічній літературі до витрат виробництва відносять витрати на придбання землі, найманої праці, капіталу і *роботи підприємців*, що вимірюються розміром прибутку, або підприємницьким доходом.

Витрати виробництва, як правило, менше, ніж величина авансованого капіталу, оскільки до них відноситься вся вартість основного капіталу, а до витрат виробництва — тільки вартість їхнього зношування (амортизація).

Витрати виробництва підприємства розділяють на явні й неявні:

- **явні** — це витрати на відшкодування використаних факторів виробництва, що підлягають безпосередній грошовій оплаті. До них відносяться: оплата робочої сили (заробітна плата), капіталу (основного й оборотного), землі (орендна плата), а також транспортних і комунальних послуг, відсотків по кредиту та ін. Сукупність усіх явних витрат називають **собівартістю продукції**. Явні платежі відображаються в бухгалтерському обліку, внаслідок чого їх називають *бухгалтерськими витратами*. У ці витрати прибуток підприємця не входить;

- **неявні (чи альтернативні)** — витрати, що не оплачуються



підприємством. До них зараховують нормальний прибуток підприємця і гроші, які могло б одержати підприємство у випадку більш вигідного використання власних ресурсів. Витрати виробництва, до яких відносяться нормальний прибуток підприємця та інші неявні витрати, називають *економічними*. Вони складаються з явних і неявних витрат. З такого розуміння сутності альтернативних витрат для підприємця випливають конкретні висновки: він повинен орієнтуватися насамперед на те, щоб альтернативні витрати при виробництві певного товару чи послуги були по можливості меншими.

На основі висновку про мінімізацію витрат зважаються і ключові питання, що стоять перед ринковою економікою:

- *що* виготовляти (які з можливих товарів і послуг будуть користатися попитом у певний період)?

- *як* робити (з використанням якої техніки і технології, при якій комбінації виробничих ресурсів)?

- *для кого* (для якої групи споживачів, що буде здатна їх купити)?

Якщо виходити з того, що метою діяльності кожного підприємця є одержання прибутку, то альтернативні витрати в кількісному аспекті — це різниця між прибутком, яку можна одержати при найбільш вигідному способі використання виробничих ресурсів, і тієї, котра отримана реально.

Оскільки процес суспільного виробництва відображає два різних типи відносин (взаємодія людини з природою і взаємини між людьми), то критеріїв мінімізації альтернативних витрат чи максимізації прибутку недостатньо для найбільш раціонального використання обмежених ресурсів. *Додатковими критеріями* виступають: збереження навколишнього середовища; розвиток людини; найбільш повне задоволення потреб споживачів; ріст життєвого рівня населення й ін.

Найбільш ефективно комбінування ресурсів (найбільш раціональне їхнє використання) можливо за умови їх повної вовлеченості (економічного використання у виробництві всіх придатних ресурсів) і повних обсягів

виробництва (максимально можливих при даному рівні розвитку техніки і технології).

Похідним від поняття "економічна ефективність" є поняття "**порівняльна перевага**", тобто *здатність підприємця виготовляти товари з меншими альтернативними витратами*. Він повинен знайти такий вид діяльності у певній галузі, де він мав би порівняльну перевагу.

Витрати на виробництво також розділяють на постійні і змінні:

- **постійні витрати** — це витрати на деякі види заробітної плати, оплату адміністративного управління підприємства, окремі комунальні витрати, майнові податки, витрати на будівництво і модернізацію виробничих споруд і ін.;

- до **змінних** відносять: витрати на відрядно-преміальну частину оплати праці, витрати на енергію, тепло, сировину, комплектуючі матеріали, транспортування, зберігання, відсотки за кредити, штрафні санкції та ін.

**Структура собівартості** передбачає витрати *по елементах*, класифікація яких використовується для розробки кошторису витрат на виробництво. В основні елементи планової калькуляції виготовленої продукції входять: матеріальні витрати, витрати на оплату робочої сили, амортизацію основних фондів, відрахування в різноманітні фонди (пенсійний, фонд зайнятості) та ін. Ці елементи витрат формують повну собівартість продукції.

Таким чином, до витрат виробництва відносять: витрати на сировину, паливо і матеріали, транспорт, заробітну плату, амортизаційні відрахування, поточний ремонт, підготовку кадрів, рекламу, канцелярські й поштово-телеграфні витрати, електроенергію, відрахування на соціальне страхування, плата за трудові і природні ресурси, відсотки по кредиту, послуги сторонніх організацій (крім витрат на капіталовкладення), допоміжні виробництва.

У традиційному розумінні **собівартість** — це *скалькульовані за певною методикою витрати, рознесені певним чином на одиницю готової продукції наприкінці звітнього періоду*.

Наприкінці ХХ — початку ХХІ ст. в умовах різкого зростання цін на ресурси, а також жорсткої конкуренції мова йде про **нове осмислення собівартості як об'єкта керування**. Воно полягає у відході від її розуміння через динаміку цифр до управління собівартістю як процесом формування витрат. Сьогодні значна частина підприємців, усвідомлюючи роль виразу: "хто керує собівартістю як процесом формування витрат, той керує підприємством", активно реорганізують систему керування фінансами й обліку.

Зміст змін, що відбуваються, можна проілюструвати на наступному прикладі. Карлос Гон, який очолює з червня 1999 р. компанію Nissan Motor Co. (діяльність якої з 1996 р. була збитковою, а борги склали більше 10 млрд. доларів), одержав прізвисько "убивця витрат" – за прихильність до економії і жорсткі методи, якими він домогся цієї економії. Протягом 2001, 2002 фінансового року передбачалося закрити п'ять заводів Nissan Motor Co. Для тих, кого не звільнили (з 130 тис. звільнено 30 тис. працівників), Гон подовжив робочий день (з 3600 до 4400 годин на рік), скоротив майже вдвічі число постачальників, розпродав власну дилерську мережу. Дії Гону відразу принесли результат. Вже в першій половині 2000 фінансового року прибуток Nissan Motor Co. склала 1,6 млрд. доларів, а в 2002 фінансовому році — 4,19 млрд. доларів прибутку. Витрати зменшилися на третину. Гон одержав блискучі результати, доклавши максимум зусиль до скорочення трьох основних статей витрат — закупівля, збут і персонал.

Товаровиробники в умовах загострення конкуренції повинні прагнути до цілеспрямованого формування витрат виробництва, або керування собівартістю продукції. Це обумовлено тим, що скорочення собівартості є основою для зниження цін, що, в свою чергу, дають підприємцю можливість підвищити конкурентоздатність. Так, для зниження витрат, пов'язаних з використанням основних фондів, необхідно поліпшувати якість машин, устаткування, споруд, зменшувати частку пасивної частини основних фондів (кількість складських приміщень, інших споруд, тари та ін.). Особливо слід піклуватися про зниження непродуктивних витрат (штрафів, відшкодування збитків і т.п.), пов'язаних з невиконанням підприємством своїх договірних зобов'язань. До таких витрат відносять також прогули працівників, брак у їхній роботі.

В основу цін покладені не будь-які, а *суспільно необхідні* витрати. Вони формуються на підприємствах, що поставляють на ринок основну масу товарів і мають середні в даній галузі продуктивність та інтенсивність праці. Такі середні показники формуються при умовах переваги на цих підприємствах працівників із середнім рівнем освіти і кваліфікації, а також при відповідних здібностях підприємця й управлінського персоналу і т.п.

## ГЛАВА 2. СУТНІСТЬ І ВИДИ ЦІН

Ціна — певна сума грошей, які виручають за проданий товар. Повніше сутність ціни визначається в умовах капіталістичного товарного виробництва, оскільки в основі товарних цін лежать не тільки суспільно необхідні витрати виробництва, але і *співвідношення між попитом та пропозицією*.

Прибуток утворюється внаслідок міжгалузевої конкуренції з урахуванням зміни попиту та пропозиції, переливу капіталу в ті галузі, виробництво товарів в яких не задовольняє потреби покупців, відповідного коливання цін (їхнього росту у разі незадоволення платоспроможного попиту і зниження при перевищенні пропозицією попиту). При рівновазі попиту та пропозиції формується **ціна рівноваги**.

З виникненням монополій, олігополій (групи монополій) процес ціноутворення ускладнюється, зокрема виникають монопольно високі й монопольно низькі ціни. З обліком цього доцільно дати наступне визначення ціни.

**Ціна** — *грошове вираження монопольної ціни виробництва, в якому відображається дія законів вартості, попиту та пропозиції, панування монополій, у тому числі олігополій*.

**Монопольні ціни** — *це насамперед ціни виробництва*. Зосереджуючи сучасні технології, техніку і кваліфіковану робочу силу, впроваджуючи самі

прогресивні форми й методи організації виробництва і праці, підприємства і філії гігантських компаній домагаються найбільш низьких витрат виробництва (а отже і собівартості). Оскільки на цих підприємствах виробляють основну масу продукції (наприклад, в автомобільній промисловості США на частку трьох найпотужніших корпорацій - так званої "детройтської трійки" - приходиться 93,7% загального випуску легкових автомобілів), то однією з основ цін на певний вид товарів стають витрати виробництва на великих підприємствах.

Сутність ціни комплексно розкривається у виконуваних нею **функціях**: обліковій, розподільній і стимулюючій:

- *облікова* функція ціни полягає в тому, що завдяки їй виявляється кількість суспільно необхідної, а отже і корисної праці. Праця, що перевищує цю величину при виробництві поновлюваних товарів, не визнається споживачами, а тому стає зайвою;

- *розподільна* функція ціни реалізується у процесі всередині - і міжгалузевої конкуренції:

- при внутрішньогалузевій конкуренції перерозподіл вартості, насамперед додаткової, здійснюється на користь тих підприємств, на яких витрати виробництва нижче, ніж суспільно необхідні, а якість товарів вище;

- при міжгалузевій конкуренції перерозподіл додаткової вартості відбувається через механізм переливу капіталів на користь тих галузей, в яких виробляють товари і послуги, що відповідають індивідуальним, колективним і суспільним потребам;

- *стимулююча* функція ціни перебуває під тиском ринкових цін на підприємств через механізм конкуренції з метою впровадження нової техніки і технології, більш досконалих форм і методів організації виробництва і т.п.

Залежно від форм конкуренції розрізняють:

- *ринкові* ціни (в умовах чистої конкуренції);
- *олігопольні* (в умовах панування олігополій);
- *монопольні* (в умовах абсолютної монополізації одним виробником

або продавцем відповідної сфери виробництва, а отже і збуту або лише збуту (монопсонія):

- *монопольно високу* ціну встановлює той товаровиробник, який займає монопольне положення у виробництві і на ринку, обмежує конкуренцію, враховує права споживачів, одержуючи внаслідок цього високі прибутки;
- *монопольно низьку* ціну встановлюють товаровиробники під тиском монополістів. Такий тиск зазнають дрібні й середні фірми у разі укладання контрактів з монополіями, під тиском транспортних і промислових компаній, при постачанні сільськогосподарської продукції на ринок, її переробці і т.п.

Залежно від типів ринкової системи виділяють регульовані й нерегульовані ціни.

Значну частину цін у розвинутих країнах світу *регулює* держава.

Так, у Швейцарії державний контроль над цінами охоплює майже 50% обсягу товарної продукції, причому в період економічної кризи він посилюється, розповсюджуючись майже на всі ціни.

Регульованими є і ціни на олігополістичному і монополістичному ринках. Таке регулювання з боку великих компаній здійснюється через механізм формування і регулювання попиту, обсягів виробництва продукції, практику "лідерства в цінах" та ін.

Класифікація цін передбачає їхній розподіл на оптові ціни підприємства, оптові ціни промисловості й роздрібні ціни:

- *оптова ціна підприємства* — ціна, що складається із собівартості і прибутку;

- *оптова ціна промисловості* — ціна, за якою оптові торгові організації після покупки у виробників товарів, продають їхнім підприємствам роздрібною торгівлі. Вони перевищують оптові ціни підприємств на величину торгової надбавки, що складається з витрат обороту і прибутку оптової торгової організації. *Витрати обороту* — витрати на транспортування, збереження, розфасовку, виплату заробітної плати працівникам оптової торгівлі та ін.;

- *роздрібна ціна* — ціна на товари, що продаються для особистого споживання в невеликих кількостях, у тому числі поштучно.

### ГЛАВА 3. ЦІНОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

Щоб компенсувати витрати виробництва й одержати щонайменше середній прибуток, підприємства повинні проводити оптимальну цінову політику.

**Цінова політика** — комплекс економічно обґрунтованих заходів щодо встановлення оптимальної ціни на товари і послуги, її зміни залежно від попиту, пропозиції і регулюючих дій держави.

В умовах ринку ціна — один з найбільш важливих синтетичних показників, що істотно впливають на фінансове становище підприємства. Воно прагне до того, щоб ціна товару була оптимальною з погляду інтересів як виробника, так і покупця. Рівень встановлюваної підприємством ціни на продукцію багато в чому визначається тим, які цілі воно ставить на найближчий час і на перспективу. В умовах ринкової економіки найбільш поширеними є наступні **цінові стратегії підприємства**:

- збереження стабільного положення на ринку при помірній рентабельності;
- одержання надприбутку шляхом "зняття вершків" з ринку;
- витиснення конкурентів;
- забезпечення виживаності в існуючих умовах ринку і запобігання банкрутству;
- упродовження на ринки нової продукції;
- завоювання лідерства по показниках якості та ін.

Кожна цінова стратегія має сукупність як позитивних, так і негативних характеристик. У реальній дійсності діяльність підприємства орієнтується на змішані стратегії ціноутворення.

**Процес ціноутворення на підприємстві** складається з наступних основних етапів (рис. 10.1):

- вибір мети (завдання) ціноутворення;
- визначення рівня попиту на даний вид продукції;
- оцінка витрат виробництва і ступеня регулювання цін на продукцію;
- аналіз цін і товарів конкурентів;
- вибір методу ціноутворення;
- розрахунок вихідної ціни виробу;
- встановлення остаточної ціни.



**Рис. 10.1** – Етапи процесу ціноутворення

Цінова політика залежить насамперед від типу підприємств (великі, середні, дрібні, монополістичні, олігополістичні та ін.). Так, в умовах панування на ринку декількох олігополістів (груповій монополії), як правило застосовується *практика "лідерства в цінах"*. Щоб уникнути виснажливої конкурентної боротьби найпотужніша компанія встановлює ціни на свої товари чи послуги. Інші олігополісти за спільною мовчазною згодою призначають таку ж або дещо більш низьку ціну (залежно від якості товару, термінів гарантійного обслуговування і т.п.).

При цих умовах підприємства повинні враховувати:

- непрямий вплив держави на рівень цін, зокрема заборону для двох і більше конкурентів підтримувати ціни на певному рівні;
- заборону монополістам нав'язувати свої ціни постачальникам і підприємствам торгівлі;
- здійснення цінової дискримінації;



- застосування демпінгу;
- можливість використання несумлінної цінової реклами.

Наприклад, якщо субпідрядники автомобільного заводу підвищують ціни на свої комплектуючі вироби, то завод може знайти інших постачальників або підняти ціни на автомобілі у відповідь на зростання цін на комплектуючі, або ж за рахунок керування витратами підняти ціни в меншому ступені, ніж постачальники.

Якщо ж ціни підвищують енергетичні підприємства для всіх учасників технологічного циклу, торгові підприємства можуть збільшити *постачальницько-збутову* надбавку, що сприятиме зниженню споживчого попиту населення і негативно вплине на обсяги виробництва даного товару.

На думку американського економіста Ф. Котлера, цінова політика підприємств втілюється в методах розрахунку цін на основі аналізу:

- беззбитковості й забезпечення цільового прибутку;
- рівня поточних цін, насамперед конкурентів (використовується здебільшого дрібними підприємствами);
- закритих торгів;
- цінності товару, тобто суб'єктивної оцінки покупцями споживчих благ товарів і послуг;
- високої якості при відносно низьких цінах, хоча така якість дає змогу їх підвищувати.

### Питання для самоконтролю

1. У чому полягає різниця між явними і неявними витратами виробництва?
2. Чим відрізняються бухгалтерські й економічні витрати?
3. Як співвідносяться між собою витрати виробництва і суспільно необхідні витрати?
4. У чому полягає сутність сучасної ціни?
5. Охарактеризуйте основні функції ціни?
6. Які основні види цін існують?
7. Чим оптові ціни підприємств відрізняються від оптових цін промисловості?
8. Дайте характеристику механізму реалізації цінової політики підприємства.

## РОЗДІЛ XI. ТОВАРНА І ЗБУТОВА ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

### ГЛАВА 1. ТОВАР І ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Товар - економічна категорія, що має дві сторони: споживчу вартість і вартість. Головна з них — вартість. Проте при виготовленні нового товару необхідно акцентувати увагу спочатку на споживчій стороні товару, тобто на його якості. Кваліфікований облік співвідношення споживчої вартості і вартості товару в умовах конкуренції лежить в основі зваженої товарної політики підприємства.

**Товарна політика підприємства** — комплекс економічно обґрунтованих заходів безперервно-циклічного процесу приведення можливостей підприємства у виробництві й конкурентоздатних товарах відповідно до ринкового попиту. Її основна мета полягає в найбільш раціональному розподілі виробничого, наукового, технологічного, трудового, фінансового, маркетингового потенціалу для виробництва товару на всіх стадіях його існування. Реалізація цієї мети припускає вирішення значного числа завдань, до основних з яких відносяться: визначення місткості ринку, його розподіл між підприємствами — конкурентами; вивчення їхніх товарів і товарної політики, сильних і слабких сторін щодо потенційних можливостей власного підприємства, перспектив впливу на процес створення конкурентоздатного товару, політичних, правових та інших факторів.

Реалізація зазначених завдань — єдиний процес розробки ефективної товарної політики. Об'єднання їх у єдиний інтегральний процес дає ефективні управлінські рішення про створення конкурентоздатного товару.

Слід підкреслити, що кваліфікована розробка товарної політики вимагає значних витрат. У той же час втрати, викликані помилками в розробці й реалізації товарної політики, багаторазово перевищують ці витрати.

Американські маркетологи наводять приклади про втрати підприємств на ринку

комп'ютерів при помилковій товарній політиці, які обчислювалися сумами, близькими до 500 млн. дол., тоді як витрати на кваліфіковану розробку такої політики на цьому ринку не перевищували декількох мільйонів.

Уникнути подібних втрат дозволяє вивчення властивостей товару, що лежать в основі товарної політики підприємства.

**Товар** — *продукт праці, що задовольняє певну потребу людини і виготовлений для обміну*. Разом з тим споживча вартість завдяки своїм властивостям задовольняти певні людські потреби є суспільною споживчою вартістю. Ці її властивості фокусуються в категорії "якість продукції".

**Якість товару (в тому числі послуги)** — *комплекс характеристик продукту праці, що визначають його корисність, насамперед для споживачів*.

**Основними характеристиками якості товару є:** 1) техніко-економічні; 2) економічні; 3) соціальні; 4) екологічні; 5) ергономічні; 6) естетичні.

До *техніко-економічних* характеристик якості товару відносять:

- *надійність* — здатність виробу зберігати необхідні властивості, безперебійно працювати в заданих режимах експлуатації або виконувати властиві йому функції протягом певного часу. Так, великі автомобільні фірми США з метою переконання споживачів у надійності своїх машин надають гарантію пробігу до 100 тис. км або на 5 років;

- *гарантійний термін* — проміжок часу, протягом якого підприємство (або від його імені — продавець товару) гарантує відповідність товару показникам якості, зафіксованим у паспортних даних, чи умовам договору при дотриманні покупцем вимог до експлуатації і збереження виробу. При цьому підприємство несе матеріальну і моральну (осуд з боку покупців) відповідальність за можливі дефекти, невідповідність товару показникам якості. Основні види гарантійного терміну:

а) експлуатації товарів тривалого користування (машин, устаткування, телевізорів і т.п.), що при цьому поступово змінюють свої споживчі якості;

б) збереження продукції, що поступово втрачає свої якості (продовольчі товари);

в) придатність товарів, що поступово погіршують свої споживчі якості (наприклад, електронні годинники);

- *довговічність* — сумарний термін служби виробу, якщо витрати на відновлення його роботи стають економічно не вигідними.

**Економічні** характеристики якості товару - його трудо -, матеріало -, енерго - і фондоємність, рентабельність виробництва, собівартість продукції та ін.

**Соціальною** характеристикою якості товару є його спрямованість на задоволення потреб усього суспільства або окремих соціальних шарів і груп (наприклад, виготовлення зброї вигідно насамперед працівникам військово-промислового комплексу) і навіть мафіозних та тіньових структур (виробництво наркотиків та ін.).

**Екологічна** характеристика якості товару — його нездатність завдати шкоду навколишньому середовищу (землі, водному і повітряному басейнам, людині, тваринному і рослинному світу).

**Ергономічна** характеристика якості товару - здатність створювати максимальні зручність і комфорт для людини, сприяти зростанню продуктивності праці, зменшувати витрати фізичної, розумової, нервової енергії.

**Естетичними** характеристиками виступають його форма, привабливість, зовнішній вигляд, відповідність сучасним вимогам моди та ін.

Крім якості товарів розрізняють якість *продукції, праці, виконуваних робіт і послуг*.

Для доведення до споживача (його ознайомлення) якісних характеристик товару необхідна *певна сукупність маркетингових заходів* — **підтримка товару**. Вона передбачає заходи щодо його обслуговування, упакування, транспортування, зберігання, раціонального використання.

*Основні етапи підтримки* товару містять в собі:

- упакування, маркірування (тобто виконання умовних позначень,

написів на упаковці товару чи самому товарі, що містять інформацію про нього), транспортування і збереження;

- забезпечення споживача необхідною документацією про товар, рекомендація з користування ним або вживання, надання гарантійних послуг;

- надання супутніх послуг, продаж супутніх товарів, без яких не можна використовувати основний (наприклад, фотоплівка для фотоапарата).

Крім того, для доведення якості товару до споживача застосовують продуману рекламу, дизайн, чітко налагоджений збут, надійне обслуговування, гнучку цінову політику. Для цього необхідні попередній ретельний облік усіх наявних на підприємстві ресурсів, а також техніко-економічне обґрунтування випуску нового товару.

Після того як товар потрапляє на ринок, він починає жити власним життям, що складається з окремих етапів. Їх розкриває концепція життєвого циклу товару, знайомство з якою — одна з важливих умов успішної діяльності підприємства.

**Життєвий цикл товару** — це певний період часу, протягом якого товар має життєздатність на ринку, тобто користується попитом, знаходиться в обороті і приносить доход товаровиробникам і продавцям.

Життєвий цикл товарів може тривати від декількох годин до декількох десятків років (наприклад, платні шляхи, метро). Він складається з таких **основних етапів**:

- *надходження товару на ринок*. На цьому етапі обсяги продажів невеликі, торгівля нерідко збиткова чи приносить незначний дохід, маркетингові витрати, насамперед на рекламу великі. У даній ситуації:

а) маркетингова політика передбачає доведення до покупців максимуму інформації про якісні характеристики товару, розкриття його корисних властивостей, переваг перед іншими товарами даного типу, вибір оптимальних каналів збуту і т.п.;

б) цінова політика варіює від занижених цін з метою розширення кола

покупців до престижної (високої) ціни, розрахованої на певну частину споживачів, що хочуть придбати унікальні товари найвищої якості. Для підприємства вигідно максимально скоротити цей етап;

- *зростання обсягу продажів*. На цьому етапі відбувається визнання покупцями товару, зростає попит на нього, збільшуються обсяги продажів і одержуваного доходу, знижуються витрати на рекламу. Цінова політика підприємства передбачає певне підвищення раніше занижених цін або деяке зниження престижних цін. У сфері виробництва в цей період важливо поліпшувати якість товарів і після продажних послуг, завойовувати на цій основі нові сегменти ринку;

- *етап зрілості*. У цей період здійснюється масовий випуск товару найвищої якості, отже досягаються максимальні обсяги продажів і величина одержуваних прибутків. Підприємство намагається знайти нові сфери використання товару, створити його нові модифікації. Цінова політика зводиться переважно до зниження цін (за рахунок масовості). Рекламна діяльність підприємства орієнтована на масового покупця. Як і на попередньому етапі, поліпшується якість післяпродажних послуг;

- *етап насичення ринку товаром*. Незважаючи на проведені підприємством заходи, обсяг продажу товару вже не зростає. На його зростання може вплинути тільки зниження цін. Залежно від цього прибуток підприємства може залишатися незмінним або частково знижуватися;

- *етап спаду*. Характеризується різким зниженням обсягу продаж, зменшенням прибутків. Продаж товару може бути збитковим.

Для того, щоб підприємство могло успішно конкурувати з іншими, підприємці або менеджери ще до початку четвертого етапу, тобто насичення ринку одним товаром повинні почати виробництво і виведення на ринок іншого товару. Це – один з законів діяльності підприємця. Разом з тим варто поступово зменшувати обсяги виробництва традиційного товару і навіть знімати його з виробництва.

Крім традиційної (типової) схеми життєвого циклу товару існують

класична, сезонна та ін. Так, *класична схема*, що відображається кривою (бум), передбачає, що вже на першому етапі підприємство добивається значних обсягів збуту і високих прибутків. Проте в даній та в інших схемах життєвого циклу важливо, щоб валова виручка від продажу забезпечила не тільки відшкодування витрат виробництва, але й одержання хоча б середнього прибутку.

Як відзначалося вище, одним із законів діяльності підприємця є створення нового товару ще на етапі насичення ринку старим товаром. Розглянемо, як створюється новий товар, що виступає важливим елементом товарної політики підприємства.

## **ГЛАВА 2. ЗАКОНОМІРНОСТІ СТВОРЕННЯ НОВИХ ТОВАРІВ**

**Новий товар** — це *товар, що за своїми якісними характеристиками принципово відрізняється від відомих раніше на ринку товарів або має вагомі якісні удосконалення в порівнянні з товарами-аналогами: додаткові функціональні можливості, нові споживчі властивості, форму, дизайн.*

Принципово новий товар є в основному результатом нових відкриттів і винаходів, тобто кардинально нових технічних рішень, що дають змогу значно поліпшити техніко-технологічний рівень виробництва, його ефективність і якість продукції.

Практика впровадження у виробництво нових товарів у розвинених країнах світу свідчить, що таких товарів менше 10%. Їхньому виготовленню передує, як правило, нова ідея про створення такого товару. Досвід підприємств і компаній показав, що з 90 ідей нових товарів реалізуються приблизно 1 – 2. Тому більшість нових товарів, що надходять на ринки розвинутих країн, не є принципово новими. Це товари, що були удосконалені і їхні якісні характеристики при цьому істотно не змінилися. Для менш розвинутих країн новими можуть бути товари, які відносно тривалий час

продавалися на ринках передових держав світу.

Найважливішими **етапами** створення і просування на ринку нового товару є:

- відбір продуктивної ідеї, що погоджується з основною метою діяльності підприємства, наявними ресурсами, ринками збуту;
- техніко-економічне обґрунтування створення дослідного зразка товару;
- розробка проекту;
- конструювання;
- створення моделі;
- виготовлення одного чи декількох дослідних зразків (і відповідної робочої документації);
- випуск невеликої серії.

Паралельно з цим вивчають ринок, зокрема попит споживачів на даний продукт, визначають коло потенційних покупців, яким маркетологи пояснюють користь нових товарів.

На етапі створення дослідних зразків товару дають *комплексне техніко-економічне обґрунтування*, в якому розраховують собівартість випуску продукції, визначають можливий рівень цін. При цьому беруть до уваги конкурентоздатність товару, наявність замовлень на внутрішньому і зовнішньому ринках. Щоб забезпечити такі замовлення, проводять рекламну кампанію. Після цього використовують *пробний маркетинг*, тобто постачання товаром невеликих за обсягом ринків, вивчають реакцію найбільш активних покупців, у разі потреби здійснюють доробку товару. Маркетологи повинні надавати покупцям максимально можливий обсяг інформації про переваги нового товару. При цьому визначають найкраще упакування для нього, уточнюють ціну, тривалість продажу пробної серії, проводять першу оцінку отриманих результатів, несприятливих моментів.

Велику роль у завоюванні нового ринку збуту може відіграти продаж



товару в святкові дні, на ярмарках, виставках.

Якщо застарілий товар знімається з виробництва, то паралельно слід раціонально вирішувати проблеми випуску запасних частин до нього, виконання гарантійних зобов'язань, надання ще на певний строк після продажних послуг.

Для успішного просування нового товару на ринках велике значення відіграє товарно-знакова символіка.

**Ринкова символіка товару** — комплекс елементів товарно-знакової символіки, за допомогою яких можна розрізнити однотипні товари або товари конкуруючих підприємств.

Основні елементи ринкової символіки: товарний знак, торгова марка, фірмове ім'я.

**Фірмове ім'я** — назва фірми (підприємства) як юридичної особи, його організаційно-правової форми, а також відображення основного змісту його діяльності, що дає змогу впізнати це підприємство і відрізнити його від інших. Наприклад: американська фірма "Макдональдс", українське підприємство «Наша Ряба».

**Товарний знак** — зареєстрований у встановленому порядку символ, малюнок або інше позначення, що проставляється на товарі чи його упаковці і дає змогу розрізняти товари різних підприємств.

Товарний знак — об'єкт промислової власності. Головні вимоги до нього: його індивідуальність, простота, пізнавальність, привабливість і труднощі підробки, тобто можливість офіційної реєстрації. Товарний знак повинен відрізнятися від відомих чи представлених на реєстрацію знаків.

Забороняється використовувати як елементи товарного знаку: емблеми, герби або прапори держав, міжнародних організацій, інші геральдичні позначення, географічні назви.

Право користування вже зареєстрованим товарним знаком може бути продано іншій фірмі, а у випадку його несанкціонованого використання

власник має право вимагати через суд компенсацію за нанесення збитків. Розробка нового товарного знаку — комерційна таємниця. На світовому ринку зареєстровано понад 5 млн. товарні знаки і маркірується до 70% виготовленої продукції. Використання товарного знаку в міжнародній практиці регулюється Мадридською угодою про Міжнародну реєстрацію знаків і Угодою про міжнародну класифікацію виробів і послуг для реєстрації знаків, укладеною в Німечці.

Щоб засвідчити реєстрацію товарного знаку і, отже, його охорону законом, вводять спеціальне позначення — ®, яке додатково свідчить про те, що він є об'єктом промислової власності, тобто специфічним товаром, що має вартість.

Так, товарний знак популярного напою "кока-кола" оцінений фірмою в 3 млн. дол.

Товарний знак являє собою частину товарної марки.

**Товарна марка (фірмовий знак)** — *символ (у складі імені, малюнка, символу або їхнього об'єднання) для позначення не одного товару, а всіх товарів даної фірми (підприємства).*

Товарний знак також є свідоцтвом якості товарів певної фірми (наприклад, легкових автомобілів німецької компанії "Мерседес"), він допомагає проникнути на нові ринки збуту, гарантує відповідальність фірми у разі продажу неякісних товарів.

В умовах перехідного періоду в Україні сформувалася індустрія нелегального виробництва (підробки) товарів відомих світових виробників.

У сучасних умовах з метою розпізнавання товарів, фірми і країни, в яких вони виробляються, використовують штрихове кодування товару. Воно здійснюється у формі нанесення на упакування товару штрихів різної товщини і цифр, у сукупності складових **штрих-код**, за яким установлюють вид товару, його приналежність до певної групи товарів, країну походження і деякі якісні характеристики. На світовому ринку кожній країні привласнюється свій номер і 13-значний код.

У момент продажу товару продавець проводить електронним олівцем

(сканером) по штриховій етикетці і комп'ютер видає чек покупцю. Разом з тим в обчислювальному центрі магазину фіксується зменшення кількості товару на складі.

Після випуску товарів до моменту їхнього продажу безпосередньому споживачу проводять такі операції, як сортування, розфасовка, упакування, транспортування, складування, зберігання, доробка (у разі потреби), доставка оптовим чи роздрібним покупцям та ін. Усі ці операції — етапи збутової політики підприємства.

### ГЛАВА 3. СУТНІСТЬ І ЗАВДАННЯ ЗБУТУ

Більшість людей сприймає поняття "збут товарів" і "продаж товарів" як синоніми. Але ці поняття не слід ототожнювати. Збут товарів є більш ємною категорією, у рамках якої продаж товарів — тільки один з її елементів.

Найпростіше визначення продажу товару — це його передача однією особою іншій і одержання за нього грошового еквівалента. Але крім того, перед актом купівлі-продажу товару відбувається діалог між продавцем і покупцем. Покупець просить показати товари-аналоги, нерідко запитує думку продавця про якість товарів; якщо це складний товар, просить показати його в дії і т.п. Звідси впливає визначення продажу.

**Продаж товару** — особисті економічні відносини між продавцем і покупцем щодо якості й ціни товару, спрямовані на передачу товару продавцем покупцю за грошову оплату.

Поряд з цим існує *бартерна торгівля* — натуральний товарообмін, при якому один товар обмінюється на інший без грошової оплати. Така торгівля при розвинутих товарно-грошових відносинах являє собою аномальне явище.

Оскільки продаж товару є тільки одним з елементів категорії "збут", розглянемо сутність збуту.

**Збут** — комплекс післявиробничих операцій, які здійснюють юридичні й

*фізичні особи з моменту виготовлення продукції до її продажу покупцю за грошову оплату.*

До таких операцій належать: доробка, сортування, розфасовка, упакування, транспортування, складування, зберігання, доставка оптовим і роздрібним покупцям і продаж. Операціями із збуту товарів займаються: транспортні підприємства, складські організації, збутові лабораторії, центри інформації зі збуту, організації оптової торгівлі й торгівлі на замовлення, товарні біржі, торгові доми, універмаги, спеціалізовані магазини, банки та інші фінансові установи, що спеціалізуються на торгових операціях.

Основними функціями збуту, в яких найбільш повно розкривається його сутність, є:

- продовження процесу безпосереднього виробництва, основними елементами якого виступають доробка і підготовка до продажу, що передбачає сортування, упакування і маркірування. Доробку товару нерідко здійснюють з метою його адаптації до місцевих умов, зокрема, до вимог регіональної системи стандартів;

- остаточне визначення вартості й ціни товару з урахуванням співвідношення попиту та пропозиції;

- підвищення конкурентоздатності товару за рахунок грамотної реклами, надання комплексу після продажних послуг та ін.;

- дослідження ринку, активний вплив на виробництво на основі вивчення потреб покупців.

Конкретизує категорію "збут товарів" поняття "канал збуту".

**Канал збуту** — *шлях товару від безпосереднього виробника до споживача, у тому числі оптовим і роздрібним продавцям. Цей шлях забезпечують окремі організації, фізичні особи.*

Розрізняють канали:

- нульового рівня (якщо продаж товару кінцевому споживачу здійснюється самим виробником);

- однорівневий (якщо між виробником і покупцем існує роздрібний

продавець);

- дворівневий (якщо між виробником і покупцем послідовно розміщуються оптовий і роздрібний продавці).

**Оптовий продавець** — юридична чи фізична особа, яка купує великі партії товарів у виробників і продає їх роздрібним продавцям або споживачам. Цей процес здійснюється через певну мережу оптових і дрібнооптових покупців-посередників (дилерів).

**Роздрібний продавець** — юридична чи фізична особа, яка купує товар у виробника чи оптового продавця і продає його кінцевому споживачу.

Продавати товар може і **комісіонер**, який має склад товарів і продає їх від свого імені, але за рахунок підприємства-виробника, тому що не має права власності на них.

Важливу роль у реалізації товару відіграють **дилери** (юридичні чи фізичні особи, які закупають продукцію оптовими партіями, стають її власниками і продають оптом або в роздріб), і **брокери** (особи, які продають товари, виступають посередниками між продавцями і покупцями, одержують за цю комісійну винагороду, але не стають при цьому власниками). Дилери спеціалізуються, як правило, на продажі товарів тривалого користування (автомобілі, устаткування і т.п.) і забезпечують покупців післяпродажним сервісом. Для цього вони можуть наймати необхідну кількість працівників, у тому числі роздрібних покупців.

Розкриття сутності й структури збуту дає змогу перейти до з'ясування його методів, що здебільшого здійснюється через товарні біржі, торгові дома, супермаркети та інші посередницькі структури і є основним методом збуту товарів.

**Товарна біржа** — постійно діючий ринок, де купівля-продаж товарів відбувається на основі встановлених стандартів і зразків і відповідних документів, що регламентують номенклатуру, обсяг, ціни, терміни й види постачання та інші умови.

Товарні біржі розділяються на міжнародні й національні, універсальні й

спеціалізовані.

На *універсальних* товарних біржах продають різноманітні промислові й сільськогосподарські товари.

Наприклад, на такій біржі в Чикаго продають пшеницю, кукурудзу, сою, бройлерів, золото, срібло, нафту, фанеру та ін.

*Спеціалізовані* товарні біржі призначені для продажу окремих товарів або їх родинних груп.

Наприклад, на Нью-йоркській біржі — це кава, какао і цукор. Існують лондонські біржі вовни, нафти і т.п. На спеціалізованій товарній біржі в Лондоні (де продають каву, какао, цукор) за торговий день укладають до 2,5 тис. контрактів на какао в обсязі 10 т кожний, а на Лондонській біржі металів щороку — 14 млн. контрактів.

На біржах здійснюють два види товарообігу: реальний і ф'ючерсний:

- *реальний* товарообіг передбачає перехід товару від продавця до покупця. На такі постачання приходиться до 10% світової торгівлі відповідними товарами;

- при *ф'ючерсному* товарообігу відбувається продаж прав на товар (наприклад, на майбутній урожай), тому наявність самого товару тут не обов'язкова. Різниця між цінами контракту на день його підписання і виконання виплачує продавець (якщо ціна виросла) або покупець (якщо ціна знизилася). У разі можливих збитків, обумовлених зміною цін на ринку в майбутньому, ф'ючерсні контракти страхують - проводять так зване *хеджировання*. Операції хеджирування — основна сфера діяльності товарних бірж. На них приходиться до 60% обсягу всієї діяльності.

Важливу роль у діяльності товарних бірж відіграє котирування цін. Для цього створюють котирувальні комісії. *Котирувальні ціни*, як правило, установлюють на рівні середніх серед представлених продавцями. Котирувальна комісія фіксує їх на момент відкриття біржі, усередині торгів, наприкінці дня і публікує. Крім того, на біржі встановлюють стандарти на біржові товари, розробляють типові контракти, здійснюють арбітражні функції, узагальнюють і поширюють інформацію про фінансовий стан членів біржі, роблять розрахунки між ними та ін.

**Торговий дім** — *велика торгова оптово-роздрібна фірма, що укладає широкомасштабні торгові угоди на широку номенклатуру товарів*

(переважно не стандартизованих споживчих товарів) і одержує прибуток за рахунок придбання товарів зі значною знижкою.

Для придбання товарів торгові доми використовують як власний, так і притягнутий капітал. Крім того, вони виконують певне коло родинних операцій: транспортно-експедиторських, маркетингових, кредитно-фінансових, страхових, забезпечують технічне обслуговування і постачання запчастинами.

У великих продовольчих супермаркетах розвинутих країн світу покупцям пропонується понад 30 тис. різних товарів. Переважна більшість з них реалізується опосередовано, тобто через торгових посередників, з використанням одно - і двоканальних видів збуту. Зокрема, майже 70% експортних постачань машин і устаткування відбувається через посередників.

Це другий за значенням метод збуту товарів, у рамках якого між виробниками і споживачами відсутні посередники. Він широко використовується підприємствами видобувних галузей промисловості, що разом з підприємствами-споживачами вивчають ринок збуту, здійснюють заходи щодо поліпшенню якості продукції.

Формою як безпосереднього, так і опосередкованого збуту є **реалізація товарів і послуг по телефону**. У цьому разі виробник або торгова фірма розсилають поштою споживачам каталоги, в яких представлені зразки товарів і ціни на них. Споживач замовляє по телефону певну кількість необхідних йому товарів, надсилає на адресу продавця документ про оплату замовлення і одержує підтвердження і товар. У середині 90-х років у США торгівля по телефону досягла приблизно 500 млрд. дол.

В останні роки зростає частка *торгівлі через Інтернет*.

**Торгівля у кредит**, переважно товарами тривалого користування (автомобілями, телевізорами і т.п.), — важливий спосіб збуту товарів. Споживчий кредит представлений у формі *комерційного* (продаж товарів через роздрібні магазини з відстрочкою платежу) і *банківського* (надання

покупцям позичок кредитними установами) кредитів. У розвинутих країнах світу він надається не більше ніж на 3 роки.

Заборгованість населення США за споживчим кредитом через високі відсотки (до 30% у рік) досягла на початку 90-х років майже 4 трлн. дол. Категорії населення віком до 65 років з доходами до 50 тис. дол. на рік (основна частина американських споживачів) витрачають приблизно 20% свого бюджету на відшкодування заборгованості за кредитом.

Безпосередній продаж товару пов'язаний з певними професійними й особистими якостями продавця. Підприємець або служба персоналу на підприємстві при найманні продавця повинні насамперед ознайомитися з його особистими якостями, рівнем освіти і кваліфікації, соціальним станом. Важливо також знати манеру поведінки, знання правил ділової етики.

Як правило, специфіка виробничої діяльності підприємства, а отже і товарів, що їм випускаються, традицій фірми і т.п. вимагає додаткової підготовки продавців на підприємстві, а звідси — значних коштів. Західні підприємці давно засвоїли правило, відповідно до якого немає більш перспективного інвестування, ніж витрати на підготовку і перепідготовку персоналу. Тому на успішно розвинутих підприємствах в основу кадрової політики ставиться ця робота, а потім — пошук фахівців зі сторони.

Так, американська корпорація "IBM" на початку 80-х років минулого століття витрачала на підготовку одного торгового агента (особи, яка самостійно продає товар покупцям, але не має права власності на нього) до 100 тис. дол. протягом півтора роки.

Після укладання угоди (нерідко тимчасової) з посередником або продавцем підприємець повинен розробити систему стимулів для ефективної діяльності, навчити найважливішим правилам роботи і стандартам обслуговування покупців, організувати надійний контроль роботи.

Однак збутом товарів займаються не тільки продавці, але й посередники. Тому підприємець, підбираючи посередника, повинен визначити рівень його матеріально-технічної бази, платоспроможність, спеціалізацію та ін.

Наймаючи посередників, фірма, як правило, укладає з ними контракт, важливими пунктами якого є розмір комісійної винагороди, наявність або відсутність виключного права посередника на продаж товару, право на знижку ціни товару та ін. Для контролю діяльності посередників вони повинні регулярно надавати звіти про результати своєї роботи.



## ГЛАВА 4. КОМЕРЦІЙНО-ПОСЕРЕДНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

Багато століть розвитку економіки України підтверджують, що саме ринковий механізм у найбільш повній мірі може враховувати запити споживачів і саме він зможе цілеспрямовано впливати на радикальні зміни господарювання.

Кінцева мета комерційно-посередницької діяльності – прибуток, що може бути отриманий винятково при повному і якісному задоволенні численних потреб покупців.

**Комерційно-посередницька діяльність** — це складна оперативно-організаційна система, направлена на забезпечення виконання процесів купівлі-продажу з обліком поточних і перспективних ринкових змін з метою повного, якісного і своєчасного задоволення попиту населення і одержання прибутку. Це така діяльність, що дозволяє всім учасникам комерційного обігу успішно взаємодіяти з урахуванням взаємної вигоди на всіх етапах реалізації торгових угод. Саме комерційно-посередницька діяльність сприяє ефективному розвитку виробництва і впливає на формування його обсягів і перспективних напрямків. Вона у великій мірі визначає економічне становище промислової фірми, її комерційний успіх з урахуванням змінних ситуацій на ринку.

Комерційна діяльність на сучасному товарному ринку в Україні, незважаючи на загальну нестабільність і кризовий період, розвивається досить активно, підтверджуючи це відчутними змінами в оптовій, дрібнооптовій і роздрібній торгівлі.

Обов'язковими умовами ефективного розвитку комерційних відносин у цілому і комерційно-посередницькій діяльності насамперед є наявність достатньої економічної волі суб'єктів ділових відносин, володіння власним капіталом, здатність уміло керувати фінансами, можливість одержання максимального прибутку для кожних даних умов та його капіталізації.

Найважливішим принципом цієї діяльності є максимально повне

врахування інтересів і дій інших суб'єктів ринку, що необхідно як з погляду етики поведінки комерсантів, так і в інтересах досягнення поставлених стратегічних цілей в комерції. Істотними принципами комерційної діяльності також є:

- гнучкість комерції з урахуванням економічної ситуації, що змінюється, на ринку;
- виділення комерційних пріоритетів;
- активне використання в прийнятті комерційних рішень принципів маркетингу;
- уміння передбачати комерційні ризики і прораховувати їх наслідок;
- підвищення відповідальності за виконання прийнятих зобов'язань по торгових угодах.

Ключовою фігурою торгово-посередницького бізнесу є посередник – людина, яка володіє основами і етикою ділової поведінки, добрими знаннями, спеціальними навичками і компетентністю в області реалізації взаємовигідних угод, контактний і ініціативний, що вміє зрозуміти численні й різноманітні смаки і переваги своїх клієнтів, а також об'єктивно представляти свої інтереси, чітко планувати свої дії, безпомилково вибирати партнерів.

Актуальним завданням сучасного комерсанта повинно стати здійснення з честю і достоїнством підприємницької діяльності, що включає послідовне залучення в національний товарообіг продукції підприємств-виробників різних форм власності, одночасне підвищення ефективності й результативності виконання прийнятих замовлень і договорів постачання з метою максимального задоволення попиту споживачів, розширення комплексу сервісних послуг.

Комерційно-посередницька діяльність інтегрує багато напрямків, а саме:

- планування обсягів закупівлі і її організацій, тобто посереднику важливо визначити, що купити, в кого саме, у якій кількості, за якою ціною й у який час;

- організацію перепродажу придбаного з урахуванням намічуваного обсягу прибутку;
- пошук і вибір найкращого партнера серед постачальників і покупців для торгової угоди;
- організацію і проведення процесу торгівлі й товарообігу з урахуванням елементів ефективності;
- визначення оптимальних продажних і закупівельних цін, що відповідають якості товару, його конкурентоздатності, ситуації на ринку, що зложилась;
- прогнозування та оперативний облік ринкових змін і активне використання сукупних факторів, що впливають на максимальне задоволення запитів споживачів і одержання доходу з урахуванням інтересів партнерів;
- виконання широкого кола послуг в області підготовки ринкової інформації, організації сервісу при кінцевому споживанні товарів, а також з використання транспортних засобів, забезпечення фінансових, страхових та численних інших операцій у системі товарообігу.

Операції в комерційно-посередницькій діяльності підрозділяють на два види: виробничі й комерційні.

*Виробничі* - це процеси, пов'язані з безпосереднім рухом вантажів, їхнім збереженням, розвантаженням, транспортуванням, фасуванням, підсортуванням, упакуванням та ін.

*Комерційні* — це процеси, пов'язані зі зміною форм вартості, тобто з купівлею-продажем товарів. До комерційних слід віднести також і такі процеси, що сприяють нормальному функціонуванню торгового механізму, а саме: організація ринкових досліджень, оцінка інфраструктури, основних конкурентів, формування діючої реклами та багато інших.

Поряд з цими головними процесами комерційно-посередницької діяльності важливими є і такі, як виконання додаткових торгових і експлуатаційних послуг, що останнім часом домінують при врахуванні інтересів клієнтів у процесі купівлі-продажу.

Саме ці додаткові послуги передпродажного, продажного і післяпродажного сервісу стають у даний час визначальними в досягненні комерційного успіху.

Комерційні послуги є основними в комерційно-посередницькій діяльності і представляють сукупність послуг, пов'язаних з обігом товарів, їх покупкою, продажем і збутом. Вони створюють умови для організації виробничим підприємствам і фірмам збуту готової продукції; закупівлі вихідної сировини, матеріалів; устаткування; здійснення, маркетинговій діяльності, що сприяє підвищенню ефективності виробництва і якості продукції, яка випускається, а також активізації збутової політики.

*Посередник* — це юридична чи фізична особа, яка знаходиться між іншими контрагентами комерційного процесу і виконує функції їхнього зведення одного з одним для обміну товарами, послугами, інформацією.

У ролі контрагентів виступають, як правило, виробники товарів, оптові й роздрібні споживачі.

Посередницька діяльність не завжди здійснюється на комерційній основі, тому що посередник часто не буває комерсантом. Але основний клас посередників — це крупні оптові підприємці, агенти, дилери, дистриб'ютори та інші, які на комерційній основі займаються стикуванням інтересів на всіх етапах обігу товарів — від їхнього виготовлення до кінцевого індивідуального споживання.

Однак не всякий комерсант є посередником. Численні підприємства виготовляють продукцію і реалізують її прямо від свого імені кінцевому покупцю і не займають середнього положення в акті товарообміну. Тому комерційна діяльність — більш широке поняття, що включає в себе не тільки процес торгівлі як такий, але і комерційне придбання та комерційну реалізацію товарів і послуг.

Посередництво як один з видів економічної, господарської діяльності вимагає використання певних ресурсів: природних, трудових і засобів виробництва з метою кінцевого їхнього перетворення в продукти бізнесу —

товари і послуги, необхідні споживачам, готовим платити за продукт посередницької діяльності гроші.

Для здійснення посередницької діяльності необхідні певні умови й фактори. До них відносяться в першу чергу *основні засоби*. Це — земельні ділянки, будинки, споруди, приміщення, устаткування для збереження і переробки вантажів, різні види транспорту для доставки товарів і надання послуг та ін. Без офісів, засобів зв'язку, комп'ютерної техніки практично неможливо ефективно реалізовувати посередницьку діяльність.

Важливим фактором комерційно-посередницької діяльності є наявність стартового *грошового капіталу*, необхідного для придбання основних і оборотних коштів.

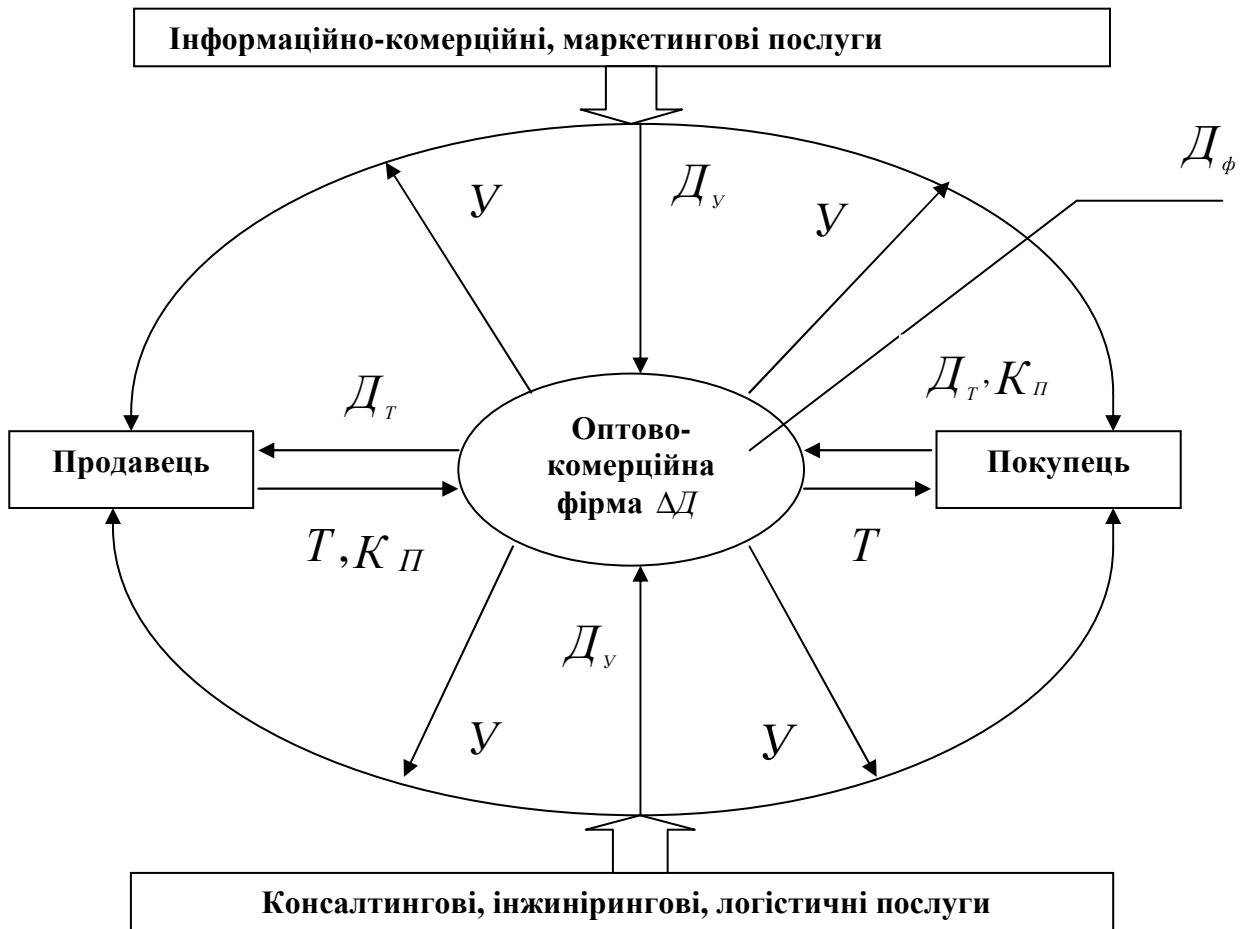
До числа факторів здійснення посередницького бізнесу необхідно віднести *науково-інформаційні ресурси*, без яких сьогодні неможливе посередництво.

При проведенні посередницької діяльності слід також враховувати *фактор часу*. Відомо, що тривалість посередницької операції може вплинути на її результативність і ефективність.

Зі сказаного випливає, що посередництво є складовою частиною виробничого, торгового, фінансового підприємництва, тобто може мати різні форми: виробничі, торгові й фінансово-кредитні. Специфіка виявляється в тому, що посередник безпосередньо не робить продукцію, не торгує прямо, не дає гроші в кредит, але активно сприяє здійсненню цих операцій.

Посередницька діяльність схематично зображена на рис. 11.1.

Посередник, вступаючи в контакт з виробниками, власниками товарів і послуг, необхідних споживачам, одержує в них інформацію про наявність цих товарів і послуг і умови продажу.



**Рис. 11.1** – Підприємницьке посередництво

Умовні позначення:  $T$  — рух товарної маси через посередника;  $U$  — послуги;  $D_T$  — гроші, сплачені й отримані посередником за товар;  $D_U$  — доходи посередника від надання послуг;  $K_{\Pi}$  — відсотки, одержувані посередником за проведення угоди;  $\Delta D$  — прибуток посередника від сукупної посередницької діяльності;  $D_{\Phi}$  — оплата посередником витрат на зміст і розвиток посередницького бізнесу.

Одержавши інформацію від продавця, посередник інформує покупців, коло яких, як правило, формується заздалегідь з надходженням від них попередніх запитів на товари і послуги. Посередник повідомляє вимоги і побажання покупців продавцю. Таким чином, продавець і покупець мають чітке уявлення про зміст торгової угоди. Якщо угода відбулася, то

посередник одержує винагороду від продавця чи від покупця.

У процесі надання *інформаційно-комерційних послуг* посередницька фірма відповідно до отриманих замовлень забезпечує підприємства, які обслуговуються, і організації комерційною інформацією, що містить відомості, необхідні для організації закупівель і збуту продукції, насамперед інформацією про потенційних виробників необхідних товарів, їхніх виробничих потужностях, ціни товарів, способи доставки вантажів. Великим попитом користується маркетингова інформація, що включає аналізи і прогнози кон'юнктури ринку даного виду товару, ціни, необхідні обсяги товарів, їхній асортимент, рівень конкуренції та багато інших основних показників стану ринкового механізму.

Для надання комерційних послуг посередницькі організації змушені створювати банки даних, формувати засоби міжрегіональної комерційної інформації для оперативного обміну нею, а також сучасні засоби зв'язку і комп'ютеризації.

Велику питому вагу в комерційній діяльності складає діяльність в області надання *комісійних послуг* на основі оформлення комісійної угоди.

На товарному ринку власник товару (комітент) доручає торговому посереднику (комісіонеру) продати (обміняти) чи закупити товар. У комісійних угодах відображаються умови продажу, ціна товару, способи його транспортування, розмір комісійної винагороди (бонусу), обов'язку і відповідальності сторін, їхні реквізити.

При наданні комісійних послуг посередник не є власником товару, а діє від свого імені за дорученням замовника в рамках укладеної угоди. Комісійну діяльність посередники можуть здійснювати також за допомогою організації комісійної торгівлі, в тому числі роздрібною для населення і дрібних партій для підприємств.

Значна частка посередницької діяльності падає на виконання робіт з надання *науково-консультативних послуг* для замовників, що мають потребу у наукових консультаціях, різного роду послуг з розробки методичних

рекомендацій, економічних і технічних рішень, у створенні й оформленні нових фірм, їхньої ліквідації, розробці бізнес-планів, бізнес-карт, підготовці аналітичних матеріалів, проведенні стажувань в Україні і за кордоном, навчанні й перепідготовці кадрів. Усі ці напрямки посередницької діяльності об'єднані в світовій практиці загальним поняттям — *консалтингові послуги*.

Не менш важливим напрямком у роботі посередницьких організацій є надання клієнтам *реklamних послуг*, тобто послуг з рекламування товарів через різні рекламні видання і засоби інформації: друковані видання, радіо- та теле- віщання, внутрішню і зовнішню рекламу та ін. Посередницька організація виконує також роботу з обґрунтування і визначення розміру бюджету на рекламу, розробки рекламної програми, рекламних листків, каталогів, відеороликів, обґрунтування питань спонсування при проведенні великих спортивних видовищ і естрадних шоу.

На світовому ринку послуг набирає силу бізнес з надання *інжинірингових послуг*, тобто надання підприємствам-замовникам послуг при будівництві промислових і соціально-побутових об'єктів, включаючи рекомендації з вибору оптимального варіанта будівництва, розробки будівельного проекту, постачання устаткування, машин, механізмів, будівництва «під ключ», пуску об'єкта, його експлуатації, впровадженню для цього ефективних технологічних рішень.

Серед основних напрямків сучасного посередницького бізнесу все більш активні позиції починають займати *лізингові послуги*, тобто надання клієнтам в оренду устаткування, технічних засобів, будинків, споруд і товарів широкого вжитку переважно на довгостроковій основі.

Ці послуги дозволяють споживачам користуватися майном без одноразового великого вкладення власних засобів для їхнього придбання, що особливо важливо для дрібних і середніх підприємств-покупців, уникнути втрат, пов'язаних з моральним старінням майна. Користуючись лізингом, покупець зможе зменшити суму частини оподаткованого податком прибутку на частку орендних платежів, що розглядаються як поточні



витрати. Споживач послуг з міжнародного лізингу повною мірою може використовувати податкові пільги країни-орендодавця. Поряд з цим лізингові послуги дозволяють виробникам продукції значно розширити ринки збуту, що особливо важливо в умовах гострої конкурентної боротьби.

У національній економіці України лізингові послуги ще тільки зароджуються, але з урахуванням їх значущості в реформуванні українській економіці при державній і міжнародній підтримці вони повинні одержати потужний розвиток.

Виконуючи замовлення численних споживачів з просування продукції і надання супутніх послуг у процесі придбання і використання товарів, комерційні посередники створюють і розвивають численну мережу торгових, транспортних, страхових, фінансово-кредитних, рекламних і консалтингових фірм і представництв.

Корисність діяльності посередника оцінюється, як правило, отриманою економією в замовників за рахунок використання ними посередницьких послуг з транспортування, збереження, збуту продукції, а також сервісного обслуговування. Ці зекономлені кошти визначають доцільність використання і залучення посередника. Але на практиці бувають випадки, коли замовник вдається до витрат на посередницькі послуги, що явно перевищують його власні. На це він йде навмисно, тому що одержує іншу вигоду, наприклад у більш високій якості й престижності продукції, у більш ефективній рекламі, що в цілому підвищує імідж його фірми на товарному ринку.

Очевидно, що ефективність діяльності посередника може бути позначена тільки у випадку, коли його доходи від закупівлі в постачальника продукції, наступного її продажу (перепродажу) будуть вище його власних витрат.

Прибутковість і доходність комерційно-посередницької діяльності можлива тільки при вирішенні трьох основних завдань:

1. Створення постійно діючих систем збору і поширення комерційної інформації, що включають банки даних як кон'юнктурного характеру, так і

статистичних, що дозволяють оцінювати не тільки стан внутрішнього і зовнішнього ринків, але й економічні тенденції їхнього розвитку.

2. Створення матеріально-технічної бази, що дозволяє сформувати основні елементи ринкової інфраструктури — власну складську мережу, транспорт, зв'язок, комунікації з метою своєчасного виконання контрактних зобов'язань з постачання товарів і сервісного обслуговування.

3. Систематичне здійснення якісної підготовки і перепідготовки власних кадрів — менеджерів і агентів торгівлі, що забезпечують своєчасне виконання завдань із забезпечення клієнтури.

Одним з найбільш розповсюджених різновидів торгово-посередницьких структур є *дилерські компанії і фірми*. Їхньою головною особливістю є те, що вони купують товари за свій рахунок, у різних продавців, стають власниками цих товарів, а потім перепродують їх від свого імені. Це відрізняє дилерів, наприклад, від брокерів — іншого великого різновиду комерційних посередників, які працюють за рахунок своїх клієнтів і від їхнього імені.

Дилери самі вибирають продавців і покупців, які виражають бажання на продаж і покупку товарів через посередників, чи беруть на обслуговування своїх торгових клієнтів за їх замовленнями. В останньому випадку, працюючи від свого імені, дилерські компанії і фірми можуть представляти одночасно тих чи інших великих і відомих виробників в інтересах підвищення свого іміджу. Найбільш престижною формою такого співробітництва є виконання дилерськими компаніями і фірмами дистриб'юторських функцій стосовно виробничих, торгових і фінансово-промислових корпорацій і груп, насамперед закордонним, повноважними представниками яких вони в цьому випадку стають у регіонах своєї дії. Укладаючи дистриб'юторські контракти й угоди з такими корпораціями і групами, вони крім своїх дилерських функцій нерідко виконують роль представництв промислових корпорацій на місцях з усіма правами, що звідси випливають, і обов'язками.

Багаторічний досвід комерційно-посередницької діяльності передових

країн світу підтверджує у більшості випадків недоцільність відволікання уваги виробників від основної виробничої діяльності на виконання функцій закупівлі і збуту власними силами. Це визначило роль оптово-посередницької ланки в процесі господарського обороту.

Корпорації-виробники створюють територіально-розгалужену мережу розподільних центрів у зонах збуту своєї продукції. При цьому розподільні склади тісно взаємодіють із системою торгових агентів, орієнтованих на конкретних споживачів, як правило, в особі незалежних дистриб'юторів, які обслуговують кінцевих споживачів.

У практиці ринкової взаємодії незалежні дистриб'ютори є представниками промислових або великих оптово-посередницьких фірм.

Незалежні оптові посередники бувають двох типів: дистриб'ютори, які мають (орендують) склади, і дистриб'ютори, які не мають (не орендують) складів. Дистриб'юторів, які не орендують і не мають складів, часто називають *маклерами*.

Дистриб'ютори, які здійснюють повною мірою комерційну і виробничу діяльність, тобто купують товари, здійснюють їхнє складування, зберігання, підготовку до кінцевого споживання, становлять групу *дистриб'юторів з повним набором послуг*, або *дистриб'юторів «регулярного типу»*.

Іншу групу дистриб'юторів «нерегулярного типу», які в основному тільки купують товари від постійних виробників і їх реалізують, називають дистриб'юторами *з неповним (обмеженим) набором послуг*. Ця група найбільш численна, до неї входять оптові маклери, що є представниками малої і середньої посередницької ланки, що має багатотоварну спеціалізацію. Велике поширення ця форма посередництва одержала при реалізації швидкопсувних сільськогосподарських продуктів, а також при торгівлі невеликими промисловими партіями численного асортименту товарів за принципом «купив — забирай», тобто без виконання послуг виробничого і сервісного характеру.

На відміну від дистриб'юторів «нерегулярного типу» дистриб'ютори «з

повним набором послуг» мають досить високий ступінь товарної спеціалізації, строго визначають кількісний зміст асортиментних позицій по кожній групі, що дозволяє у великій мірі використовувати спеціалізовані засоби збереження, транспортування, навантаження і розвантаження товарів. Цей тип посередників в основному розповсюджений на ринку машинобудування, у тому числі з торгівлі комп'ютерами, телевізорами, автомобілями, запасними частинами.

Відносини між дистриб'юторами і замовниками будуються на договірній основі. При цьому оговорюються розміри націнок до оптової ціни реалізованого товару, а при здійсненні комплексу послуг виробничого і сервісного характеру — розміри знижок з оптових цін. У практиці оптово-посередницької взаємодії з партнерами величина націнок (знижок) регулюється залежно від конкретних умов укладеного контракту: термінів виконання, величина партій, що поставляються, варіантів оплати реалізованих товарів (у кредит, готівкою, в розстрочку, передоплати та ін.) націнки (знижки) і є основними джерелами доходів дистриб'юторів, а також інших комерційних посередників. За рахунок отриманого доходу посередники компенсують численні витрати з організації комерційної діяльності, закупівель, збереження, транспортування, сервісного обслуговування з одночасним одержанням чистого прибутку для подальшого розвитку та удосконалення власної діяльності.

Особливою розмаїтістю відрізняються підприємства *агентів і брокерів*. Обслуговуючи оптові угоди, власниками товарів вони не стають, тому оплачуються покупцями їхніх послуг на основі погоджених з ними відсотків, що залежать від складності здійснених торгових операцій. Багато агентських і брокерських фірм (контори) відрізняє спеціалізація на здійсненні інформаційно-контактних функцій.

Агенти і брокери займають більш міцні позиції в оптовій торгівлі машинами, устаткуванням і комплектуючими виробами, ніж на ринку сировини, матеріалів і напівфабрикатів. Це викликано в основному тим, що

просування до споживача машин, устаткування і комплектуючих виробів пов'язано з більш високими питомими витратами стосовно продажу сировинних товарів, а також високою трудомісткістю самого процесу реалізації, сполученого з наданням значних обсягів додаткових послуг, в першу чергу таких, як консультаційні, сервісні з установки й експлуатації устаткування і т.п.

Серед численних груп агентів у першу чергу слід виділити промислові, збутові й торгові групи агентів.

**1. Промислові агенти,** як правило, заміняють собою власний збутовий апарат компанії, але на відміну від торгових службовців цієї промислової компанії одержують не зарплату, а комісійну винагороду. Вони, зберігаючи за собою формальну самостійність, у більшій мірі, ніж інші агенти, залежать від вказівок постачальника. Промислові агенти майже завжди не мають складського господарства, працюють в агентських конторах і тільки в окремих випадках можуть функціонувати в ролі консигнатора, що приймає на себе зобов'язання виконувати доручення організації консигнаційної торгівлі зі складів, які знаходяться за кордоном, від свого імені, але за рахунок консигнанта — юридичної чи фізичної особи, яка дає доручення на організацію здійснення торгових угод зі складів за рубежом. У функції консигнатора входять підготовка приміщень для організації торгівлі, наймання персоналу, рекламна діяльність і організація торгівлі в цілому. На ньому лежить також відповідальність за схоронність товару на консигнаційному складі і його страхування. У свою чергу, консигнант повинен чітко визначити номенклатуру реалізованої продукції на основі консигнаційних угод, її мінімальну ціну і вчасно поставляти на консигнаційний склад товар у заданій кількості, встановлені терміни і необхідний асортимент, а також оплачувати всі витрати з утримання складського приміщення, тому що саме він є власником товару, реалізованого по договорах консигнації.

Консигнатор не є власником товару і виконує свою діяльність за

дорученням консигнанта, відповідно до якого одержує право продавати товар від свого імені, рекламувати його, але за рахунок консигнанта.

Для промислових агентів характерна: участь у реалізації тільки визначеної частини продукції, виготовленої постачальником; обмеження його діяльності певним районом чи територією; включення в асортимент продукції не конкуруючих між собою виробників; тривалий характер агентських угод. Ця частина агентів за числом підприємств і обсягів укладених торгових угод є домінуючою серед інших груп агентів і брокерів.

2. *Збутові агенти*, як правило, мають справу з невеликими промисловими фірмами і компаніями протягом тривалого часу і займаються збутом всієї їхньої продукції. При цьому вони повністю замінюють персонал цих фірм. Збутові агенти мають великі права у визначенні умов купівлі-продажу, ніж промислові агенти. Контори і фірми збутових агентів звичайно розташовані у великих центрах торгівлі в безпосередній близькості до споживачів. Представляючи декількох, що часто конкурують між собою, виробників, збутові агенти мають досить великі обороти і не обмежують свою діяльність певним районом. Постачання товарів за угодами звичайно виконується транзитом, тобто у великих обсягах і прямо кінцевому споживачу без участі інших посередницьких ланок.

Різновидом цієї групи агентів є *комісіонери*. До їхніх послуг звертаються промислові фірми і компанії при виникненні необхідності збути надлишки товарних партій. Комісіонери звичайно мають у наявності реалізовані товари, продають від свого імені, але за рахунок власника. Комісіонер виступає в ролі посередника і робить комісійні послуги з доручення комітента, який доручає комісіонеру продати чи обміняти закупити товар на ринку в рамках комісійної угоди за комісійну винагороду. Право власності на товар комісіонеру він не передає, а тільки сплачує йому комісійний відсоток (бонус) за зроблені послуги.

Комісіонери, як правило, мають у своєму розпорядженні контору, а також можуть мати й складські приміщення для приймання, збереження і

продажу товарів. Вони здійснюють і різного роду додаткові послуги: підготовляють ринкову інформацію; роблять допомогу в укладанні договорів і контрактів з транспортними вітчизняними і закордонними компаніями, а також фінансово-кредитними установами, проводять контроль за якістю і сортуванням сировини та матеріалів. Характер взаємин комісіонерів і промислових компаній відрізняє нетривалий термін взаємодії. Виробничі витрати у комісіонерів одні з найвищих у групах брокерів і агентів.

3. *Торгові агенти* проводять комерційну діяльність за рахунок і в інтересах іншої особи (принципала). Відносини між агентом і його партнером (принципалом) регулюються спеціальною агентською угодою. Торгові агенти діють самостійно на основі письмової домовленості принципала. За свою діяльність ця група посередників одержує винагороду у вигляді відсотка від суми укладених угод, причому незалежно від кінцевих результатів укладеної угоди для принципала. За обсягом повноважень торгові агенти підрозділяються на: *універсальних*, які можуть робити будь-які юридичні дії від імені принципала; *генеральних*, які мають право укладати торгові угоди тільки в області діяльності принципала; і *спеціальних*, уповноважених укладати тільки ті угоди, що вказані в дорученні.

У практиці своєї діяльності торгові агенти можуть наділятися і виключними правами, тобто коли агент є єдиною особою, яка має право укладати угоди від імені принципала на даній території. Сам принципал також може укладати угоди на цій території, але при цьому агент з виключними правами одержує додаткову винагороду за свою угоду. Крім того, торгові агенти можуть одержувати й приймати на себе зобов'язання здійснювати консигнаційну торгівлю. Торгові агенти найбільше широко використовуються у проведенні експортної торгівлі.

Одним з різновидів групи торгових агентів є так звані *комівояжери*, які, як правило, здійснюють торгове представництво підприємств промислових компаній і працюють на основі термінових і безстрокових угод з фірмами, які

вони представляють. На відміну від агента комівоєжер не може бути самостійною юридичною чи фізичною особою, тому що його діяльність не підлягає реєстрації. За свою діяльність комівоєжери одержують тверду зарплату чи винагороду, обчислювальну у вигляді відсотка від суми розмішених і реалізованих замовлень. У сучасній практиці ринкової взаємодії часто відбувається сполучення цих двох форм стимулювання праці таких посередників. У числі основних напрямків їхньої діяльності слід виділити: розміщення замовлень на продукцію; формування кола споживачів; забезпечення збуту товарів на певній території. При цьому комівоєжер не укладає договорів і не оформляє торгових угод. Іншими словами, комівоєжери складають групу роз'їзних представників промислових, торгових і оптово-посередницьких фірм, що пропонують покупцям товари за наявними у них зразками і каталогами з метою організації розміщення замовлень і забезпечення збуту пропонованої продукції.

*Товарні брокери* — найбільш активний тип торгового посередника, який не купує і не продає товари від свого імені, не надає кредити і не виступає в угоді купівлі-продажу самостійною стороною. Він здійснює угоди купівлі-продажу від імені свого клієнта і за його рахунок. Причому клієнтом брокера може бути як продавець товарів (брокер продавця), так і покупець (брокер покупця).

Товарний брокер діє на підставі разових доручень і строго в межах інструкції своїх клієнтів. Переваги товарних брокерів полягають у детальному знанні ринку, на якому вони спеціалізуються, володінні широкими діловими зв'язками, оперативній можливості якісно і повно виконати доручення клієнтів. За послуги брокери одержують винагороду (брокерідж), обчислювальну у відсотках від вартості укладених при участі брокерів торгових угод, розміри яких узгоджується ними з клієнтами попередньо. Залежно від традицій і правил на ринку іноді брокер може одержувати свою винагороду від кожної сторони, юридичних учасниць того



чи іншого договору. У цьому випадку брокер може представляти одночасно інтереси і продавця, і покупця. Це подвійна винагорода більш реальна для товарних брокерів на ринку України, тому що за кордоном це сприймається як порушення ринкової етики.

Основною перевагою в діяльності товарного брокера є строга конфіденційність при веденні численних переговорів зі своїми клієнтами. Як правило, брокери не розкривають імен учасників торгової угоди.

У торгівлі продукцією виробничо-технічного призначення, де перевага віддається давно сформованим довгостроковим зв'язкам, використання товарних брокерів як посередників поширено слабо, за винятком угод, здійснюваних на спеціалізованих товарних біржах. Багато промислових компаній і великі торгово-посередницькі фірми віддають перевагу, з ними підтримувати тісні контакти з метою їхнього використання при непередбачених коливаннях ринку і утрудненнях збуту.

На українському ринку з'явився новий тип дрібних оптових і роздрібних торговців, які здійснюють доставку товарів для продажу кінцевому споживачу. Їх прийнято називати «човниками». Вони поділяються на «човників», які везуть товари через границю, і «човників», які привозять товари з інших районів України. За обсягами реалізації вони також підрозділяються на оптових і роздрібних торговців. Власне кажучи, цей тип українських підприємців є виразником дрібнооптової торгівлі, розвиток якої має потребу в правовому оформленні, тобто прийнятті законодавчих і нормативних документів, що регулюють і регламентують їхню діяльність, тому що саме «човники» завдяки зовнішнім і внутрішнім численным зв'язкам формують етику й основні напрямки ринкової політики дрібнооптової торгівлі в Україні.

## Питання для самоконтролю

1. Які основні характеристики якості товару?
2. Назвіть головні етапи підтримки товару.
3. Охарактеризуйте основні етапи створення нового товару?
4. Що таке «товарний знак» і яке його значення в реалізації товарній політиці підприємства?
5. Чим “збут товару” відрізняється від “продажу товару”?
6. У чому полягає сутність збуту? Дайте просте і комплексне визначення.
7. Назвіть основні методи збуту товарів.
8. Які товарні знаки не можуть бути зареєстровані в Україні?
9. Наведіть порівняльну характеристику понять “товар”, “товарний знак” та “бренд”. Назвіть особливості, які характерні для бренда.
10. Які переваги може дати виробнику вдало створений бренд товару, що його він виробляє?
11. Розкрийте суть комерційно-посередницької діяльності та її принципів?
12. Які особливості добору посередників?
13. Що в себе включає посередницька діяльність та обґрунтуйте відповідь?
14. Які види агентів Ви знаєте та дайте визначення кожного з них?

## РОЗДІЛ XII. ПІДПРИЄМСТВО НА РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ

### ГЛАВА 1. СУТНІСТЬ БАНКІВ І ЇХНЯ СТРУКТУРА

Одна з основних функцій фінансового менеджменту — одержання позичок та кредитів і сплата боргів по них. Щоб реалізувати ці функції, підприємство вступає в економічні відносини з банком. Сучасний підприємець повинен знати, які види банків існують і які операції вони виконують. Залежно від результатів діяльності і наявності боргів банкам формується платоспроможність підприємств.

Банк — фінансовий інститут (організація), що представляє підсистему підприємництва. Він забезпечує функціонування і розвиток позичкового капіталу, зокрема кредиту. У даному визначенні не названі основні операції і функції банку, тому воно розкриває сутність банків тільки частково.

Коротко **функції банків** у ринковій економіці можна охарактеризувати в такий спосіб:

- випуск, покупка і продаж, зберігання, надання в кредит і обмін грошей і цінних паперів;

- контроль за рухом фінансових ресурсів, обігом грошей і цінних паперів і внаслідок цього здійснення значною мірою контролю над окремими галузями економіки, їхньою власністю;

- надання платіжне-розрахункових послуг підприємствам і населенню та ін. Якщо на початку своєї історії перші банки виконували переважно 1—2 операції, то сучасні великі комерційні банки здійснюють майже 300 операцій. Унаслідок цього поняття "банк" постійно наповнюється елементами нового економічного змісту.

Згідно із Законом України «Про банки і банківську діяльність», **банки можуть здійснювати такі операції:**

- на підставі банківської ліцензії банки мають право здійснювати

такі банківські операції:

- 1) приймання вкладів (депозитів) від юридичних і фізичних осіб;
- 2) відкриття та ведення поточних рахунків клієнтів і банків-кореспондентів, у тому числі переказ грошових коштів з цих рахунків за допомогою платіжних інструментів та зарахування коштів на них;
- 3) розміщення залучених коштів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик.

- банк, крім перелічених операцій, має право здійснювати такі операції та угоди:

- 1) операції з валютними цінностями;
- 2) емісію власних цінних паперів;
- 3) організацію купівлі та продажу цінних паперів за дорученням клієнтів;
- 4) здійснення операцій на ринку цінних паперів від свого імені (включаючи андеррайтинг);
- 5) надання гарантій і поручительств та інших зобов'язань від третіх осіб, які передбачають їх виконання у грошовій формі;
- 6) придбання права вимоги на виконання зобов'язань у грошовій формі за поставлені товари чи надані послуги, приймаючи на себе ризик виконання таких вимог та прийом платежів (факторинг);
- 7) лізинг;
- 8) послуги з відповідального зберігання та надання в оренду сейфів для зберігання цінностей та документів;
- 9) випуск, купівлю, продаж і обслуговування чеків, векселів та інших оборотних платіжних інструментів;
- 10) випуск банківських платіжних карток і здійснення операцій з використанням цих карток;
- 11) надання консультаційних та інформаційних послуг щодо банківських операцій.

- за умови отримання письмового дозволу Національного банку

України банки також мають право здійснювати такі операції:

1) здійснення інвестицій у статутні фонди та акції інших юридичних осіб;

2) здійснення випуску, обігу, погашення (розповсюдження) державної та іншої грошової лотереї;

3) перевезення валютних цінностей та інкасацію коштів;

4) операції за дорученням клієнтів або від свого імені:

- з інструментами грошового ринку;

- з інструментами, що базуються на обмінних курсах та відсотках;

- з фінансовими ф'ючерсами та опціонами;

5) довірче управління коштами та цінними паперами за договорами з юридичними та фізичними особами;

б) депозитарну діяльність і діяльність з ведення реєстрів власників іменних цінних паперів.

**Банк** — юридична особа, яка має виключне право на підставі ліцензії Національного банку України здійснювати у сукупності такі операції: залучення у вклади грошових коштів фізичних і юридичних осіб та розміщення зазначених коштів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик, відкриття і ведення банківських рахунків фізичних та юридичних осіб.

Банки в Україні можуть функціонувати як *універсальні* або як *спеціалізовані*. За *спеціалізацією* банки можуть бути *ощадними, інвестиційними, іпотечними, розрахунковими* (кліринговими).

Банк самостійно визначає напрями своєї діяльності і спеціалізацію за видами операцій. Національний банк України здійснює регулювання діяльності спеціалізованих банків через економічні нормативи та нормативно-правове забезпечення здійснюваних цими банками операцій.

Банк набуває статусу спеціалізованого банку у разі, якщо більше 50 відсотків його активів є активами одного типу. Банк набуває статусу

спеціалізованого ощадного банку у разі, якщо більше 50 відсотків його пасивів є вкладками фізичних осіб.

*Залежно від форм власності виділяють:* державні; акціонерні, кооперативні (комерційні); банк з іноземним капіталом .

**Державний банк** - це банк, сто відсотків статутного капіталу якого належать державі.

Банки в Україні *створюються у формі **відкритого акціонерного товариства** або **кооперативного банку**.*

**Кооперативні банки** створюються за принципом територіальності і поділяються на *місцеві та центральні кооперативні банки*. Мінімальна кількість учасників місцевого (у межах області) кооперативного банку має бути не менше 50 осіб. У разі зменшення кількості учасників і неспроможності кооперативного банку протягом одного року збільшити їх кількість до мінімальної необхідної кількості діяльність такого банку припиняється шляхом зміни організаційно-правової форми або ліквідації.

**Банк з іноземним капіталом** - банк, у якому частка капіталу, що належить хоча б одному іноземному інвестору, становить не менше 10 відсотків.

Банки мають право створювати *банківські об'єднання* таких типів: *банківська корпорація, банківська холдингова група, фінансова холдингова група*. Банки можуть бути учасниками промислово-фінансових груп з дотриманням вимог антимонопольного законодавства України.

**Банківська корпорація** - це юридична особа (банк), засновниками та акціонерами якої можуть бути виключно банки. Банківська корпорація створюється з метою концентрації капіталів банків - учасників корпорації, підвищення їх загальної ліквідності та платоспроможності, а також забезпечення координації та нагляду за їх діяльністю.

**Банківська холдингова група** - це банківське об'єднання, до складу якого входять виключно банки. Материнському банку банківської

холдингової групи має належати не менше 50 відсотків акціонерного (пайового) капіталу або голосів кожного з інших учасників групи, які є його дочірніми банками.

**Фінансова холдингова група** має складатися переважно або виключно з установ, що надають фінансові послуги, причому серед них має бути щонайменше один банк, і материнська компанія має бути фінансовою установою.

*Сукупність різних видів банків і банківських об'єднань в їхній взаємодії і взаємозв'язку утворює банківську систему.* У цю систему також входять спеціалізовані кредитно-фінансові установи, що здійснюють кредитування окремих сфер і галузей народного господарства. До них належать: інвестиційні банки, кредитні союзи, страхові компанії, пенсійні фонди, інвестиційні компанії та ін.

На ринку банківських послуг в Україні підприємницька діяльність виконується кредитними організаціями на основі ліцензії, виданої Національним банком України (НБУ).

**Кредитна організація** — юридична особа, утворена на основі будь-якої форми власності як господарче товариство, яка для одержання прибутку як основної мети своєї діяльності на підставі ліцензії Національного Банку України має право проводити банківські операції.

Кредитній організації забороняється займатися виробничою, торговою і страховою діяльністю.

Розглянемо коротко сутність комерційних банків і спеціалізованих фінансово-кредитних інститутів, з якими безпосередньо мають справу підприємства.

**Комерційні банки**, як правило, не є державною власністю. Найпотужніші з них — відкриті акціонерні товариства.

Однак у Франції й Італії великі комерційні банки є власністю держави. У США наприкінці 90-х років нараховувалося 10,5 тис. комерційних банків. Кілька комерційних банків США мали активи, що перевищують 500 млрд. дол.

Найпотужніми у світі є японські банки, активи найбільшого з них становили майже 900 млрд. дол. Такий гігантський банк з'явився і у США. В Європі активи, наприклад,

“Дойче Банк груп” досягли 800 млрд. дол. На початку 2003 р. капітал і активи української банківської системи оцінювалися в сумі близько 2 млрд. і 20 млрд. дол. США відповідно.

До *основних функцій* комерційних банків відносяться: кредитні, фондові (випуск цінних паперів різних компаній і їхнє розміщення на валютних ринках), комісійні (платіжне-розрахункові) операції в межах усього народного господарства та ін. Важлива функція банків у сучасних умовах — посередництво в міжнародному обігу позичкових капіталів, надання все більшої маси міжнародних кредитів. З цією метою у розвинутих країнах світу створюються філії іноземних банків.

Значно *посилюється універсалізація* банків. Крім перерахованих функцій, вони виконують операції страхування, консультаційного бізнесу (надання фінансової, комерційної, ринкової, технічної інформації та т.п.).

Швидко поширюється така форма діяльності банків, як фінансовий лізинг (фінансування банками оренди устаткування, особливо нової наукомісткої і дорогої техніки), проектне фінансування. Виконання таких функцій банків і їхнє постійне розширення визначають посилення концентрації банківського капіталу і ріст масштабів прибутку, що присвоюється ними. Основні джерела цього прибутку — здійснення банками розрахункових, емісійних, облікових та інших функцій, надання кредитів і встановлення при цьому більш високих відсотків, ніж виплата відсотків за вкладками.

За оцінками фахівців коефіцієнт реалізації основних функцій банків невеликий. Так, річна потреба українських підприємств в інвестиціях становить 5-10 млрд. дол., тоді як на руках (не у внесках) у населення знаходиться більше 15 млрд. дол.

Більшість українських банків сьогодні тяжіють до однієї з двох альтернативних стратегій розвитку. Мета *першої стратегії* — акумуляція дешевих ресурсів корпоративного, переважно експортно орієнтованого підприємництва і їхнє розміщення в порівняно мало ризиковані іноземні активи, що приносять невеликий, але стабільний дохід (депозити, кредити, державні цінні папери і т.п.).

Мета *другої стратегії* — нарощування кредитування вітчизняних підприємств. Банки, що реалізують дану стратегію, здійснюють в основному



кредитування реального сектора.

Не менш важливими структурними елементами банківської системи виступають **спеціалізовані фінансово-кредитні установи**, до числа яких належать:

- *інвестиційні банки, які здійснюють операції з випуску і розміщення акцій, облігацій. При цьому вони залучають капітал шляхом випуску і продажу власних акцій або за допомогою кредитів комерційних банків;*

- *банки взаємного кредитування, кредитні союзи та інші ощадні установи, що акумулюють заощадження населення і спрямовують їх здебільшого на фінансування будівництва (житла і комерційних установ та ін.);*

- *страхові компанії, які з метою залучення фінансових ресурсів продають страхові поліси, а потім вкладають їх у цінні папери компаній і держави, надають цим суб'єктам кредити;*

- *пенсійні фонди, що акумулюють кошти здебільшого з внесків у фонди соціального страхування. Серед них розрізняють фонди, які не інвестують свої кошти в цінні папери (отже сплачують пенсії тільки з поточних надходжень і доходів), і ті, якими керують страхові компанії або підприємства (чи з їхнього доручення – банки);*

- *інвестиційні компанії, які залучають кошти шляхом випуску акцій, їхнього продажу дрібним акціонерам і покупки цінних паперів промислових компаній в різних галузях промисловості.*

## **ГЛАВА 2. ОСНОВНІ ФОРМИ КРЕДИТУ І БАНКІВСЬКИХ ОПЕРАЦІЙ**

Виникнення, функціонування і розвиток підприємництва значною мірою пов'язані з наданням кредиту.

**Кредит** (від лат. credit — "він вірить") — *позичка у формі грошей або*

товару в тимчасове користування з умовою своєчасного повернення і виплати за це певної винагороди (відсотка).

**Відсоток** (чи ціна за тимчасове користування капіталом) — *прибуток за користування наданим у позичку капіталом у грошовій або товарній формі.*

Про значення кредитів для ринкової економіки говорить їхня частка у валовому внутрішньому продукті: 113% — у Німеччині, 119% - у США, 193% - у Японії. В Україні цей показник поки становить близько 10%.

**Комерційний кредит** — *кредит, що надається одними підприємствами (фірмами, компаніями) іншим у формі продажу товару з відстрочкою платежу й оформляється векселем; використовується з метою прискорення реалізації товарів, ціна яких зростає на суму відсотка.*

**Банківський кредит** - *будь-яке зобов'язання банку надати певну суму грошей, будь-яка гарантія, будь-яке зобов'язання придбати право вимоги боргу, будь-яке продовження строку погашення боргу, яке надано в обмін на зобов'язання боржника щодо повернення заборгованої суми, а також на зобов'язання на сплату процентів та інших зборів з такої суми.*

**Іпотечний кредит** — *кредит, наданий банками і спеціалізованими фінансово-кредитними інститутами у формі довгострокових позичок під заставу нерухомості.*

**Державний кредит** — *кредит, що надається державою (у тому числі місцевими органами влади) фізичним і юридичним особам у формі державних позик.*

**Міжнародний кредит** — *кредит, що надається у формі валютних і товарних цінностей підприємствами (у тому числі банками, державою, а також міжнародними і регіональними фінансово - кредитними установами) однієї країни підприємствам і державам інших країн.*

Розрізняють пасивні, активні й комісійні банківські операції.

**Пасивні операції банку** — *операції із залучення вільних коштів.* Про основні джерела таких коштів, що утворюються на підприємстві, розмова

йшла вище. Їх необхідно вкласти в банк і одержувати за це відсоток.

### **Основні види внесків:**

- *депозит, або вклад до запитання.* Він означає, що підприємство вкладає частину своїх вільних коштів у банк і використовує їх у будь-який час для розрахунків з іншими підприємствами, виплати податків і заробітної плати. Тому такий вид внеску ще називають *розрахунковим рахунком*, по ньому не сплачують або сплачують дуже низькі відсотки;

- *депозит на термін, або строковий вклад.* У цьому разі підприємство вкладає частину своїх вільних коштів у банк на чітко визначений термін і зобов'язується до його закінчення не вилучати гроші з банку. Це дає банку можливість використовувати вкладені кошти, зокрема, надавати їх у кредит іншим підприємствам. За тимчасове користування цими коштами банк сплачує підприємству відсоток, величина якого зростає зі збільшенням терміну. Якщо підприємство захоче вилучити ці кошти раніше, величина відсотка значно знизиться або він зовсім не буде виплачений. Депозити на термін, у свою чергу, поділяють на власні строкові вклади (після закінчення встановленого терміну вони перетворюються в депозити до запитання) і внески з попереднім повідомленням про їхнє зняття;

- *депозитний сертифікат.* Це документ, вид цінних паперів, що засвідчує внесок (депозит) фізичною особою коштів у банк на умовах строкового вкладу під вказану банком величину відсотка. Розрізняють депозитні сертифікати за вимогою (гроші по них можуть бути вилучені через певний час) і термінові (гроші можуть бути вилучені в будь-який час).

До пасивних операцій банків відносять також випуск облігацій з метою залучення коштів.

**Активні операції банку** — *операції з надання кредитів, а також операції з цінними паперами з метою одержання прибутку, що реалізується у випадку, коли відсоток по кредитах вище, ніж відсоток по вкладах.*

До інших форм активних операцій банку відносяться вкладення коштів у цінні папери, інвестування у виробництво.

**Основними умовами надання кредитів** є їхнє повернення, цільовий характер (тобто використання тільки на певні цілі), терміновість і забезпеченість. Якщо підприємство своєчасно не повертає кредити, банк вилучає більший відсоток.

*Забезпеченість кредиту* означає, що його надають під заставу товарно-матеріальних цінностей. У разі неповернення кредиту ці цінності переходять у власність банку. Без забезпечення кредити можуть надаватися тільки надійним клієнтам (з позитивною "кредитною історією"), тобто тим, платоспроможність яких не викликає сумнівів і підтверджена попередньою практикою одержання і повернення кредитів.

Залежно від характеру застави кредити розділяють на **товарні** (надаються під заставу товарів, що знаходяться в обороті, але ще не реалізовані) і **фондові** (надаються під заставу цінних паперів). Серед останніх розрізняють **вексельні** кредити, якщо банк надає позичку власнику векселя, який хоче одержати гроші раніше закінчення терміну, зазначеного в ньому.

Перед тим як дати кредит підприємству, банки насамперед ретельно вивчають його фінансовий стан, кредитну історію (зокрема, наявність або відсутність непогашених кредитів, платоспроможність і т.п.), потім — виробничу діяльність, перспективи впровадження досягнень науково-технічного прогресу та ін.

До активних операцій банку відносяться також операції з нерухомістю, іноземною валютою, лізингові, факторингові та ін. Активні операції банків базуються переважно на залучених засобах.

**Комісійні операції банку** — *посередницькі операції, пов'язані з наданням інкасових, торгово-комісійних, акредитивних і переказних послуг або з платіжно-розрахунковим обслуговуванням клієнтів.*

**Інкасові операції** — *операції, які банк здійснює за дорученням своїх клієнтів з метою одержання для них грошей замість грошових і товарно-розрахункових документів (чеків, векселів, цінних паперів, транспортних документів та ін.) і за виконання яких банк бере комісійні.*

**Акредитив** — грошовий документ, що містить доручення банку про виплату певної суми грошей підприємству або фізичній особі відповідно до умов, названих в цьому документі. Розрізняють грошові й товарні акредитиви.

**Перевідні операції** — операції з перерахування внесених клієнтами грошей іншому одержувачу, що знаходиться в іншому місці.

Крім того, банки виконують ряд **довірчих (трастові)** операцій. До них відносяться керування майном і капіталом, зберігання цінностей та ін.

Відносно новими формами кредиту є лізинг і факторинг. Розглянемо їхню сутність і механізм дії.

**Лізинг** — довгострокова оренда основних фондів, що передбачає можливість їх наступного викупу орендарем. Термін оренди в цьому випадку — від 6 місяців до декількох років. Основними об'єктами оренди є машини, устаткування і транспортні засоби.

Лізинг здійснюється на основі довгострокового договору між лізинговою компанією або банком (*лізингодавець*) і підприємством-орендарем (*лізингоодержувачем*). Лізингодавці купують машини чи устаткування у виробника або в оптової торгової компанії і здають їх в оренду на тривалий термін лізингоодержувачу, який вносить орендну плату за їхнє використання.

Однак оплата лізингу збігається з орендною платою не повністю. *Орендна плата* визначається ступенем амортизації машин і устаткування (тобто сумою амортизаційних відрахувань) і величиною орендного відсотка (тобто частини прибутку за користування технікою). Якщо орендодавець не буде одержувати орендного відсотка, йому буде невигідно здавати техніку в оренду.

При оплаті за лізинг зростає амортизація (оскільки до вартості техніки додаються витрати лізингової компанії), але знижується орендний відсоток. Ця знижка повинна бути такою, щоб плата за лізинг постійно була менше орендної плати, інакше лізинг перестає бути вигідним.

Відмінність оренди від лізингу полягає також у тому, що в договорі про оренду фіксується відповідальність орендодавця за якість орендованої техніки, а в лізинговому договорі — відповідальність підприємства-виробника (хоч лізингоодержувач не зв'язаний з виробником ні якими умовами договору). Якщо лізингодавцем виступає банк, то такий лізинг називають *банківським*.

Після припинення терміну дії договору лізингоодержувач може укласти новий договір, викупити техніку за залишковою вартістю (визначається як початкова вартість мінус сума амортизаційних відрахувань протягом усього терміну експлуатації) чи повернути майно лізингодавцю.

Ще один вид банківських послуг представлений факторингом.

**Факторинг** — специфічний вид банківських послуг, що надаються комерційними банками або спеціалізованими факторинг-фірмами своїм клієнтам з викупу вимог (права на одержання боргів) з їхніх боржників клієнтів і частковій оплаті цих боргів (в обсязі 70—90%) ще до настання терміну їхньої оплати.

Сума, що залишається (10—30%), за винятком відсотків за послугу, виплачується клієнту після того, як банки або факторинг-компанії одержать всі борги від боржників.

Основні переваги факторингу: зменшення ризику неповернення боргів, скорочення термінів виплати основної їхньої суми, отже прискорення кругообігу капіталу, та ін.

Відповідно до законодавства розрахунки між юридичними особами й індивідуальними підприємцями проводяться в безготівковому порядку, а також готівкою, але в обмеженому розмірі. **Безготівкові розрахунки** здійснюються через банки, інші кредитні організації, в яких підприємці відкривають відповідні рахунки.

Організації, за чинним законодавством України, мають право на відкриття одного чи декількох рахунків як в одному, так і в декількох банках, у тому числі для проведення безготівкових розрахунків. Організація може

відкривати в комерційних банках наступні **рахунки**:

- *розрахункові рахунки*, призначені для здійснення поточних платежів за розпорядженням організації і зарахування надходжень коштів на її адресу. Кількість розрахункових рахунків, що відкриваються організацією в комерційних банках, законодавством не обмежена;

- *поточні рахунки*. Їх відкривають для некомерційних установ і комерційних організацій, які не є юридичними особами, наприклад, філій. Перелік операцій з поточного рахунку обмежений, а розпоряджатися коштами можна тільки в строгій відповідності із затвердженим кошторисом;

- *спеціальні рахунки*. Використовуються для зберігання коштів строго цільового призначення;

- *валютні рахунки*. Призначені для здійснення розрахунків в іноземній валюті. Ці рахунки відкриваються в комерційних банках, які мають ліцензію Національного банку України на ведення валютних операцій;

- *бюджетний рахунок*. Звичайно його мають організації, що одержують кошти з бюджету, за умови, що ці кошти мають строго цільове призначення;

- *депозитний рахунок*. Відкривається організаціям, які вносять у банк внесок за рахунок тимчасово вільних коштів на певний строк під певний відсоток;

- *тимчасовий розрахунковий рахунок організації для проведення операцій із зарахування первісних внесків засновників організації у статутний (складовий) капітал і осіб, які беруть участь у підписці на акції.*

Підприємницькі організації вправі відкривати рахунки в будь-якому банку за місцем їхньої реєстрації або в банку поза місцем своєї реєстрації за згодою останнього. Набір рахунків визначається самою організацією залежно від розв'язуваних нею завдань.

## ГЛАВА 3. КРЕДИТИ І ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Якщо підприємство бере кредит у банку, воно укладає з ним кредитний договір, в якому відзначаються обов'язки кожної із сторін, умови надання кредиту (насамперед його термін і умови погашення), відповідальність учасників за невиконання прийнятих зобов'язань та ін.

У 2003 р. українські банки давали кредити підприємцям у середньому під 22-25% річних. Такий високий відсоток обумовлений 18-20% ставкою рефінансування Національного Банку України. У той же час Центробанк Європи в квітні 2003 р. знизив ставку рефінансування до 2,5%, що добре ілюструє різницю в умовах залучення коштів для розвитку підприємницької діяльності в Україні і Європі.

Перш ніж звертатися в банк, підприємець повинен визначитися з джерелами і термінами погашення кредиту, встановити можливі причини виникнення труднощів у поверненні позикових коштів, шляхи подолання загрози неплатоспроможності. **Неплатоспроможність** означає *втрату підприємством здатності вчасно і повністю виконувати свої фінансові зобов'язання перед кредиторами унаслідок відсутності власних засобів і вчасно отриманого прибутку від продажу запланованих обсягів збуту товарів і послуг.*

Для визначення стабільності й платоспроможності підприємства використовують спеціальні показники. До них, наприклад, відноситься **коефіцієнт заборгованості:**

$$\text{Коефіцієнт заборгованості} = \frac{\text{Сума заборгованості}}{\text{Власний капітал}} \times 100\%$$

Оптимальне відношення заборгованості до власного капіталу неоднакове для підприємств різних галузей промисловості.

Синтезуючим показником, що характеризує співвідношення залученого і власного капіталів у структурі капіталу підприємства, є **коефіцієнт власності**. Він визначається відношенням власного капіталу до всього капіталу підприємства. Про стабільність підприємства, його платоспроможність свідчить коефіцієнт власності не нижче 60%.



Велике значення для встановлення фінансової стійкості мають **показники ліквідності**, наприклад:

- *загальний коефіцієнт покриття* — відношення поточних активів (оборотних коштів) до поточних пасивів (короткострокових зобов'язань) (у межах від 1 до 2);

- *коефіцієнт термінової ліквідності* — відношення коштів і короткострокових цінних паперів плюс суми мобілізованих коштів у розрахунках з дебіторами до короткострокових зобов'язань (1 і вище);

- *коефіцієнт ліквідності при мобілізації коштів* — відношення матеріально-виробничих запасів і витрат до суми короткострокових зобов'язань (0,5—0,7).

Важливе значення для оцінки ефективності діяльності підприємства мають **показники інтенсивності використання ресурсів**. Серед них виділяють:

- *рентабельність чистих активів по чистому прибутку* — відношення чистого прибутку до середньої величини чистих активів;

- *рентабельність реалізованої продукції* — відношення прибутку від реалізованої продукції до обсягу витрат на виробництво реалізованої продукції;

- *коефіцієнт оборотності оборотного капіталу* — відношення розміру чистої виручки від реалізації до середнього за період величині вартості матеріальних оборотних коштів, коштів і короткострокових цінних паперів;

- *коефіцієнт оборотності власного капіталу* — відношення чистого виторгу від реалізації до середнього за період обсягу власного капіталу.

Для оцінки фінансово-економічного стану підприємства наведені показники мають різне значення.

У першій групі — показники, для яких встановлені нормативні значення. До їхнього числа відносяться показники ліквідності й фінансової

стійкості.

У другу групу входять показники, значення яких не можуть проілюструвати фінансово-економічний стан без порівняння зі значеннями цих показників інших підприємств, що випускають аналогічну продукцію і мають виробничі потужності, порівнянні з потужностями даного підприємства. У цю групу входять показники рентабельності, характеристики структури майна, джерел і стану оборотних коштів.

### **Питання для самоконтролю**

1. У чому відмінність між простим і комплексним визначенням сутності банків?
2. Які основні елементи банківської системи?
3. Які найважливіші джерела кредиту ви знаєте?
4. Охарактеризуйте основні форми банківського кредиту?
5. Назвіть основні види внесків у банк?
6. Які основні види активних операцій банку існують і в чому їхня сутність?
7. Назвіть основні види комісійних операцій?
8. Чим відрізняється лізинг від оренди і плата за лізинг від орендної плати?
9. Які основні показники платоспроможності підприємств?

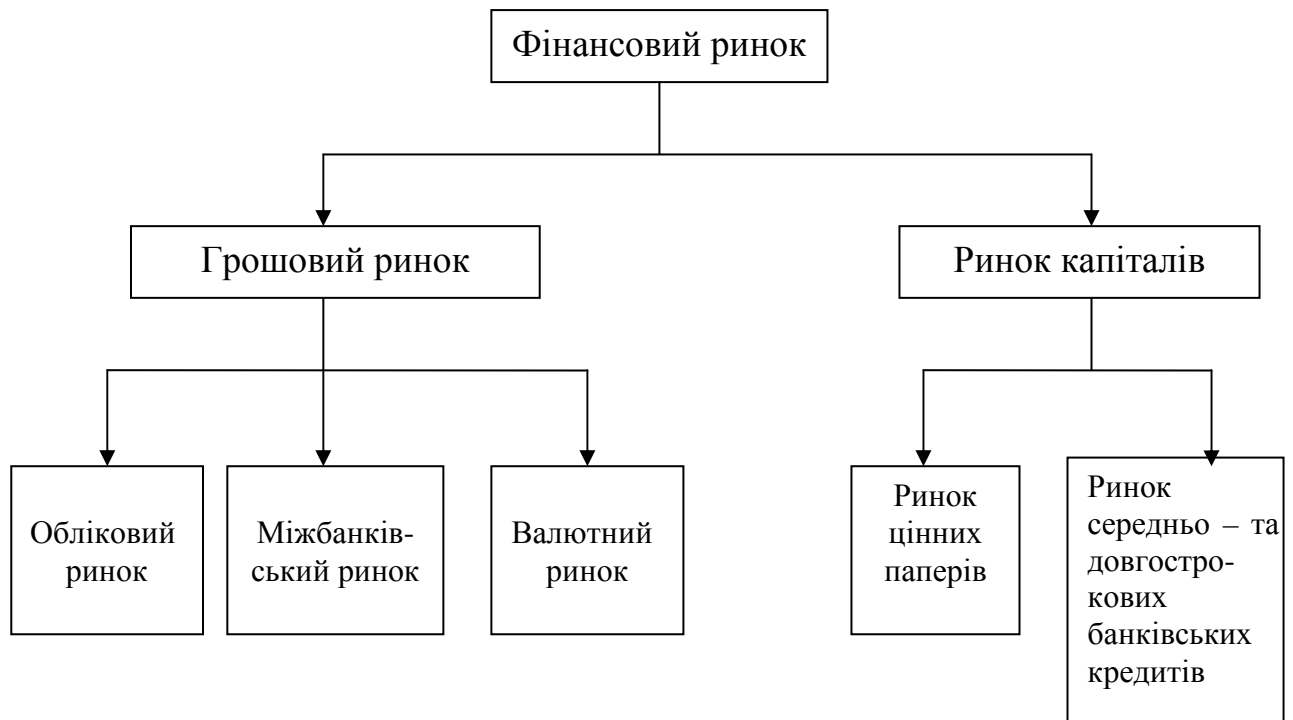
## РОЗДІЛ XIII. ПІДПРИЄМСТВО НА РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ

### ГЛАВА 1. ОСНОВНІ ВИДИ ЦІННИХ ПАПЕРІВ ТА ЇХ РОЛЬ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Предмет аналізу даної теми — цінні папери, їхня купівля-продаж за певним курсом, основні правила інвестування підприємствами своїх грошових капіталів в акції й облігації, а також ризики, що виникають при цьому. У спеціальній та нормативній літературі часто зустрічаються терміни "ринок цінних паперів", "фондовий ринок". З прийняттям у 2006 році нової редакції Закону „Про цінні папери та фондовий ринок” було законодавче закріплено автентичність цих понять. Згідно з цим Законом - фондовий ринок (ринок цінних паперів) це сукупність учасників фондового ринку та правовідносин між ними щодо розміщення, обігу та обліку цінних паперів і похідний (деривативів).

Слід зазначити, що практично всі ринки знаходять відображення в інструментах ринку цінних паперів. Так, наприклад, ринок товарної продукції й послуг представлений коносаментами, векселями; ринок землі й природних ресурсів - акціями, облігаціями, забезпеченням яких є земельні ресурси й т.д. Ринок цінних паперів співвідноситься з такими видами ринків, як ринок капіталів, грошовий ринок, фінансовий ринок. У прийнятій у вітчизняній і міжнародній практиці термінології фінансовий ринок підрозділяється на грошовий ринок і ринок капіталів (схема 13.1).

Під *грошовим ринком* розуміється ринок короткострокових кредитних операцій (до одного року). У свою чергу, грошовий ринок підрозділяється звичайно на обліковий, міжбанківський і валютний ринки. Основними інструментами, використовуваними на *обліковому ринку*, є векселі, інші види короткострокових зобов'язань (цінні папери). Таким чином, на обліковому ринку обертається величезна маса короткострокових цінних паперів, головна характеристика яких - висока ліквідність і мобільність.



**Схема 13.1** – Структура фінансового ринку

*Міжбанківський ринок* — частина ринку позичкових капіталів, де тимчасово вільні грошові ресурси кредитних установ залучаються й розміщаються банками між собою переважно у формі міжбанківських депозитів на короткі строки. Найпоширеніші строки депозитів - 1, 3 і 6 місяців, граничні строки - від 1 дня до 2 років (іноді 5 років). Кошти міжбанківського ринку використовуються банками не тільки для короткострокових, але й для середньо - і довгострокових активних операцій, регулювання балансів, виконання вимог державних регулювальних органів.

*Валютні ринки* обслуговують міжнародний платіжний оборот, пов'язаний з оплатою грошових зобов'язань юридичних і фізичних осіб різних країн. Специфіка міжнародних розрахунків укладається у відсутності загальноприйнятого для всіх країн платіжних коштів. Тому необхідною умовою розрахунків по зовнішній торгівлі, послугам, інвестиціям, міждержавним платежам є обмін однієї валюти на іншу у формі покупки або продажу іноземної валюти платником або одержувачем. Валютні ринки - офіційні центри, де відбувається купівля-продаж валют на основі попиту та пропозиції. *Ринок капіталів* підрозділяється на ринок цінних паперів (середньо - і

довгострокових) і ринок середньо - і довгострокових банківських кредитів. Ринок капіталів служить найважливішим джерелом довгострокових інвестиційних ресурсів для уряду, підприємств і банків. Якщо грошовий ринок надає високоліквідні кошти в основному для задоволення короткострокових потреб, то ринок капіталів забезпечує довгострокові потреби у фінансових ресурсах. Таким чином, фондовий ринок є сегментом як грошового ринку, так і ринку капіталів, які також включають рух прямих банківських кредитів, перерозподіл грошових ресурсів через страхову галузь, та інші кредити. Він створює ринковий механізм вільного, хоча й регульованого, переливу капіталів у найбільш ефективні галузі господарювання. Це частина фінансового ринку, на якому проводиться купівля-продаж цінних паперів з метою одержання доходу, схоронності й зростання капіталу, залучення інвестицій. Ринок цінних паперів забезпечує реалізацію потреби підприємців і держави у фінансових ресурсах шляхом обертання на ньому акцій, облігацій, депозитних сертифікатів, казначейських зобов'язань і інших видів цінних паперів. У ринковій економіці ринок цінних паперів є основним механізмом перерозподілу грошових накопленнь.

Ринок цінних паперів в умовах ринкової економіки виконує ряд найважливіших макро - і мікроекономічних **функцій**:

- виконує роль *регулювальника інвестиційних потоків*, що забезпечує оптимальну структуру використання ресурсів;

- *забезпечує масовий характер* інвестиційного процесу, дозволяючи будь-яким суб'єктам, які мають вільні кошти, здійснювати, інвестиції у виробництво шляхом придбання цінних паперів;

- чуйно реагує на те, що відбувається і припускає зміни в політичній, соціально-економічній, зовнішньоекономічній та інших сферах життя суспільства, тим самим виконує роль барометра, зокрема "економічного клімату" у країні;

- через купівлю-продаж цінних паперів окремих підприємств, *державна реалізує свою структурну політику*, наприклад, здобуваючи акції важливих,

з точки зору економічної політики, підприємств;

- виступає важливим *інструментом державної фінансової політики*.

Таким чином, існуючий фондовий ринок виконує функції переміщення капіталу інвесторів до виробників, визначення ефективності використання фінансових активів в окремих секторах економіки, переміщення капіталу з однієї галузі в іншу. Протягом останніх років українські підприємства почали активно вико-ристовувати ринок цінних паперів як одне з джерел довгострокових інвес-тицій. У той же час обсяги інвестицій поки ще не відповідають потребам розвитку українського підприємництва. Крім того, вітчизняний ринок цінних паперів зберігає значну залежність від кон'юнктури зарубіжних ринків.

Фондовий ринок поділяється на первинний та вторинний. **Первинний ринок** – це сукупність правовідносин, пов'язаних з розміщенням цінних паперів а **вторинний** - це сукупність дій, пов'язаних з обігом цінних паперів.

Засобами обігу на фондовому ринку є різноманітні цінні папери. Відповідно до Закону України "Про цінні папери та фондовий ринок" цінні папери - документи встановленої форми з відповідними реквізитами, що посвідчують грошові або інші майнові права, визначають взаємовідносини особи, яка їх розмістила (видала), і власника, та передбачають виконання зобов'язань згідно з умовами їх розміщення, а також можливість передачі прав, що впливають з цих документів, іншим особам. Залежно від форми надання капіталу й способу виплати доходу цінні папери можна поділити на такі групи:

1. Пайові, що посвідчують участь їх власника у статутному капіталі (крім інвестиційних сертифікатів), надають власнику право на участь в управлінні емітентом і отримання частини прибутку, зокрема у вигляді дивідендів, та частини майна у разі ліквідації емітента. До пайових цінних паперів відносяться акції, інвестиційні сертифікати.

2. Боргові цінні папери, що посвідчують відносини позики і передбачають зобов'язання емітента сплатити у визначений строк кошти відповідно до зобов'язання. До них відносяться облігації підприємств,

державних та місцевих органів, казначейські зобов'язання України, ощадні (депозитні) сертифікати, векселі.

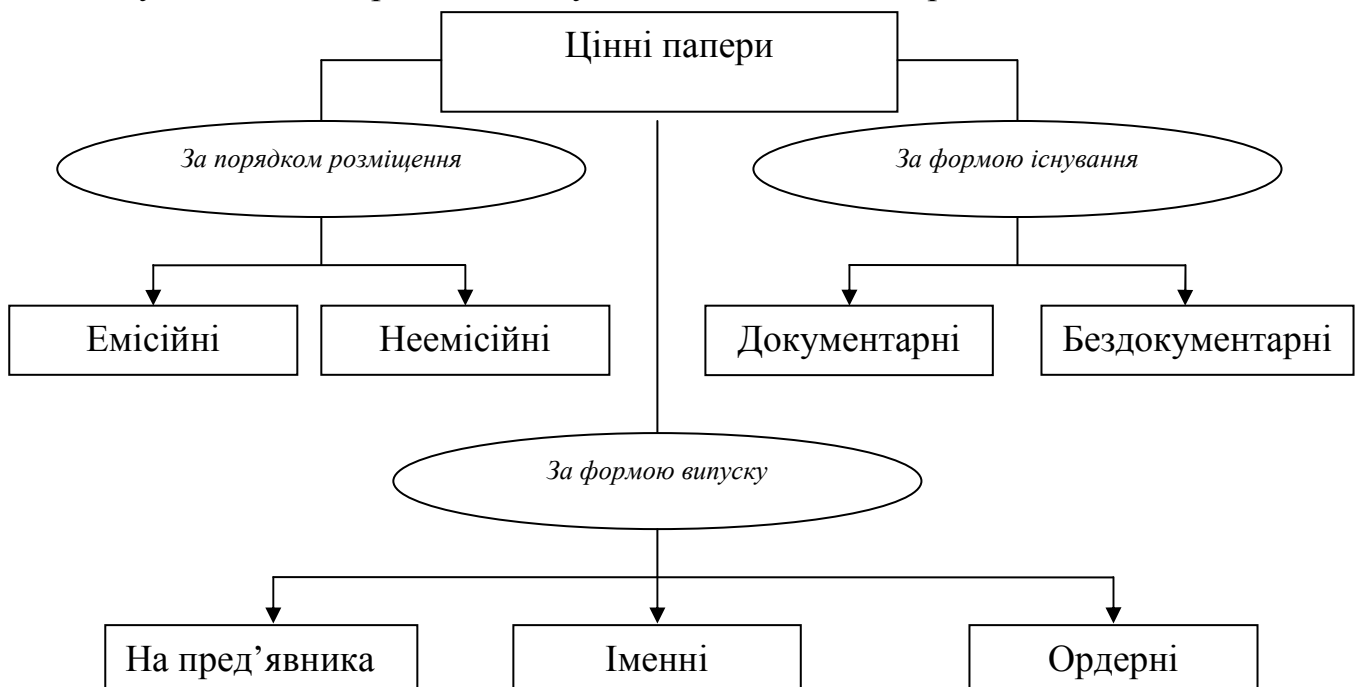
3. Іпотечні цінні папери. Це цінні папери, випуск яких забезпечено іпотечним покриттям (іпотечним пулом) та які посвідчують право власників на отримання від емітента належних їм коштів. До іпотечних цінних паперів відносяться іпотечні облігації, іпотечні сертифікати, заставні, сертифікати операцій з нерухомістю (далі - сертифікати ФОН).

4. Приватизаційні цінні папери - цінні папери, що посвідчують право власника на безоплатне одержання у процесі приватизації частки майна державних підприємств, державного житлового фонду, земельного фонду.

5. Похідні цінні папери - цінні папери, механізм випуску та обігу яких пов'язаний з правом на придбання чи продаж протягом строку, встановленого договором, цінних паперів, інших фінансових та/або товарних ресурсів.

6. Товаророзпорядчі цінні папери - цінні папери, що надають їхньому держателю право розпоряджатися майном, вказаним у цих документах.

Можливі види цінних паперів, які можуть обертатися на українському фондовому ринку, регламентуються Законом України "Про цінні папери та фондовий ринок" від 23.02.2006 р. Відповідно до нього в Україні можуть випускатися й обертатися наступні види цінних паперів (див.сх.13.2).



**Схема 13.2** – Види цінних паперів

**Емісійні цінні папери** - цінні папери, що посвідчують однакові права їх власників у межах одного випуску стосовно особи, яка бере на себе відповідні зобов'язання (емітент). До емісійних цінних паперів належать акції, облігації підприємств, облігації місцевих позик, державні облігації України, іпотечні сертифікати, іпотечні облігації, сертифікати ФОН, інвестиційні сертифікати, казначейські зобов'язання України. Цінні папери, що не належать згідно з Законом „Про цінні папери та фондовий ринок” до емісійних цінних паперів, можуть бути визнані такими Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку.

Рішення про форму існування цінних паперів приймається емітентом. **Документарна** форма існування означає видачу сертифіката, який виписується на ім'я власника цього цінного паперу, містить певні законодавством реквізити. **Бездокументарна форма** – означає, що право власності на цінний папір фіксується в електронному вигляді.

Форма випуску цінних паперів означає, що права посвідчені цим цінним папером належать:

- пред'явникові цінного паперу (*цінний папір на пред'явника*);
- особі, зазначеній у цінному папері (*іменний цінний папір*);
- особі, зазначеній у цінному папері, яка може сама здійснити ці права або призначити своїм розпорядженням іншу уповноважену особу (*ордерний цінний папір*).

Для передачі іншій особі прав, посвідчених цінним папером на пред'явника, достатньо вручити цінний папір цій особі. Права, посвідчені іменним цінним папером, передаються у порядку, встановленому законами України та рішеннями Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку. Права, посвідчені ордерним цінним папером, передаються шляхом вчинення на цьому папері індосаменту. Згідно з індосаментом до особи, якій (або у розпорядження якої) передаються права, посвідчені цінним папером (індосата), переходять усі ці права. Індосамент може бути бланковим (без зазначення особи, щодо якої має бути здійснене виконання зобов'язань) або



ордерним (із зазначенням такої особи).

Розглянемо докладніше окремі види цінних паперів, які відповідно до Закону України "Про цінні папери та фондовий ринок " можуть випускатися й обертатися на ринку цінних паперів.

**1. Акції** - іменний цінний папір, що посвідчує майнові права його власника (акціонера), що стосуються акціонерного товариства, включаючи право на отримання частини прибутку акціонерного товариства у вигляді дивідендів та право на отримання частини майна акціонерного товариства у разі його ліквідації, право на управління акціонерним товариством, а також немайнові права, передбачені Цивільним кодексом України та законодавством, що регулює питання створення, діяльності та припинення акціонерних товариств. Емітентом акцій може бути тільки акціонерне товариство, яке розміщує тільки іменні акції.

Акціонерне товариство розміщує акції двох типів - прості й привілейовані.

**Прості акції** надають їх власникам право на отримання частини прибутку акціонерного товариства у вигляді дивідендів, на участь в управлінні акціонерним товариством, на отримання частини майна акціонерного товариства в разі його ліквідації та інші права, передбачені законом, що регулює питання створення, діяльності та припинення акціонерних товариств. Прості акції надають їх власникам однакові права.

**Привілейовані акції** надають їх власникам переважні, стосовно власників простих акцій, права на отримання частини прибутку акціонерного товариства у вигляді дивідендів та на отримання частини майна акціонерного товариства у разі його ліквідації, а також надають права на участь в управлінні акціонерним товариством у випадках, передбачених статутом і законодавством, що регулює питання створення, діяльності та припинення акціонерних товариств. Частка привілейованих акцій у статутному капіталі акціонерного товариства не може перевищувати 25 відсотків.

Акція має номінальну вартість, установлену в національній валюті.

Мінімальна номінальна вартість акції не може бути меншою, ніж одна копійка.

Акції реалізуються за курсом, який залежить від багатьох факторів, і найголовніший – це співвідношення попиту і пропозиції на цю акцію.

Попередньо курс акції певного акціонерного товариства можна оцінити за формулою:

$$K = \frac{D \cdot 100\%}{I_{\text{деп}}}, \text{ де}$$

$D$  – величина дивідентів, які виплачуються на одну акцію, грн.;

$I_{\text{деп}}$  - ставка за депозитними договорами, яку дає банк при прийнятті грошей на депозит, %.

**2. Облігація** – це цінний папір, що посвідчує внесення його власником грошей, визначає відносини позики між власником облігації та емітентом, підтверджує зобов'язання емітента повернути власникові облігації її номінальну вартість у передбаченій умовами розміщення облігацій строк та виплатити доход за облігацією, якщо інше не передбачено умовами розміщення. Облігації можуть розміщуватися у документарній або бездокументарній формі, іменні облігації та облігації на пред'явника. Рішення про розміщення облігацій приймає емітент і згідно з законодавством він має право розміщувати *відсоткові, цільові та дисконтні облігації*.

**Відсоткові облігації** - облігації, за якими передбачається виплата відсоткових доходів. **Цільові облігації** - облігації, виконання зобов'язань за якими дозволяється товарами або послугами відповідно до вимог, встановлених умовами розміщення таких облігацій. **Дисконтні облігації** - облігації, що розміщуються за ціною, нижчою ніж їх номінальна вартість. Різниця між ціною придбання та номінальною вартістю облігації виплачується власнику облігації під час її погашення і становить доход (дисконт) за облігацією.

Облігації підприємств розміщуються юридичними особами тільки після

повної сплати свого статутного капіталу. Вони підтверджують зобов'язання емітента за ними та не дають право на участь в управлінні емітентом. Не допускається розміщення облігацій підприємств для формування і поповнення статутного капіталу емітента, а також покриття збитків від господарської діяльності шляхом зарахування доходу від продажу облігацій як результату поточної господарської діяльності. Юридична особа має право розміщувати облігації на суму, яка не перевищує трикратного розміру власного капіталу або розміру забезпечення, що надається їй з цією метою третіми особами.

Є різні способи виплати за облігаціями:

- у вигляді *сплати процентів* щорічно або при погашенні облігації. Для цього на облігації робляться відривні купони, на яких написано суму та дату сплати процентів. Такі облігації називаються *процентними*;

- у вигляді *виграшу*. В цьому випадку регулярно проводяться лотереї, на яких визначаються номери облігацій, на які випали певні виграші. Такі облігації називають *лотерейними (виграшними)*;

- у вигляді права придбання певних товарів. Такі облігації називаються *цільовими*;

- з виплатою на *дисконтній основі*, коли облігації продаються дешевше, ніж це зазначено на облігації. А погашаються такі облігації за ціною номіналу.

Облігації реалізуються за курсом облігації. Приблизно курс облігації розраховується за формулою:

$$K_0 = \frac{(H + n \cdot D) \cdot 100\%}{100 + n \cdot I_{\text{деп}}}, \text{ де}$$

**H** - номінал облігації, грн.;

**n** - кількість років (або періодів), що залишилась до погашення облігації;

**D** - дохід на облігацію (за рік або інший період), грн.

Облігації можуть випускати: держава, місцеві органи влади,

підприємства.

Рішення про розміщення **облігацій місцевих позик** приймає Верховна Рада Автономної Республіки Крим або міська рада відповідно до вимог, установлених бюджетним законодавством. До облігацій місцевих позик належать облігації внутрішніх та зовнішніх місцевих позик.

**Державні облігації України** поділяються на облігації внутрішніх державних позик України, облігації зовнішніх державних позик України та цільові облігації внутрішніх державних позик України.

**Облігації внутрішніх державних позик України** – це державні цінні папери, що розміщуються виключно на внутрішньому фондовому ринку і підтверджують зобов'язання України щодо відшкодування пред'явникам цих облігацій їх номінальної вартості з виплатою доходу відповідно до умов розміщення облігацій.

**Цільові облігації внутрішніх державних позик України** – це облігації внутрішніх державних позик, емісія яких є джерелом фінансування дефіциту державного бюджету в обсягах, передбачених на цю мету законом про Державний бюджет України на відповідний рік і в межах граничного розміру державного боргу. Кошти, залучені до Державного бюджету України від розміщення цільових облігацій внутрішніх державних позик України, використовуються виключно для фінансування державних або регіональних програм і проектів на умовах їх повернення в обсягах, передбачених на цю мету законом про Державний бюджет України на відповідний рік.

**Облігації зовнішніх державних позик України** - державні боргові цінні папери, що розміщуються на міжнародних фондових ринках і підтверджують зобов'язання України відшкодувати пред'явникам цих облігацій їх номінальну вартість з виплатою доходу відповідно до умов випуску облігацій.

Державні облігації України можуть бути:

- довгострокові - понад п'ять років;
- середньострокові - від одного до п'яти років;

- короткострокові - до одного року.

Рішення про розміщення облігацій зовнішніх та внутрішніх державних позик України та умови їх випуску приймається згідно з Бюджетним кодексом України.

**3. Казначейські зобов'язання України** – це державний цінний папір, що розміщується виключно на добровільних засадах серед фізичних осіб, посвідчує факт заборгованості Державного бюджету України перед власником казначейського зобов'язання України, дає власнику право на отримання грошового доходу та погашається відповідно до умов розміщення казначейських зобов'язань України.

Емітентом казначейських зобов'язань України виступає держава в особі Міністерства фінансів України за дорученням Кабінету Міністрів України. Вони можуть бути іменними або на пред'явника, та розміщуються у документарній або бездокументарній формі.

**4. Інвестиційні сертифікати** – це цінні папери, які розміщується інвестиційним фондом, інвестиційною компанією, компанією з управління активами пайового інвестиційного фонду та посвідчує право власності інвестора на частку в інвестиційному фонді, взаємному фонді інвестиційної компанії та пайовому інвестиційному фонді. Емітентом інвестиційних сертифікатів виступає інвестиційний фонд, інвестиційна компанія або компанія з управління активами пайового інвестиційного фонду. Інвестиційні сертифікати можуть надавати його власнику право на отримання доходу у вигляді дивідендів.

**5. Ощадні (депозитні) сертифікати** – це цінні папери, що підтверджують суму вкладу, внесеного у банк, і права вкладника (власника сертифіката) на одержання зі спливом

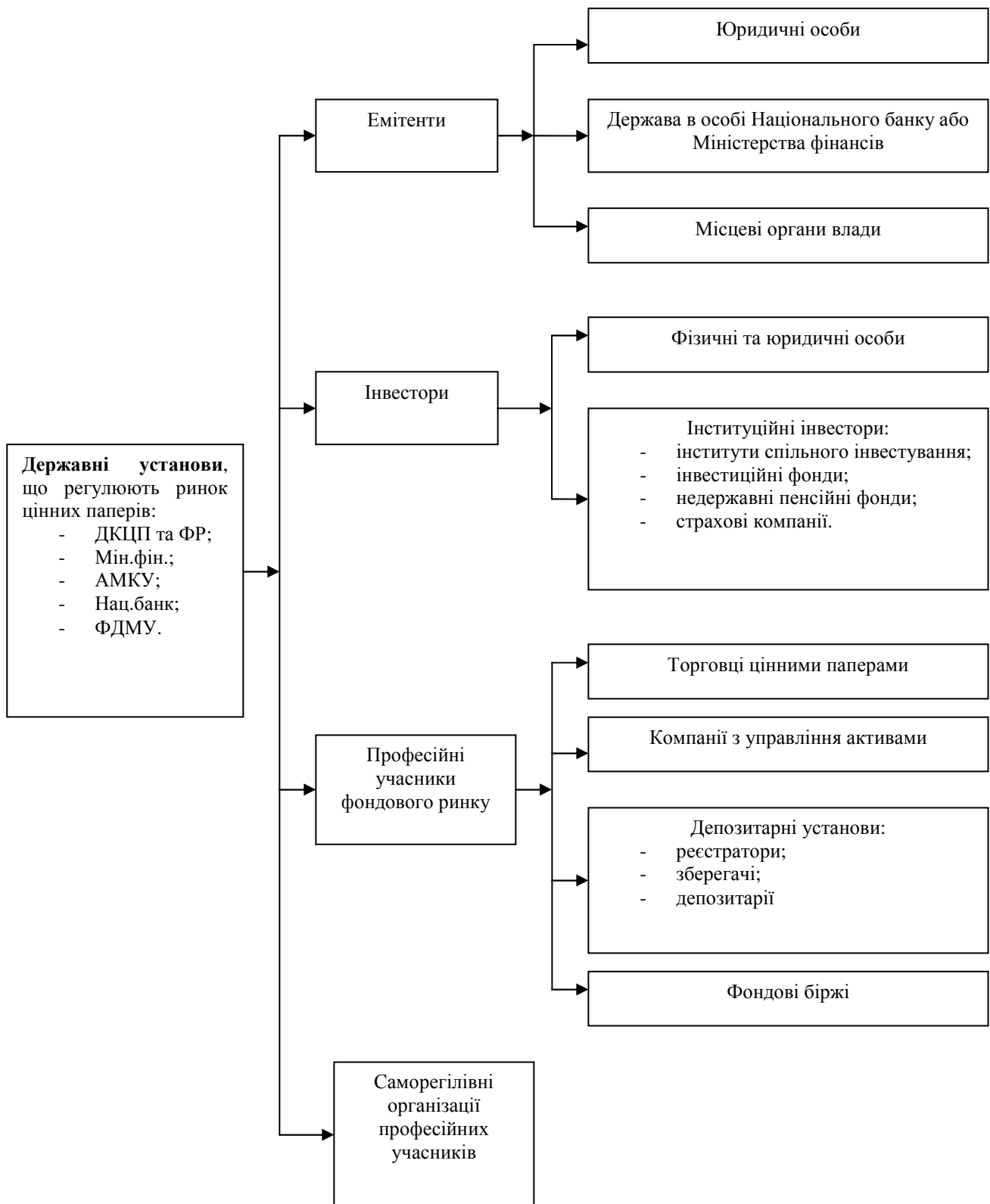
встановленого строку суми вкладу та процентів, встановлених сертифікатом, у банку, який його видав. Ощадні (депозитні) сертифікати розміщуються на певний строк (під відсотки, передбачені умовами їх розміщення). Вони можуть бути іменними або на пред'явника. Іменні ощадні сертифікати розміщуються у бездокументарній формі, а на пред'явника – у документарній.

Доход за ощадними (депозитними) сертифікатами виплачується під час пред'явлення їх для оплати в банк, що розмістив ці сертифікати. У разі дострокового пред'явлення ощадного (депозитного) сертифіката до оплати банк виплачує суму вкладу та відсотки (за вкладами на вимогу), якщо умовами випуску сертифіката не передбачено інший розмір відсотків.

**6. Вексель** – це цінний папір, що посвідчує безумовне грошове зобов'язання векселедавця або його наказ третій особі сплатити після настання строку платежу визначену суму власнику векселя (векселедержателю). Векселі можуть бути прості або переказні та існують виключно у документарній формі.

## **ГЛАВА 2. ОСНОВНІ УЧАСНИКИ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ**

Основними суб'єктами ринку цінних паперів є його безпосередні учасники й інститути, що забезпечують проведення операцій на цьому ринку (див. схему 13.3).



**Схема 13.3** – Суб'єкти фондового ринку

Учасниками фондового ринку є:

1. Емітенти – юридичні особи, держава, в особі уповноважених нею

органів державної влади або міські ради, які від свого імені розміщують цінні папери та беруть на себе зобов'язання щодо них перед їх власниками.

2. Інвестори – фізичні і юридичні особи, які набули права власності на цінні папери з метою отримання доходу від вкладених коштів.

3. Професійні учасники фондового ринку це юридичні особи, які на підставі ліцензії провадять на фондовому ринку діяльність з надання фінансових та інших послуг у сфері розміщення, обігу та обліку прав за цінними паперами, а також управління активами інституційних інвесторів.

4. Саморегульовані організації професійних учасників фондового ринку – це неприбуткові об'єднання учасників фондового ринку, що провадять професійну діяльність на фондовому ринку з торгівлі цінними паперами, управління активами інституційних інвесторів, депозитарну діяльність (діяльність реєстраторів та зберігачів).

Для забезпечення й остаточного завершення угоди необхідно користуватися існуючими торговельними й реєстраційними системами. Вся існуюча система інститутів фондового ринку, що реалізують операції, і являє собою інфраструктуру ринку цінних паперів. Вона являє собою систему організацій, підприємств і окремих служб, які створюють необхідні умови для випуску, реалізації, подальшого обігу, обліку й зберігання цінних паперів.

Згідно з Законом України „Про цінні папери та фондовий ринок”, на фондовому ринку здійснюються наступні види професійної діяльності:

- діяльність з торгівлі цінними паперами;
- діяльність з управління активами інституційних інвесторів;
- депозитарна діяльність;
- діяльність з організації торгівлі на фондовому ринку.

Професійна діяльність на фондовому ринку здійснюється виключно на підставі ліцензії, що видається Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку.

**Професійна діяльність з торгівлі цінними паперами на фондовому**



ринку проводиться торговцями цінними паперами - господарськими товариствами, для яких операції з цінними паперами є виключним видом діяльності, а також банками.

Професійна діяльність з торгівлі цінними паперами включає:

1. Брокерську діяльність, згідно з якою торговець цінними паперами має право укладати цивільно-правові договори (зокрема договори комісії, доручення) щодо цінних паперів від свого імені (від імені іншої особи), за дорученням і за рахунок іншої особи.

2. Дилерську діяльність - укладення торговцем цінними паперами цивільно-правових договорів щодо цінних паперів від свого імені та за свій рахунок з метою перепродажу.

3. Андеррайтинг - розміщення (підписка, продаж) цінних паперів торговцем цінними паперами за дорученням, від імені та за рахунок емітента. У разі публічного розміщення цінних паперів андеррайтер може брати на себе зобов'язання за домовленістю з емітентом щодо гарантування продажу всіх цінних паперів емітента, що підлягають розміщенню, або їх частини. Якщо випуск цінних паперів публічно розміщується не в повному обсязі, андеррайтер може здійснити повний або частковий викуп нереалізованих цінних паперів за визначеною в договорі фіксованою ціною на засадах комерційного представництва відповідно до взятих на себе зобов'язань.

4. Діяльність з управління цінними паперами - діяльність, що проводиться торговцем цінними паперами від свого імені за винагороду протягом визначеного строку на підставі договору про управління переданими йому цінними паперами та грошовими коштами, призначеними для інвестування в цінні папери, а також отриманими в процесі цього управління цінними паперами та грошовими коштами, які належать на праві власності установнику управління, в його інтересах або в інтересах визначених ним третіх осіб. Торговець цінними паперами має право укладати договори про управління цінними паперами з фізичними та юридичними особами.

**Діяльність з управління активами інституційних інвесторів** - діяльність учасника фондового ринку - компанії з управління активами, що провадиться нею за винагороду від свого імені або на підставі відповідного договору про управління активами інституційних інвесторів.

Юридичні особи, які є учасниками Національної депозитарної системи, здійснюють такі види **депозитарної діяльності**:

1. Зберігання і обслуговування обігу цінних паперів на рахунках у цінних паперах та операцій емітента щодо випущених ним цінних паперів.
2. Кліринг та розрахунки за угодами щодо цінних паперів.
3. Ведення реєстрів власників іменних цінних паперів.

Діяльність, пов'язана із зберіганням цінних паперів та обліком прав власності на них, здійснюється на підставі договору про відкриття рахунку у цінних паперах, який укладається власником цінних паперів з обраним ним зберігачем, депозитарного договору, який укладається між зберігачем і депозитарієм, або договору про обслуговування емісії цінних паперів, який укладається між емітентом та обраним ним депозитарієм. У договорі про відкриття рахунку у цінних паперах, випущених у документарній формі, визначається спосіб зберігання цінних паперів (колективний чи відокремлений). Іменні цінні папери, що знаходяться в колективному зберіганні на рахунках власників у зберігача і не обліковані на рахунках зберігача в депозитарії, підлягають обов'язковому занесенню до реєстру власників іменних цінних паперів на ім'я зберігача як номінального утримувача.

**Кліринг та розрахунки за угодами** щодо цінних паперів здійснюються виключно депозитаріями, які забезпечують поставку цінних паперів на рахунки зберігачів у депозитарії з одночасною оплатою грошових коштів на рахунках зберігачів. Взаєморозрахунки за угодами щодо цінних паперів здійснюються на підставі розрахункових документів, наданих сторонами відповідно до договорів, що передбачають перехід права власності на цінні

папери, або інформації, наданої фондовими біржами та організаційно оформленим позабіржовим ринком.

**Ведення реєстрів власників іменних цінних паперів передбачає** облік та зберігання протягом певних строків інформації про власників іменних цінних паперів та про операції, внаслідок яких виникає необхідність внесення змін до реєстру власників іменних цінних паперів. Підставою для внесення змін до реєстру власників іменних цінних паперів є документи, згідно з якими переходить право власності на відповідні іменні цінні папери. Діяльність щодо ведення реєстру власників іменних цінних паперів здійснює емітент або реєстратор. Якщо кількість власників іменних цінних паперів емітента перевищує 150 осіб, емітент зобов'язаний доручити ведення реєстру реєстратору шляхом укладення відповідного договору. Договір на ведення реєстру емітент може укласти лише з одним реєстратором. При цьому таке доручення емітента не знімає з нього відповідальності щодо виконання обов'язків, що випливають із угод щодо цінних паперів. Рішення про передачу ведення реєстру власників іменних цінних паперів приймається виключно на загальних зборах акціонерів.

**Діяльність з організації торгівлі на фондовому ринку** - діяльність професійного учасника фондового ринку (організатора торгівлі) із створення організаційних, технологічних, інформаційних, правових та інших умов для збирання та поширення інформації стосовно попиту і пропозицій, проведення регулярних торгів фінансовими інструментами за встановленими правилами, централізованого укладення і виконання договорів щодо фінансових інструментів, у тому числі здійснення клірингу та розрахунків за ними, та розв'язання спорів між членами організатора торгівлі. Згідно з законодавства такими організаторами торгівлі є фондові біржі.

### ГЛАВА 3. ФОНДОВА БІРЖА І МЕХАНІЗМ ЇЇ ДІЇ

*Фондова біржа* утворюється та діє в організаційно-правовій формі товариства (крім повного, командитного товариства і товариства з додатковою відповідальністю) або дочірнього підприємства об'єднання торговців цінними паперами, та провадить свою діяльність відповідно до Цивільного кодексу України, законів, що регулюють питання утворення, діяльності та припинення юридичних осіб, з особливостями, визначеними цим Законом.

*Прибуток фондової біржі* спрямовується на її розвиток та не підлягає розподілу між її засновниками (учасниками).

Фондова біржа утворюється не менше ніж *двадцятьма засновниками - торговцями цінними паперами*, які мають ліцензію на право провадження професійної діяльності на фондовому ринку, або їх об'єднанням, що налічує не менше ніж двадцять торговців цінними паперами. Частка одного торговця цінними паперами не може бути більшою ніж 5 відсотків статутного капіталу фондової біржі.

Фондова біржа набуває *статусу юридичної особи* з моменту державної реєстрації. Державна реєстрація фондової біржі здійснюється в порядку, встановленому Законом України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців". Фондова біржа має право *провадити діяльність* з організації торгівлі на фондовому ринку з моменту отримання ліцензії Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку.

*Діяльність фондової біржі* як організатора торгівлі тимчасово *зупиняється* Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку в разі, коли кількість її членів стала менш ніж 20, а якщо фондову біржу утворено у формі дочірнього підприємства об'єднання торговців цінними паперами – коли кількість членів такого об'єднання стала менше ніж 20. Якщо протягом шести місяців прийняття нових членів не відбулося, діяльність фондової біржі припиняється.

*Членами фондової біржі можуть бути виключно торговці цінними паперами, які мають ліцензію на право провадження професійної діяльності на фондовому ринку та взяли на себе зобов'язання виконувати всі правила, положення і стандарти фондової біржі.*

У разі анулювання отриманої торговцем цінними паперами ліцензії на право провадження професійної діяльності на фондовому ринку його членство у фондовій біржі тимчасово зупиняється до поновлення ним ліцензії або надання на біржу листа щодо виключення його з членів біржі. Інші підстави припинення або тимчасового зупинення членства у фондовій біржі визначаються правилами фондової біржі.

Кожний член фондової біржі має рівні права щодо організації діяльності фондової біржі як організатора торгівлі.

#### **Вимоги до фондової біржі:**

Фондова біржа зобов'язана оприлюднювати та надавати Державній комісії з цінних паперів та фондового ринку інформацію про:

- перелік торговців цінними паперами, допущених до укладення договорів купівлі - продажу цінних паперів на фондовій біржі;
- перелік цінних паперів, які пройшли процедуру лістингу;
- обсяг торгівлі цінними паперами (кількість цінних паперів, загальну вартість укладених договорів, курс цінних паперів щодо кожного емітента окремо) за період, установлений Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку.

#### **Організація торгівлі на фондовій біржі:**

1. Фондова біржа створює організаційні умови для укладання договорів з цінними паперами шляхом котирування цінних паперів на основі даних попиту і пропозицій, отриманих від учасників торгів на фондовій біржі.

2. Торгівля на фондовій біржі здійснюється за правилами фондової біржі, які затверджуються біржовою радою та реєструються Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку.

**Правила фондової біржі** складаються з порядку:

- організації та проведення біржових торгів;
- лістингу та делістингу цінних паперів;
- допуску членів фондової біржі та інших осіб, визначених законодавством, до біржових торгів;
- котирування цінних паперів та оприлюднення їх біржового курсу;
- розкриття інформації про діяльність фондової біржі та її оприлюднення;
- розв'язання спорів між членами фондової біржі та іншими особами, які мають право брати участь у біржових торгах згідно із законодавством;
- здійснення контролю за дотриманням членами фондової біржі та іншими особами, які мають право брати участь у біржових торгах згідно із законодавством, правил фондової біржі;
- накладення санкцій за порушення правил фондової біржі.

Члени біржі або державні органи, які контролюють її діяльність, встановлюють умови, при яких певна компанія може бути допущена до біржової торгівлі.

Так, на Токійській фондовій біржі в середині 90-х років котирувалися акції 1600 компаній. Для реєстрації на ній прибуток компанії за останні 3 роки повинен становити не менше 300 млн. ієн, статутний капітал — не менше 1 млрд., а дивіденди на одну акцію — не менше 5 ієн. Це означає, що членами фондової біржі можуть бути тільки високорентабельні фірми. У світі наприкінці 90-х років нараховувалося майже 200 фондових бірж.

У свою чергу, реєстрація на біржі піднімає престиж компанії, полегшує їй доступ до ринку капіталу, сприяє підвищенню курсу акцій і, отже, розширює коло акціонерів.

У деяких найбільших американських корпораціях кількість акціонерів досягає 3 млн. і більше чоловік. Тому вони централізують значні грошові суми, а це прискорює інвестиційні процеси, зміцнює могутність великих корпорацій.

Керівники компаній, в тому числі зарубіжних, чий папери реалізуються на американських біржах, з 2003 року несуть персональну відповідальність за звітність своїх компаній. Якщо директор розписався у вірогідності звітних даних, а в звітності знайшлися помилки, то йому грозить до десяти років тюремного ув'язнення і штраф до 1 мільйона доларів.

Членство на фондовій біржі не є незмінним, раз і назавжди даним. Його потрібно постійно підтверджувати високим і стабільним курсом акцій. От чому добрі показники курсу акцій — свідоцтво ділової активності, стабільності економіки.

У США, наприклад, використовується такий інтегральний статистичний показник ділової активності, оцінки економічної кон'юнктури, як індекс Доу-Джонса. Він ґрунтується на динаміці середніх курсів акцій 65 найбільших корпорацій, у тому числі 30 промислових, 20 транспортних і 15 зі сфери комунально-побутового обслуговування, на даних про ціну акцій на Нью-Йоркській фондовій біржі.

Купівля-продаж акцій на фондовій біржі відбувається за допомогою посередників. Якщо посередник купує цінні папери за власні гроші або за рахунок отриманих кредитів, а потім продає їх за більш високою ціною, то на американському позабіржовому ринку він називається *дилером*. Головний посередник на центральній фондовій біржі Нью-Йорка — *фахівець*, а інші посередники, які зв'язують його з покупцями або продавцями, — *брокери*.

За свої посередницькі операції брокери одержують винагороду за домовленістю зацікавлених сторін (клієнтів) або відповідно до такси, установленної біржовим комітетом. Винагорода брокера (маклера) називається "*куртаж*", його величина вимірюється в промілі, тобто тисячній частині від суми укладеної угоди. При успішному веденні посередницьких операцій брокер може накопичити кошти і стати дилером.

Сучасний ринок цінних паперів характеризується також значним обсягом *позабіржового обороту*, що здійснюється за допомогою телефону і телефаксу.

Основними видами угод на фондовій біржі є касові й строкові:

- *касові угоди* — угоди, за якими цінні папери оплачуються в день здійснення операції або максимум до 7 днів (як правило, протягом перших трьох);

- *строкові угоди* є спекулятивними. Це означає, що розрахунок по них здійснюється протягом одного місяця, але за курсами, зафіксованими у день продажу.

Розрізняють біржових спекулянтів, які "грають" на підвищенні курсу

цінних паперів (їх називають "*биками*", оскільки вони намагаються підняти ціни на "роги") і на його зниженні (їх називають "*ведмедями*", оскільки вони прагнуть "завалити" ціну вниз).

На фондовій біржі відбувається розподіл і перерозподіл фінансового капіталу на "*первинний*" ринок (якщо акції випускають і продають населенню, різним компаніям і фінансово-кредитним інститутам) і "*вторинний*" (якщо емітовані акції знаходяться в обороті і переходять з одних рук в другі, що разом з рухом грошей, інших цінних паперів і відповідними інститутами формує кровоносну систему економіки). До числа інших функцій фондової біржі відносяться реєстрація курсів цінних паперів, виконання ролі економічного барометра країни та ін.

#### **ГЛАВА 4. ОСНОВНІ ПРАВИЛА ІНВЕСТУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ГРОШЕЙ У ЦІННІ ПАПЕРИ**

Якщо підприємство вирішило зайнятися довгостроковими інвестиціями в цінні папери, то перед ним насамперед виникає питання: в які види цінних паперів вкладати ці кошти? Відповідь на нього залежить від оптимального сполучення таких параметрів: 1) прибутковості цінних паперів; 2) ступеня ризику (чи надійності) при вкладенні коштів у різні види цінних паперів; 3) росту доходу від таких вкладень.

*За ступенем надійності*, а отже, найменшим ризиком втрати капіталовкладень, перше місце займають **державні облигації** розвинутих країн світу. Вони мають повну гарантію своєчасного погашення. Цим значною мірою пояснюється найбільш низький дохід, який вони приносять своїм власникам.

Звідси впливає **перше правило** інвестування підприємством грошей в цінні папери: найбільш надійними, але найменш прибутковими є капіталовкладення в державні облигації.

Серед них перше місце належить **короткостроковим облигаціям**.



Емісія коштовних державних паперів здійснюється відповідно до чинного законодавства України. Державні й муніципальні цінні папери можуть бути випущені у вигляді облігацій або інших цінних паперів, що відносяться до емісійних цінних паперів відповідно до законодавства України, що засвідчують право їхнього власника на одержання від емітента вказаних цінних паперів коштів залежно від умов емісії цих цінних паперів, іншого майна, установлених відсотків від номінальної вартості або інших майнових прав у терміни, передбачені умовами зазначеної емісії.

На другому місці в розвинутих країнах світу за ступенем надійності, швидким ростом, але й певним ризиком знаходяться **облігації і акції великих акціонерних компаній**, що котируються на домінуючих фондових біржах, мають високий рейтинг і за які регулярно виплачують дивіденди. Важливо враховувати, що внаслідок росту акціонерного капіталу підприємства акції можуть багаторазово збільшувати свою початкову вартість.

Тому **друге правило** інвестування підприємствами своїх коштів у цінні папери формулюється так: найбільш прибутковими, перспективно зростаючими, але менш надійними є капіталовкладення в акції і облігації великих акціонерних компаній.

З урахуванням видів акцій це правило конкретизується. Так, капіталовкладення в привілейовані акції при наявності високої економічної кон'юнктури найбільш надійні, але менш прибуткові.

*Найменш надійними*, а отже найбільш ризикованими є **акції, які випускають новостворені підприємства**. Проте практика розвинених країн світу свідчить, що капіталовкладення в акції деяких таких фірм були фантастично прибутковими, перетворюючи їхніх власників за відносно короткий період у мільйонерів.

Звідси впливає **третє правило** інвестування підприємствами грошей у цінні папери: найбільш ризикованими є капіталовкладення в акції новостворених компаній, що при сприятливих умовах можуть стати самими прибутковими.

Український фондовий ринок вже дозрів для венчурного капіталу й інвестування. Назва «венчурний» походить від англійського *venture* – «ризиковане підприємство або починання». **Венчурне інвестування**, як правило, здійснюється на малих і середніх підприємствах. Інвестиції спрямовуються або в акціонерний капітал в обмін на пакет акцій, або надаються у формі кредиту на термін від трьох до семи років.

Прибуток венчурного підприємця виникає лише тоді, коли протягом 5—7 років після інвестування він зуміє продати приналежний йому пакет акцій за ціною, що в кілька разів перевищує первісне вкладення.

Перший механізм венчурного інвестування був створений у Великобританії після Другої світової війни за рахунок державних коштів. Паралельно розвивалися і приватні венчурні фонди. У 80-х роках минулого століття венчурні проекти вже повністю фінансувалися приватним бізнесом.

Взагалі капіталовкладення в акції — самий ризикований вид інвестицій у цінні папери, але вони приносять найбільший доход. Крім того, ступінь ризику може певною мірою компенсуватися ростом їхнього ринкового курсу, а отже величиною доходу на акцію.

Найбільш оптимальне співвідношення між прибутковістю, надійністю і ростом доходу від капіталовкладень підприємств у цінні папери досягається за умови диверсифікованості таких вкладень.

**Диверсифікованість вкладень** — розподіл грошового капіталу між різними видами цінних паперів з метою зниження ризику втрат і одержання найбільшого доходу.

Досвід розвинутих країн свідчить, що оптимальним критерієм диверсифікованості є обмеження вкладень у кожний вид інвестицій не більше 10%.

Звідси випливає **четверте правило** інвестування підприємствами грошей у цінні папери: щоб досягти мінімального ризику, найбільшої надійності й прибутковості, необхідно диверсифікувати капіталовкладення.

З метою диверсифікованості капіталовкладень доцільно вкладати кошти в *трастові компанії* — підприємства, які виконують довірчі функції по управлінню капіталом інвесторів з метою його найбільш вигідного і надійного використання. Попередньою умовою такого вкладення є одержання всебічної консультації від фахівців трастової компанії про економічну кон'юнктуру, її можливі зміни, динаміку ринкових курсів цінних паперів і т.п.

### **Питання для самоконтролю**

1. Наведіть структуру фінансового ринку та розкрийте суть кожного елемента?
2. Які функції виконує ринок цінних паперів в умовах ринкової економіки?
3. На які групи поділяються цінні папери, залежно від форми надання капіталу й способу виплати доходу?
4. Які види цінних паперів Ви знаєте та розкрийте суть кожного?
5. Які цінні папери відповідно до законодавства можуть випускатися в Україні? Наведіть приклад.
6. Які існують суб'єкти фондового ринку в Україні?
7. Що включає професійна діяльність з торгівлі цінними паперами?
8. Які позитивні і негативні сторони інвестування грошового капіталу підприємств в облігації?
9. Які плюси і мінуси інвестування грошового капіталу підприємств в акції?
10. Дайте характеристику облігацій і акцій?
11. Охарактеризуйте механізм дії фондової біржі?
12. Яку роль виконують посередники на фондовій біржі?
13. Яким образом досягається оптимальне співвідношення між надійністю, ризиком і зростанням доходів при інвестуванні?

## **ДОДАТКИ**

## **ЗМІСТ БІЗНЕС-ПЛАНУ**

### **1. Резюме.**

- 1.1. Мета бізнес-плану.
- 1.2. Основні відомості про підприємство, засновників та керівництво.
- 1.3. Потреби у фінансах, джерела і мета фінансування.
- 1.4. Короткий опис бізнесу, його цільового ринкового сегмента та конкурентного середовища.
- 1.5. Переваги пропонованих товарів і послуг перед конкурентами.
- 1.6. Складові впевненості її успіху справи й складові довіри до бізнесу.
- 1.7. Основні фінансові пропозиції.

### **2. Юридичний статус підприємства.**

- 2.1. Повна і скорочена назва підприємства.
- 2.2. Код ЄДРПОУ.
- 2.3. Юридична і поштова адреса, банківські реквізити, телефон дирекції, телефакс, телекс, телефон.
- 2.4. Номер, дата і орган реєстрації підприємства.
- 2.5. Повна назва й юридична адреса організації (об'єднання, асоціації, концерну, корпорації і т. п.), до складу якої входить підприємство.
- 2.6. Форма власності.
- 2.7. Перелік підприємств з означенням їх внеску до статутного капіталу.
- 2.8. Керівники підприємства та їх службові телефони.
- 2.9. Обґрунтування пропонованої організаційно-правової форми підприємства та перспективи її подальшої зміни.
- 2.10. Символіка підприємства.

### **3. Основні напрями і мета діяльності підприємства.**

- 3.1. Задоволення потреб та інтересів цільових ринків.
- 3.2. Основна мета діяльності.
- 3.3. Допоміжна мета діяльності.

#### **4. Історична довідка про діяльність підприємства.**

- 4.1. Стадії розвитку підприємства.
- 4.2. Спеціалізація діяльності підприємства.
- 4.3. Характеристика обсягів виробництва, реалізації товару і надання послуг.
- 4.4. Загальні висновки про сучасний стан підприємства.
- 4.5. Опис земельної ділянки, приміщень і виробничих площ.
- 4.6. Характеристика машин та обладнання.

#### **5. Види бізнесу, продукція і послуги.**

- 5.1. Сфери діяльності підприємства.
- 5.2. Опис продукції і послуг.
- 5.3. Відмінні риси чи унікальність продукції і послуг.
- 5.4. Використання технологій, їх прогресивність, рівень кваліфікації персоналу.
- 5.5. Наявність ліцензій і патентних прав.
- 5.6. Перспективи удосконалення продукції і послуг.

#### **6. Ринки й характеристика конкурентного середовища.**

- 6.1. Клієнтура і покупці підприємства.
- 6.2. Сегменти ринку.
- 6.3. Розмір ринку та його зростання.
- 6.4. Історичний та сучасний поділ ринку та перспективи його зміни.
- 6.5. Ймовірна реалізація продукції і послуг підприємства по ринках збуту.
- 6.6. Пропозиції організації сервісного обслуговування.
- 6.7. Особливі характеристики ринку.
- 6.8. Наявність і ступінь конкуренції та інші фактори впливу.
- 6.9. Характеристика сильних та слабких сторін конкурентів.
- 6.10. Конкурентні переваги підприємства і впевненість в успіху справи.
- 6.11. Заходи з підвищення конкурентоспроможності товарів і послуг.

## **7. План маркетингової діяльності.**

- 7.1. Маркетингова служба підприємства.
- 7.2. Суть стратегії маркетингу.
- 7.3. Передбачуваний обсяг продажу товарів.
- 7.4. Канали збуту і розповсюдження товарів.
- 7.5. Цінова політика.
- 7.6. Сервісне обслуговування.
- 7.7. Заходи щодо стабільного позиціювання товарів і послуг на ринку та боротьби з конкурентами.
- 7.8. Бюджетні дані щодо затрат на маркетингові заходи.
- 7.9. Подальша стратегія маркетингу.

## **8. Перспективи розвитку бізнесу.**

- 8.1. Стадії розвитку бізнесу.
- 8.2. Передбачувані труднощі й ризик.
- 8.3. Удосконалення якості продукції і послуг.
- 8.4. Розробка видів продукції і послуг в майбутньому.

## **9. План виробничої діяльності.**

- 9.1. Опис виробничого процесу та пропозиції щодо його удосконалення.
- 9.2. План виробництва продукції (продаж товарів чи надання послуг).
- 9.3. Виробнича кооперація і використання субпідрядників.
- 9.4. Заплановані витрати на виробництво конкретних видів продукції та надання послуг, їх рентабельність.
- 9.5. Заходи щодо забезпечення якості продукції та послуг.

## **10. Техніко-технологічний план.**

- 10.1. Наявність і використання виробничих потужностей по видах продукції та послуг.
- 10.2. Заходи щодо створення необхідних потужностей.
- 10.3. Техніко-технологічні проблемні питання, що вимагають вирішення.

10.4. Перелік, джерела і строки одержання необхідного обладнання, засобів механізації та автоматизації для збільшення потужностей.

10.5. Перелік, виконавці, строки модернізації та капітального ремонту обладнання.

10.6. Затрати на ці роботи і строки їх окупності.

### **11. План капітального будівництва, розширення і реконструкції.**

11.1. Будівництво та введення в експлуатацію нових потужностей.

11.2. Розширення і реконструкція діючих виробництв.

11.3. Оренда площ сторонніми організаціями.

11.4. Заплановані затрати на ці цілі й строки їх окупності.

### **12. План заходів щодо охорони навколишнього середовища та техніки безпеки.**

12.1. Екологічна характеристика продукції.

12.2. Екологічний паспорт виробництва.

12.3. Заходи щодо підвищення екологічної чистоти продукції та виробництва.

12.4. Характеристика безпеки продукції та виробництва.

12.5. Заходи щодо підвищення безпеки продукції та виробництва.

12.6. Затрати на утилізацію відходів, охорону навколишнього середовища та техніку безпеки.

### **13. План постачання.**

13.1. Потреби в сировині, матеріалах, комплектуючих виробках та напівфабрикатах.

13.2. Потреби в енергоресурсах.

13.3. Постачальники ресурсів і ціни на них.

13.4. Передбачувані строки поставок і розмір незабезпечення по видах ресурсів, можливі заходи щодо покриття дефіциту.

13.5. Затрати на придбання ресурсів.



#### **14. Організаційно-управлінський план.**

- 14.1. Філософія управління підприємством.
- 14.2. Організаційна структура підприємства.
- 14.3. Власники підприємства і основний керівний склад.
- 14.4. Трудові ресурси.
- 14.5. Залучення спеціалістів зі сторони.
- 14.6. Підготовка і перепідготовка кадрів.
- 14.7. Оплата праці та інші методи стимулювання.
- 14.8. Затрати на оплату праці, підготовку й перепідготовку кадрів.

#### **15. Фінансовий план.**

- 15.1. Результати фінансової діяльності підприємства за звітний рік.
- 15.2. Прогноз прибутків і збитків.
- 15.3. Прогноз потоків грошових надходжень.
- 15.4. Прогнозування показників балансу підприємства.
- 15.5. Прогноз фінансових коефіцієнтів та статистичних показників.
- 15.6. Аналіз беззбитковості.
- 15.7. Узагальнення фінансових показників стосовно продукції і послуг.

#### **16. План фінансування.**

- 16.1. Сума засобів для реалізації проекту.
- 16.2. Джерела одержання грошових коштів.
- 16.3. Строки повернення позики та процентів по них; "шляхи виходу" на інвесторів.

#### **17. Оцінка ризику і страхування.**

- 17.1. Оцінка можливого ризику.
- 17.2. Організаційні заходи профілактики ризику.
- 17.3. План страхування від ризику.

## **18. Додатки.**

- 18.1. Відомості про наявність обладнання.
- 18.2. Технічні дані про продукцію.
- 18.3. Інформація про ліцензії та патентні документи.
- 18.4. Відомості про методики проведення опитувань та досліджень.
- 18.5. Короткі відомості про конкурентів.
- 18.6. Анкетні дані основних керівників підприємства.
- 18.7. Баланс підприємства за звітний рік.
- 18.8. Звіт підприємства про фінансові результати та їх використання за звітний рік.
- 18.9. Звіт про фінансово-майновий стан підприємства за звітний рік.
- 18.10. Звіт про ревізії бухгалтерських документів.

## СТРУКТУРА БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ ЗАХІДНИХ ІНВЕСТИТОРІВ

### 1. Вступ.

1.1. Інформація про сильні сторони інвестиційного проекту.

1.2. Переваги проекту та очікувані під виробництва позитивні для економіки України наслідки, зокрема:

- забезпечення експортного потенціалу;
- заміна імпорту;
- створення нових робочих місць;
- підвищення продуктивності праці;
- передача нових технологій;
- енергозбереження, поліпшення стану навколишнього середовища та умов праці;
- удосконалення управління, підвищення кваліфікації.

У цьому розділі треба порівняти те, що є, з тим, що має бути від впровадження проекту.

1.3. Ризики.

1.4. Відомості про поточне фінансове становище.

1.5. Майбутні плани (виробничі і фінансові) підприємства-позичальника.

### 2. Співучасники (спонсори) проекту.

Головні партнери по здійсненню робіт (операцій), у т. ч.:

- загальні відомості й досвід, скільки років існує підприємство, напрями діяльності;
- яким чином збираєтеся брати участь у здійсненні проекту;
- фінансові дані: результати фінансово-господарської діяльності за останні роки, прогнози розвитку на майбутнє, до яких ризиків схильні;
- продукція, що виробляється співучасниками (спонсором), наявність мережі збуту;

- фінансовий внесок, який робить співучасник (спонсор);
- наявність іноземного партнера, обґрунтування необхідності його участі.

### **3. Види робіт з проекту:**

- загальні відомості про види робіт, масштаби та зміст робіт (операцій);
- умови, за якими можливе найкраще забезпечення виконання робіт.

### **4. Продукція або послуги.**

Продукція, яка буде вироблятися, або послуги, які будуть надаватися.

### **5. Технології і обладнання.**

Необхідні технології і обладнання для здійснення проекту, в тому числі:

- звідки будуть отримані надходження;
- надійність: строк експлуатації і технічний стан, технічні характеристики та продуктивність;
- енергоспоживання, водоспоживання;
- сприяння, яке надаватиме постачальник технологій і обладнання;
- виробництво: науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи, сировина, технологічні процеси, залишки виробництва, вилучення залишків;
- складування готової продукції, транспортування та зберігання.

### **6. Ринок збуту.**

Характер ринку збуту для продукції або послуг підприємства:

- географія і ємкість ринку;
- тип споживача;
- частка ринку, яка належить підприємству;
- наявність конкуруючих виробництв;
- наявність мережі збуту: складських приміщень, пунктів з реалізації, дилерів тощо;
- фактори, що впливають на зростання попиту.

## **7. Екологічна інформація.**

Екологічні питання, які стосуються проекту, в тому числі відомості, якщо вони є, про:

- місцезнаходження об'єкта фінансування, форми землекористування на цій території та їх можливі зміни;
- характер будь-яких будівельних робіт, пов'язаних з проектом;
- примірники документів про будь-яку проведену щодо даного проекту екологічну експертизу.

## **8. Вартість робіт (операцій) проекту.**

Орієнтовна вартість виконуваних робіт, в тому числі:

- база розрахунку вартості;
- розподіл витрат: на землю, оренду, обладнання, постійний обіговий капітал (в тому числі на сировину, на робочу силу, транспортні витрати тощо);
- витрати на екологічні заходи;
- співвідношення витрат в українській і іноземних валютах.

## **9. План фінансування.**

Структура фінансування, в тому числі:

- джерела кредитів постачальників, місцеві кредити, іноземні кредити, акціонерний капітал;
- умови і засади забезпечення проекту ліквідними коштами;
- пропуски в плані фінансування.

## **10. Фінансовий огляд і життєздатність проекту.**

Фінансовий огляд підприємства, в тому числі:

- джерела формування і структура використання коштів у зв'язку з роботами (операціями) по проекту;
- основні передбачувані показники діяльності за проектом: реалізація, межі прибутковості, капітальні витрати, обіговий капітал;
- відомості про передбачувані угоди (контракти) в українській і у вільно

конвертованій валюті про купівлю продукції (товару), яка буде випускатися за проектом;

- фінансові прогнози: основна звітність про прибутки і дані балансової звітності на основі головних показників діяльності;
- строки погашення: рух касової готівки, витрати на сплату процентів за кредит, платежі в рахунок часткового погашення кредиту;
- фінансові коефіцієнти: показники покриття заборгованості, співвідношення боргів до власного капіталу, співвідношення до витрат; прибутки на акціонерний капітал.

### **11. Нормативна (законодавча) база.**

Будь-які нормативні (законодавчі) положення, що регламентують заплановану діяльність, а також дозволи, які треба отримати від державних органів різних рівнів для здійснення робіт за проектом, в тому числі екологічного характеру, і вимоги до отримання дозволів.

### **12. Роль кредитно-фінансової установи у здійсненні проекту.**

Яку роль відіграє установа, яка фінансує, у здійсненні проекту:

- кредитування;
- залучення інших кредиторів;
- надання гарантій;
- гарантоване розміщення цінних паперів;
- інвестування в акціонерний капітал;
- надання консультаційних послуг;
- порядок виходу фінансової установи з проекту тощо.

### **13. Графік виконання робіт за проектом.**

Як бачимо, бізнес-план охоплює всі сторони фінансування і здійснення інвестиційного проекту. Зазначена структура бізнес-плану може бути розширена на вимогу міжнародної банківської установи і прийнята за основу для кредитування інвестиційних проектів вітчизняними банками.

## Додаток 3

### ЗАТВЕРДЖЕНО

Засновник приватної фірми

“АЛЕКС-ПРОДІНВЕСТ”

\_\_\_\_\_ С.О. Іванов

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ р.

## СТАТУТ

приватної фірми

"Алекс-Продінвест"

### 1. Загальні положення

1.1. Приватна фірма "Алекс-Продінвест" (далі — Фірма) створена з метою задоволення потреб підприємств, установ, організацій та населення у товарах та послугах з високими споживчими якостями й технічним рівнем.

1.2. Фірма керується у своїй роботі Цивільним та Господарським Кодексами України, Законами України "Про власність", "Про зовнішньоекономічну діяльність" та іншими законодавчими актами України і цим Статутом.

1.3. Засновником Фірми є громадянин України

*Іванов Сергій Олександрович*, паспорт IV-ХА №123456, виданий Комінтернівським РВВС Харківської області 20.12.1969, домашня адреса: м. Харків, вул. Іванова, 3, кв. 18.

1.4. Місцезнаходження Фірми

м. Харків, вул. Іванова, 3, кв. 18.

### 2. Види діяльності Фірми

2.1. Оптова, комісійна та роздрібна торгівля.

2.2. Посередницька діяльність.

2.3. Здійснення внутрішніх і міжнародних перевезень вантажів і пасажирів автомобільним транспортом.

2.4. Туристичні послуги (в тому числі міжнародний туризм, внутрішній туризм, масовий туризм, туристично-екскурсійна діяльність, інші види туризму).

2.5. Вирощування і переробка сільськогосподарської продукції, виготовлення продуктів харчування, закупка сільськогосподарської продукції у населення за готівку.

2.6. Ремонтно-будівельні роботи, виготовлення будматеріалів, столярних виробів, переробка деревини.

2.7. Ремонт автомобілів, радіо -, телеапаратури, електропобутової техніки.

2.8. Надання послуг населенню.

2.9. Працевлаштування громадян України за кордоном.

2.10. Організація гральних залів, лотерей.

2.11. Організація громадського харчування.

2.12. Виробництво товарів широкого вжитку, промислового обладнання.

2.13. Виготовлення проектної документації.

2.14. Здійснення операцій з нерухомістю.

2.15. Виготовлення швейних та трикотажних виробів.

2.16. Маркетингові послуги.

2.17. Послуги в сфері готельного господарства.

2.18. Рекламні послуги.

2.19. Організація і утворення автогосподарства на Фірмі.

2.20. Організація і створення агентства знайомств, а також знайомств з іноземними громадянами країн СНД, Азії, Європи, Америки.

Види діяльності, що потребують спеціального дозволу (ліцензії), здійснюються Фірмою після отримання такого дозволу.

### **3. Юридичний статус Фірми**

3.1. Фірма є юридичною особою, має самостійний баланс, розрахунковий та інші рахунки в установах банків України та за її межами, печатку, штамп і бланки зі своїм найменуванням, гласний товарний знак



та інші реквізити.

### 3.2. Фірма має право:

- продавати і передавати іншим організаціям, підприємствам, громадянам, обмінювати, здавати в оренду, надавати безоплатно в тимчасове користування або в позику будинки, споруди, устаткування, транспортні засоби та інше майно;

- купувати, продавати й обмінювати товари, сировину, матеріали та інвентар;

- укладати будь-які угоди, крім заборонених законодавством;

- вступати в товариства, об'єднання;

- створювати дочірні підприємства, структурні підрозділи, філії, представництва;

- організовувати й утворювати автогосподарства;

- реалізовувати товари, роботи, послуги за цінами й тарифами, що встановлюються самостійно, або на договірних засадах, а у випадках, передбачених законодавством — за регульованими цінами;

- надавати безпроцентні позики працівникам і Засновнику Фірми;

- виконувати інші дії, що не суперечать даному Статуту і не заборонені законодавством.

## 4. Майно і кошти Фірми

4.1. Майно Фірми становлять основні фонди й оборотні кошти, а також інші цінності, вартість яких відображається в самостійному балансі. Майно Фірми належить їй на праві власності.

Фірма відповідає за своїми зобов'язаннями належним їй майном. Засновник не відповідає за зобов'язання Фірми, а Фірма не відповідає за зобов'язаннями Засновника.

4.2. Джерелами формування майна Фірми є:

- грошові й матеріальні внески Засновника;

- доходи, одержані від реалізації продукції, робіт, а також від інших видів господарської діяльності;

- придбання майна іншого підприємства, організації;
- безоплатні або благодійні внески, пожертвування організацій, підприємств і громадян;

- інші джерела, не заборонені законодавчими актами України.

4.3. Прибуток Фірми утворюється з надходжень від господарської діяльності після покриття матеріальних та прирівняних до них витрат і витрат на оплату праці. З балансового прибутку Фірми сплачуються проценти по кредитах банків, а також вносяться передбачені законодавством України податки та інші платежі в бюджет. Чистий прибуток, частина надходжень, що лишається після здійснення зазначених проплат, знаходиться в повному розпорядженні Фірми і є її власністю.

4.4. Напрями розподілу прибутку:

- на утворення фондів (резервного, розширення виробництва, споживання і т. п.);

- на виплату Засновнику дивідендів і винагороди працівникам;

- на благодійні внески й пожертвування;

- на інші цілі, необхідні для активної діяльності Фірми.

Кошти, що залишаються на розрахунковому рахунку Фірми, після обов'язкових розрахунків з бюджетом, іншими кредиторами, тобто чистий прибуток Фірми, можуть направлятися на поповнення статутного фонду, на інші цілі, крім того, можуть бути передані у власність Засновника Фірми.

## **5. Управління Фірмою**

5.1. Управління справами Фірми здійснює директор, який наймається за контрактом. Функції директора може здійснювати Засновник особисто.

5.2. Директор Фірми самостійно вирішує будь-які питання діяльності Фірми, а саме:

- виступає від імені Фірми перед третіми особами;

- одноосібно укладає договори, угоди, контракти (в тому числі зовнішньоекономічні);

- визначає перспективи розвитку Фірми;

- встановлює штати;
- відповідно до законодавства встановлює форми і розміри оплати праці працівників;

- видає накази;
- здійснює будь-які інші функції з управління справами Фірми, що не суперечать чинному законодавству і Статуту.

5.3. Виключно компетенцією Засновника є:

- внесення змін та доповнень до Статуту;
- визначення основних напрямів використання прибутку;
- затвердження перспективних річних планів та звітів про їх використання;

- прийняття рішення про ліквідацію або реорганізацію Фірми;
- призначення і звільнення директора.

Засновник не вправі втручатися в поточну господарську діяльність підприємства.

## **6. Господарська, економічна і соціальна діяльність Фірми**

6.1. Порядок використання прибутку (доходу), що залишається після сплати податків та інших платежів у бюджет, визначає Засновник Фірми.

6.2. Фірма самостійно визначає фонд оплати праці. Мінімальний розмір оплати праці найманих працівників не може бути меншим прожиткового мінімуму, який встановлюється законодавчими актами України.

6.3. Фірма самостійно планує свою діяльність і визначає перспективи розвитку, виходячи з попиту на вироблювану продукцію, роботи, послуги і необхідності забезпечення виробничого та соціального розвитку Фірми, підвищення доходів.

6.4. Основу планів становлять замовлення й договори, що укладені із споживачами (покупцями) продукції, робіт, послуг і постачальниками матеріально-технічних ресурсів.

6.5. Фірма оплачує платежі в бюджет згідно з чинним законодавством.

6.6. Відносини Фірми з іншими підприємствами, організаціями і

громадянами в усіх сферах господарської діяльності здійснюються на основі договорів.

6.7. Фірма самостійно виконує матеріально-технічне забезпечення власного виробництва і капітальною будівництва через систему прямих угод (контрактів) або через товарні біржі та інші організації України та інших держав.

6.8. Фірма реалізує свою продукцію, майно за цінами і тарифами, що встановлюються самостійно, або на договірній основі, а у випадках, передбачених законодавчими актами України — за державними (регульованими) цінами і тарифами.

У розрахунках із зарубіжними партнерами застосовуються контрактні ціни, що формуються відповідно до умов і цін світового ринку.

6.9. Фірма зобов'язана:

- охороняти навколишнє середовище від забруднення та інших шкідливих впливів;
- забезпечувати безпеку виробництва, дотримуватись санітарно-гігієнічних норм, вимог щодо захисту здоров'я працівників, населення і споживачів продукції і несе відповідальність у встановленому законодавством порядку за шкоду, заподіяну їх здоров'ю і працездатності.

## **7. Облік і звітність**

7.1. Фірма здійснює оперативний і бухгалтерський облік результатів своєї роботи, веде статистичну звітність.

7.2. Порядок ведення бухгалтерського обліку і статистичної звітності визначається чинним законодавством.

7.3. Службові особи Фірми за перекручення державної звітності несуть в установленому законодавством порядку дисциплінарну, матеріальну або кримінальну відповідальність.

7.4. Контроль за окремими сторонами діяльності Фірми здійснюють державна податкова адміністрація, державні органи, на які покладено нагляд за безпекою виробництва та праці, протипожежною та екологічною

безпекою, інші органи відповідно до законодавства України в межах їх компетенції.

## **8. Зовнішньоекономічна діяльність Фірми**

8.1. Фірма самостійно здійснює зовнішньоекономічну діяльність відповідно до чинного законодавства України в межах предмету діяльності.

8.2. Валютна виручка зараховується на валютний балансовий рахунок Фірми і використовується нею самостійно відповідно до чинного законодавства України.

8.3. Фірма може здійснювати експорт та імпорт виробничо-технічної та іншої продукції в порядку, визначеному законодавством, направляти спеціалістів і приймати іноземних партнерів для обміну досвідом, укладання угод і надання послуг.

8.4. Фірма може брати участь і організовувати виставки, ярмарки, аукціони, семінари, конференції, відкривати фірмові магазини.

8.5. Фірма може створювати спеціальні підприємства з іноземними юридичними особами і громадянами як на території України, так і за її межами.

## **9. Ліквідація і реорганізація Фірми**

9.1. Ліквідацію і реорганізацію (злиття, приєднання, перетворення) Фірми проводять за рішенням Засновника, а у випадках, передбачених законодавством — суду або арбітражного суду.

9.2. При реорганізації і ліквідації Фірми працівникам, що звільнятимуться, гарантується додержання їх прав та інтересів відповідно до чинного законодавства України.

9.3. Ліквідація Фірми здійснюється у визначеному чинним законодавством порядку ліквідаційною комісією, яка утворюється Засновником, а у випадках банкрутства — судом або арбітражним судом.

9.4. При ліквідації Фірми вона зобов'язана провести повний розрахунок з

бюджетом.

9.5. Майно, що залишилося після задоволення претензій кредиторів, використовується за вказівкою Засновника.

9.6. У разі реорганізації Фірми її майно, права і обов'язки переходять до правонаступників.

9.7. Всі документи при ліквідації Фірми, строк зберігання яких не закінчився, передаються у міський архів, а при реорганізації — залишаються у правонаступників.

Засновник

\_\_\_\_\_ С.О. Іванов  
(підпис)

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Загальними зборами засновників

ТОВ “Фірма “КОМ ЛТД”

Протокол № \_\_\_\_ від

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ р.

**СТАТУТ**

ТОВ “Фірма "КОМ ЛТД"

**1. Загальні положення**

1.1. ТОВ “Фірма "КОМ ЛТД" створена Засновниками — громадянами України. Внесок у Статутний фонд фірми майновий — побутовий вагончик вартістю 40 000 грн., відповідна частка кожного із засновників:

- Іванов Віктор Васильович — 35 % — 14 000 грн.;
- Козлов Дмитро Григорович — 32,5 % — 13 000 грн.;
- Панін В’ячеслав Володимирович— 32,5 % — 13 000 грн.

1.2. Юридична адреса Фірми: м. Красноград Харківської області, вул. Харківська, 8.

1.3. Назва українською мовою — ТОВ “Фірма "КОМ ЛТД", латинським шрифтом – “FIRM “COM LTD”.

1.4. Головним завданням Фірми є заготівля в населення ягід, грибів та іншої продукції, її переробка та реалізація, у тому числі через бартерні поставки для забезпечення Красноградського району нафтопродуктами та екологічно чистою харчовою і промисловою продукцією.

1.5. ТОВ “Фірма "КОМ ЛТД" має право вести такі види діяльності:

- виготовлення товарів народного споживання, будівельних матеріалів та інших товарів, не заборонених для виробництва чинним законодавством України;

- виробництво трикотажних і швейних виробів;
- надання послуг населенню, підприємствам, організаціям у сфері побутового обслуговування, автотранспортних послуг, ремонту й обслуговування автотранспортних засобів;
- будівництво реконструкція, реставрація, розробка проектно-кошторисної документації;
- надання послуг у сфері соціально-побутового обслуговування шляхом створення підприємств торгівлі й громадського харчування, готелів, мотелів, кемпінгів, підприємств ігорного бізнесу згідно з чинним законодавством, туризму;
- вирощування звірів цінних хутряних порід, реалізація хутра і виробів з нього;
- виробництво квітникової, сільськогосподарської, тваринницької, рибної продукції;
- торговельна, торговельно-посередницька, комерційна діяльність, маркетинг;
- проведення рекламної, експортної, інформаційної, видавничої та консультаційної діяльності;
- створення пунктів обміну валют інших держав;
- здійснення охорони майна підприємств, охорони окремих громадян, охорони вантажних перевезень згідно з чинним законодавством;
- Фірма має право вести всі інші види діяльності, не заборонені чинним законодавством.

## **2. Зовнішньоекономічна діяльність**

2.1. Фірма має право вести всі види зовнішньоекономічної діяльності згідно з чинним законодавством України, а саме:

- експортувати продукцію та вироби, імпортувати сировину, транспортні засоби, іншу продукцію для потреб виробництва і задоволення потреб суспільства;
- вести безвалютний обмін на бартерній основі;



- бути учасником спільних підприємств;
- проводити міжнародне транспортне перевезення вантажів та організацію туристичних поїздок;
- брати участь у роботі фондових, товарних, валютних бірж, аукціонах, ярмарках;
- надавати й отримувати кредити у валюті, в тому числі від іноземних партнерів;
- набувати цінні папери іноземних банків та підприємств та інші види діяльності.

### **3. Юридичний статус**

3.1. ТОВ “Фірма "КОМ ЛТД" є юридичною особою і діє згідно з чинним законодавством України — Господарським Кодексом України, Законами "Про власність", "Про господарські товариства в Україні", а також згідно з особливостями, передбаченими цим Статутом і Установчим договором.

3.2. Фірма має свою печатку, штампи, бланки, веде самостійний баланс, набуває майно, несе обов'язки, виступає позивачем і відповідачем у суді, арбітражі, третейському суді. Вона має право здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, що передбачена Статутом і Установчим договором про створення і діяльність ТОВ “Фірма "КОМ ЛТД".

3.3. Зміни й доповнення до Статуту, що не суперечать Установчому договору, можуть бути внесені за рішенням зборів Засновників.

Фірма має право здійснювати експортні та імпорتنі операції або товарообмінні операції на внутрішньому і зовнішньому ринках у порядку, передбаченому законодавством України, а також створювати на території України та за її межами представництва, дочірні підприємства, філії, які можуть бути або не бути юридичними особами. Філії та представництва діють на основі положення (Статуту) про них, затвердженого зборами Засновників. Філії є юридичними особами, не відповідають за зобов'язаннями Фірми, а Фірма не відповідає за зобов'язаннями філій.

3.5. Фірма відповідає за своїми зобов'язаннями всім своїм майном.

Збитки Фірми відшкодовуються за рахунок резервного фонду, а у випадках, коли коштів резервного фонду не вистачає, — за рахунок інших фондів та коштів, що є у Фірми, а при нестачі цих коштів — за рахунок реалізації майна Фірми. Засновники несуть збитки в межах їх вкладів. Фірма не відповідає за зобов'язаннями Засновників, а Засновники — за зобов'язаннями Фірми, за винятком своєї частки в статутному фонді.

3.6. Фірма створює резервний фонд, що становить 25 % статутного фонду. Резервний фонд формується за рахунок щорічних відрахувань від суми чистого прибутку до досягнення фондом вказаного розміру. Розмір щорічних відрахувань у резервний фонд становить 5 % від суми чистого прибутку Фірми. Чистий прибуток утворюється відповідно до установленого порядку після сплати податків, передбачених законодавством України, і розподіляється за рішенням Засновників.

3.7. Фірма має право визначати в установленому законом порядку ціну продукції, товарів, послуг, що реалізуються нею в Україні та за її межами.

3.8. Фінансова діяльність Фірми здійснюється на основі фінансових планів, які є частиною планів її господарської діяльності. Результати фінансової діяльності Фірми визначаються за підсумками річного бухгалтерського звіту.

#### **4. Органи управління, контролю**

4.1. Збори Засновників є вищим органом управління, дирекція — виконавчим органом, ревізійна комісія — контролюючим органом.

4.2. Вищим органом управління Фірмою є збори Засновників, участь в яких беруть Засновники, які мають свою частку у статутному фонді, або їх уповноважені представники.

Керівництво поточною діяльністю Фірми і виконання рішень, прийнятих зборами Засновників, здійснює дирекція, яку очолює директор. Вона призначається зборами Засновників з передачею йому повноважень з керування поточною діяльністю Фірми одноособово в межах компетенції її прав, визначених Статутом і рішенням зборів Засновників.

4.3. Дирекція зобов'язана протягом двох місяців представляти річні звіти, баланс господарської діяльності, рахунків прибутків і збитків Фірми зборам Засновників.

4.4. Контроль за фінансовою і господарською діяльністю дирекції здійснює ревізійна комісія, затверджена зборами Засновників у кількості не менше трьох чоловік.

## **5. Охорона власності**

5.1. Правова охорона власності Фірми здійснюється відповідно до чинного законодавства України.

## **6. Персонал Фірми**

6.1. Збори Засновників розробляють і затверджують Положення "Про персонал Фірми", відповідно до якого призначеному зборами Засновників директору Фірми надається право найму і звільнення адміністративного, технічного та робочого персоналу.

## **7. Матеріально-технічне забезпечення**

7.1. Матеріально-технічне забезпечення Фірми здійснюється в порядку, передбаченому чинним законодавством, Установчим договором і Статутом Фірми.

7.2. Для захисту авторських прав на свою продукцію Фірма може створювати і використовувати власні товарні знаки й товарні зразки, реєструючи їх у встановленому порядку.

## **8. Збереження комерційної таємниці**

8.1. Кожен із Засновників зобов'язаний зберігати строгу конфіденційність щодо отриманої інформації і вживати всі можливі заходи, щоб зберегти отриману у Фірмі технічну, фінансову, комерційну та іншу інформацію від розголошення.

8.2. Обсяг інформації, що підлягає розголошенню, визначається самими Засновниками Фірми.

## **9. Права Засновників Фірми**

9.1. Кожен Засновник має право на отримання інформації і довідок з усіх питань, пов'язаних з діяльністю Фірми, знайомитись з документацією і майновими цінностями, а також вимагати проведення їх перевірки ревізійною комісією або аудиторською організацією.

## **10. Припинення діяльності Фірми**

10.1. Діяльність Фірми може бути припинена у встановленому чинним законодавством порядку згідно з рішенням суду або за рішенням зборів Засновників. Діяльність Фірми також припиняється при зменшенні кількості учасників.

Статут ТОВ “Фірми "КОМ ЛТД" складений у 8 примірниках для кожного із Засновників та реєстраційних органів українською мовою.

Засновники:

*Іванов Віктор Васильович*

паспорт IV-XA № 123456, виданий 30.10.80 Харківським ВВС,  
проживає: м. Харків, вул. Леніна, 5/18 (підпис)

*Козлов Дмитро Григорович*

паспорт III-XA № 789123, виданий 10.09.81 Харківським ВВС,  
проживає: м. Харків, вул. Пряма, 4 (підпис)

*Панін В'ячеслав Володимирович*

паспорт III-XA № 456987, виданий 01.05.75 Харківським ВВС,  
проживає: м. Харків, вул. Волі, 56/12, тел. 726-47-05 (підпис)

**Додаток 5**  
**ЗАТВЕРДЖЕНО**  
Загальними зборами  
Відкритого акціонерного  
товариства “Харків – Авто”  
“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ р.  
Протокол № \_\_\_\_\_

**СТАТУТ**  
Відкритого акціонерного товариства  
“Харків – Авто”

**1. Загальні положення**

1.1. Відкрите акціонерне товариство “Харків – Авто” (далі в тексті — Товариство) утворене на необмежений строк і керується в своїй діяльності Законом України "Про господарські товариства", іншими законодавчими актами України, Установчим договором і цим Статутом.

1.2. Назва товариства:

- українською мовою — Відкрите акціонерне товариство "Харків-Авто";
- російською мовою — Открытое акционерное общество "Харьков-Авто".

Скорочена назва товариства ВАТ "Харків-Авто".

1.3. Місце знаходження товариства: м. Харків, вул. Київська, 15.

1.4. Засновниками товариства є такі юридичні особи:

акціонерна компанія "Акто", м. Харків, вул. Червоноармійська, 5;

Харківська організація орендарів "Автосервіс", м. Харків, вул. Київська, 15, що є засновником Харківського орендного товариства "Автосервіс", до складу якого входять:

Харківська СТО-1;

м. Харків, вул. Київська, 15;

Харківська СТО-2;

м. Харків, вул. Московська, 1;

Мерефянське СТО;

м. Мерефа. вул. Садова, 2;

1.5. Товариство є юридичною особою, має самостійний баланс, печатку із своїм найменуванням та фірмовим знаком, розрахункові й валютні рахунки.

1.6. Товариство набуває права юридичної особи від дня державної реєстрації його Статуту.

1.7. Товариство має право від свого імені укладати договори, набувати майнові й особисті немайнові права, нести обов'язки, бути позивачем і відповідачем у суді, арбітражному й третейському судах.

1.8. Товариство:

- несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки майном Товариства, на яке за законодавством України може бути накладене стягнення;

- не несе відповідальності за зобов'язаннями держави, а держава не несе відповідальності за зобов'язаннями Товариства;

- не несе відповідальності за зобов'язаннями акціонерів.

Акціонери несуть відповідальність за зобов'язаннями Товариства в межах акцій, які їм належать.

Акціонери, які не повністю оплатили акції, несуть відповідальність за зобов'язаннями Товариства у межах сплаченої і несплаченої суми.

1.9. Товариство самостійно визначає свою організаційну структуру і затверджує свої внутрішні документи.

1.10. Товариство створює на території України та за її межами філії, представництва, дочірні, а також спільні з іноземними підприємствами підприємства відповідно до чинного законодавства України.

1.11. Товариство на добровільних засадах має право входити до складу різноманітних спілок, асоціацій, консорціумів та інших об'єднань.

1.12. Товариство має право випуску облігацій та інших цінних паперів відповідно до чинного законодавства України.

## **2. Мета і предмет діяльності Товариства**

2.1. Товариство створене з метою активізації розвитку інфраструктури автосервісу, поліпшення науково-технічного та матеріально-технічного забезпечення виробництва у сфері технічного обслуговування транспортних засобів і торгівлі.

2.2. Предмет діяльності Товариства:

- сервісне обслуговування і ремонт транспортних засобів;
- торгівля транспортними засобами, обладнанням, запасними частинами та автоприладдям до них, матеріалами й товарами народного споживання, складною побутовою технікою;
- проведення технічної експертизи всіх видів транспортних засобів;
- розробка і виготовлення обладнання, пристосувань, оснастки, інструменту для технічного обслуговування та ремонту транспортних засобів;
- відновлення зношених деталей, вузлів, агрегатів;
- науково-технічні розробки, маркетингові послуги;
- торгові операції, комерційне посередництво, у тому числі на консигнаційній та комісійній основі, лізингові операції;
- експорт та імпорт товарів, запчастин, матеріалів, обладнання, капіталів;
- товарообмінні (бартерні) операції та діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі, у тому числі з іноземними партнерами;
- надання послуг платної стоянки з кімнатами відпочинку, у тому числі іноземним громадянам;
- підготовка водіїв категорії "В";
- організація ринку продажу автомобілів, запасних частин,

автоприладдя та супутніх товарів;

- інша господарська діяльність, що дозволяється чинним законодавством.

### **3. Статутний фонд та майно Товариства**

3.1. Статутний фонд Товариства складає 1 050 000 грн. Статутний фонд розділений на 1 050 000 простих іменних акцій номінальною вартістю 1 грн. кожна.

3.2. Вкладами учасників і Засновників Товариства можуть бути будинки, споруди, обладнання, інші матеріальні цінності, цінні папери, права користування землею, водою та іншими природними ресурсами, будинками, спорудами та обладнанням, а також інші майнові права, грошові засоби як в національній, так і в іноземній валюті.

Вклад, оцінений у гривнях, складає частку учасника і Засновника в статутному фонді Товариства.

3.3. Товариство є власником:

- майна, переданого йому Засновниками й учасниками;
- продукції, виробленої Товариством в результаті господарської діяльності;
- одержаних прибутків;
- іншого майна, набутого на підставах, не заборонених чинним законодавством.

3.4. Право розпорядження майном Товариства належить тільки самому Товариству в особі його посадових осіб та органів управління.

3.5. У складі майна Товариства створюються і знаходяться в його повному розпорядженні фонди розвитку виробництва і соціально-культурного розвитку, резервний фонд, фонд матеріального заохочення та інші, необхідні для його діяльності, фонди.

Резервний фонд Товариства створюється в обсязі не менше 25 відсотків статутного фонду.

Резервний фонд формується за рахунок відрахувань від чистого



прибутку до досягнення фондом вказаного обсягу.

Обсяг щорічних відрахувань у резервний фонд встановлюється загальними зборами акціонерів і не може бути меншим 5 відсотків від суми чистого прибутку.

Обсяг, призначення, джерела створення і порядок використання фондів Товариства визначає правління Товариства.

3.6. Загальні збори акціонерів Товариства мають право змінити (збільшити, зменшити) обсяг статутного фонду. Збільшення статутного фонду може бути здійснене після повної оплати всіма акціонерами своїх акцій.

Зменшення статутного фонду Товариства не допускається при наявності заперечень кредиторів Товариства.

Зміна статутного фонду не більше ніж на 1/3 може здійснюватися згідно з рішенням правління Товариства.

Рішення загальних зборів, правління про зміну статутного фонду вступає в силу з дня внесення цих змін у Державний реєстр.

Товариство відшкодовує власникам акцій збитки, пов'язані зі зміною статутного фонду.

Про рішення загальних зборів акціонерів чи правління Товариства про зменшення статутного фонду і викуп у зв'язку з цим акцій акціонери повідомляються письмово. Акції, які не були передані Товариству протягом 6 місяців з дня повідомлення про їх викуп та анулювання, визнаються недійсними.

#### **4. Акції, їх види, сертифікати**

4.1. Акції Товариства — іменні, прості. Кожна акція Товариства дає її власнику право одного голосу при вирішенні усіх питань, що розглядаються загальними зборами акціонерів, право на отримання дивідендів.

Вартість акцій оцінюється у гривнях незалежно від форми внесення вкладу.

4.2. Акція Товариства неподільна. Якщо одна і та ж акція належить

кільком особам, всі вони по відношенню до Товариства визнаються одним акціонером і можуть здійснювати свої права через одного з них або через спільного представника.

4.3. Акції можуть бути видані акціонеру тільки після повної оплати їх вартості. Акціонери зобов'язані провести повну оплату вартості акцій не пізніше 9 місяців після реєстрації Товариства. У випадку неоплати у встановлений строк акціонер сплачує за час прострочки 10 відсотків річних від суми простроченого платежу. У разі невнесення протягом 3 місяців платежу Товариство має право самостійно реалізувати неоплачені акції, як не зв'язані підпискою з акціонером, іншим учасником.

4.4. При повній оплаті акцій акціонеру видається сертифікат на всі належні йому акції Товариства. Сертифікат акцій — цінний папір, який є свідомством володіння вказаною в ньому особою певною кількістю акцій Товариства.

4.5. Рух іменних акцій фіксується у системі реєстру, який ведеться Товариством.

4.6. Товариство має право викупати в акціонера оплачені ним акції тільки за рахунок сум, які перевищують статутний фонд, для наступного перепродажу, розповсюдження серед своїх робітників або анулювання. Викуплені акції повинні бути реалізовані або анульовані у строк не більше одного року.

## **5. Права і обов'язки акціонерів**

5.1. Акціонери мають право:

- брати участь в управлінні справами Товариства в порядку, встановленому даним Статутом та внутрішніми документами Товариства;
- одержувати частину прибутків (дивіденди) від діяльності Товариства;
- користуватися послугами Товариства з обслуговування і ремонту легкових автомобілів в першу чергу;
- одержувати повну інформацію щодо діяльності Товариства, у тому числі знайомитись з даними бухгалтерського обліку, звітності, протоколами

засідань правління Товариства та іншою документацією.

#### 5.2. Акціонери Товариства зобов'язані:

- дотримуватись установчих документів, внутрішніх документів Товариства, виконувати рішення загальних зборів та інших органів управління Товариством;

- виконувати свої зобов'язання перед Товариством, у тому числі пов'язані з майновою участю, а також оплачувати акції в обсязі, порядку й засобами, передбаченими установчими документами;

- не розголошувати комерційну таємницю і конфіденційну інформацію про діяльність Товариства;

- своєчасно повідомляти про зміну місця проживання (місця знаходження).

### **6. Управління Товариством**

#### 6.1. Вищим органом Товариства є загальні збори акціонерів.

У загальних зборах мають право брати участь його акціонери, а також члени виконавчих органів (які не є акціонерами) з правом дорадчого голосу.

#### 6.2. Акціонер має право на підставі доручення доручити виконання своїх прав на загальних зборах представнику.

Представники можуть бути постійними або призначеними на певний строк.

Акціонер має право у будь-який час змінити свого представника у вищому органі, повідомивши про це правління Товариства.

#### 6.3. Загальні збори акціонерів обирають голову зборів. Порядок обрання голови зборів і його функціональні обов'язки визначаються зборами акціонерів.

#### 6.4. Акціонери або їх представники, які беруть участь у загальних зборах, реєструються з вказаною кількістю голосів, якою володіє кожний акціонер. Цей перелік підписують голова і секретар загальних зборів.

#### 6.5. До компетенції загальних зборів Товариства належить:

- внесення змін у Статут і статутний фонд Товариства;

- вибори або відкликання членів спостережної ради Товариства;
- визначення основних напрямів діяльності Товариства і затвердження планів, звітів про їх виконання;
- вибори і відкликання голови правління Товариства, членів правління з подання голови правління, членів ревізійної комісії;
- затвердження річних результатів діяльності Товариства, включаючи його дочірні підприємства, ухвалення їх статутів і положень;
- винесення рішення про притягнення до майнової відповідальності посадових осіб Товариства, а саме голови правління, членів правління;
- затвердження правил процедури та інших внутрішніх документів Товариства, визначення організаційної структури Товариства;
- вирішення питання про придбання Товариством акцій, які ним випускаються;
- визначення умов оплати праці посадових осіб Товариства, його дочірніх підприємств, філій, представництв;
- затвердження договорів і угод, укладених на суму більше 50 % статутного фонду;
- прийняття рішення про припинення діяльності Товариства, призначення ліквідаційної комісії, затвердження ліквідаційного балансу.

Згідно з рішенням загальних зборів Товариства виконання окремих вищеперелічених функцій може бути покладено на спостережну раду, правління або голову правління.

Загальні збори визнаються повноважними, якщо в них брали участь акціонери, які мають більше 60 % голосів.

6.6. Рішення загальних зборів акціонерів приймаються більшістю у 3/4 голосів акціонерів, які беруть участь у зборах, з таких питань:

- зміна Статуту Товариства;
- прийняття рішення про припинення діяльності Товариства;
- створення і припинення діяльності дочірніх підприємств.

З решти питань рішення приймаються простою більшістю голосів

акціонерів, які беруть участь у зборах.

6.7. Про скликання чергових загальних зборів акціонерів власники іменних акцій повідомляються персонально. Крім того, повинно бути зроблене загальне повідомлення про скликання зборів, в якому вказуються час і порядок проведення зборів і порядок денний. Вказане повідомлення повинно бути зроблене в місцевому друкованому органі не пізніше ніж за 45 днів до скликання загальних зборів.

6.8. Будь-хто з акціонерів має право вносити свої пропозиції в порядок денний загальних зборів не пізніше ніж за 30 днів до скликання зборів акціонерного Товариства.

У цей же строк акціонери, які володіють в сукупності більше ніж 10 % голосів, можуть вимагати включення в порядок денний питань, які не включені в порядок денний.

Загальні збори не мають права приймати рішення з питань, які не внесені в порядок денний.

6.9. Акціонер має кількість голосів на загальних зборах відповідно до кількості належних йому акцій, виходячи з принципу "одна акція — один голос".

6.10. Загальні збори акціонерів скликаються не рідше одного разу на рік.

6.11. Позачергові збори скликаються за ініціативою спостережної ради, а також за ініціативою голови правління і правління Товариства у випадку неплатоспроможності Товариства, а також при наявності будь-яких обставин, які зачіпають інтереси Товариства в цілому.

6.12. Акціонери, які володіють в сукупності більше 10 відсотками голосів, мають право скликати позачергові збори акціонерів в будь-який час і з будь-якого приводу.

Якщо протягом 20 днів спостережна рада не здійснила вимоги про скликання зборів, акціонери мають право самі скликати їх.

6.13. Спостережну раду Товариства обирають загальні збори в кількості 5 чоловік з числа акціонерів строком на 5 років. Вона здійснює контроль за

діяльністю голови правління і правлінням Товариства.

До спостережної ради входять: Голова ради, заступник голови, члени ради.

Правління Товариства зобов'язане пред'являти будь-які документи з фінансово-господарської та іншої діяльності Товариства за першою вимогою спостережної ради.

Члени ради не можуть бути членами правління.

6.14. Голова правління Товариства обирається загальними зборами строком на 5 років і має право без доручення виконувати діяльність від імені Товариства в межах прав, передбачених Статутом. Голова правління Товариства очолює правління, яке є виконавчим органом Товариства, і здійснює керівництво його поточною фінансово-господарською діяльністю.

Головою правління і членами правління можуть бути особи, які знаходяться з Товариством у трудових стосунках.

З головою правління Товариства укладається письмовий трудовий договір (контракт) на управління Товариством, підписується від імені Товариства за дорученням загальних зборів акціонерів договір одним з акціонерів.

6.15. Правління обирається загальними зборами Товариства в кількості 7 чоловік строком на 5 років.

Кандидатури членів правління подає голова правління.

Член правління, призначений головою правління на посаду заступника голови правління, має право без доручення здійснювати діяльність від імені Товариства в межах прав, передбачених Статутом і його посадовими обов'язками.

6.16. Голова правління і правління вирішують усі питання діяльності Товариства, окрім тих, які віднесені до компетенції загальних зборів, спостережної ради.

Правління скликається в міру необхідності, але не рідше одного разу на

місяць.

Рішення правління приймаються простою більшістю голосів згідно з принципом "один член правління — один голос".

Голова правління і правління підзвітні загальним зборам акціонерів і спостережній раді і організують виконання їх рішень.

6.17. Правління визначає структуру і штати апарату управління Товариства, які затверджуються головою правління.

6.18. Голова правління Товариства:

- діє без доручення від імені Товариства;
- в межах своєї компетенції видає накази і розпорядження, обов'язкові для всіх працівників Товариства, відповідно до трудового законодавства наймає на роботу і звільняє працівників Товариства, розпоряджається майном і грошовими коштами Товариства, за винятком тих фондів Товариства, які використовуються лише за рішенням правління, виступає розпорядником кредитів, представляє Товариство у відносинах з вітчизняними й закордонними юридичними особами і громадянами, укладає в Україні та за її межами договори, виконує інші юридичні дії, видає доручення на укладання договорів;

- приймає рішення про пред'явлення від імені Товариства претензій і позовів до юридичних і фізичних осіб в Україні, а також за її межами;

- здійснює керівництво діяльністю правління і несе персональну відповідальність за виконання покладених на нього обов'язків, розподіляє обов'язки між членами правління, керівниками структурних підрозділів і визначає їх повноваження в діяльності правління;

- призначає на посаду працівників апарату управління Товариством, директорів дочірніх підприємств, філій і представництв, інших підрозділів, встановлює посадові оклади, переводить на іншу роботу, накладає стягнення і звільняє з роботи, може делегувати виконання питань, що входять до його компетенції, окремим членам правління, а також керівникам структурних підрозділів Товариства;

- укладає трудові угоди (контракти) з працівниками;
- організує ведення протоколів засідань правління;
- вирішує інші питання в межах своєї компетенції.

6.19. Контроль за фінансово-господарською діяльністю правління Товариства здійснює ревізійна комісія, що обирається з числа акціонерів у складі 3 осіб строком на 5 років. Порядок діяльності ревізійної комісії, її склад і чисельність затверджуються загальними зборами Товариства. Перевірка фінансово-господарської діяльності правління проводиться ревізійною комісією за дорученням загальних зборів акціонерів і спостережної ради, за її особистою ініціативою або за вимогою акціонерів, які володіють в сукупності більше 10 % голосів.

Ревізійній комісії повинні видаватися бухгалтерські та інші необхідні документи і на її вимогу подаватися особисті пояснення посадових осіб.

Ревізійна комісія доповідає про результати проведених нею перевірок загальним зборам акціонерів або спостережній раді Товариства.

Члени ревізійної комісії мають право брати участь з правом дорадчого голосу на засіданнях правління.

Ревізійна комісія складає висновки по річних звітах і балансах.

Без висновків ревізійної комісії загальні збори акціонерів не мають права затверджувати баланс.

Ревізійна комісія зобов'язана вимагати позачергового скликання загальних зборів акціонерів у випадку виникнення загрози суттєвим інтересам відкритого акціонерного Товариства або виявлення зловживань, заподіяних посадовими особами.

## **7. Виробничо-господарська і зовнішньоекономічна діяльність Товариства**

7.1. Товариство самостійно планує основні напрями своєї діяльності і визначає перспективи розвитку, виходячи з попиту на роботи, послуги та товари Товариства з урахуванням забезпечення самоокупності й прибуткової діяльності.



7.2. Відносини Товариства з іншими суб'єктами підприємницької діяльності в усіх сферах ґрунтуються на договірних засадах, на принципах добровільності та партнерства.

7.3. Товариство реалізує свою продукцію, роботи й послуги за цінами і тарифами, які встановлюються ним самостійно або за договорами.

7.4. Всі взаєморозрахунки за своїми зобов'язаннями Товариство здійснює по безготівковому розрахунку, а також готівкою через банки відповідно до правил ведення розрахункових та касових операцій, затверджених Національним банком України.

7.5. З метою забезпечення стабільного фінансового стану і відшкодування збитків, які можуть бути причинені стихійним лихом та іншими непередбаченими обставинами, Товариство укладає договори страхування відносно свого майна і майнових інтересів через систему державного і комерційного страхування.

7.6. Товариство має право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на підставі валютної самокупності й самофінансування.

7.7. Ведення експортно-імпортних і зовнішньоекономічних операцій може здійснюватися Товариством як безпосередньо, так і при посередництві зовнішньоекономічних організацій, в тому числі консорціумів, концернів, асоціацій, інших акціонерних товариств, зовнішньоекономічних об'єднань і т. п.

## **8. Трудові відносини і соціальний розвиток Товариства**

8.1. Товариство самостійно вирішує всі питання кадрового забезпечення своєї діяльності.

Трудовий колектив Товариства складають усі громадяни, які своєю працею беруть участь в його діяльності на підставі трудових договорів (контрактів), угод, а також інших домовленостей, що регулюють трудові відносини працівника з Товариством.

Основною формою здійснення повноважень трудового колективу Товариства є загальні збори (конференція).

8.2. Товариство самостійно визначає загальну чисельність працівників, порядок їх найму та звільнення, розпорядок дня, форми і системи оплати праці, напрями використання фонду споживання, порядок надання вихідних днів і щорічних відпусток.

8.3. Трудові доходи кожного працівника Товариства визначаються його особистим вкладом у справи Товариства з урахуванням кінцевих результатів роботи Товариства, регулюються податками і максимальними обсягами не обмежуються.

8.4. Штати, посадові оклади, а також кошторис адміністративно-управлінських витрат не підлягають реєстрації у фінансових органах.

8.5. Загальні збори акціонерів Товариства спільно з правлінням і трудовим колективом можуть встановлювати додаткові пільги порівняно з чинним законодавством для працівників або окремих категорій робітників і службовців.

8.6. Робота в Товаристві зараховується у трудовий стаж згідно з чинним законодавством.

8.7. Працівники Товариства мають право на всі види соціального забезпечення, передбачені чинним законодавством.

## **9. Порядок розподілу прибутків і відшкодування збитків Товариства**

9.1. Одержаний Товариством прибуток направляється на:

- розрахунки з державним та місцевим бюджетами;
- утворення резервного (страхового) фонду;
- виплату дивідендів на акції;
- утворення фонду розвитку виробництва;
- утворення фонду соціально-культурного розвитку;
- утворення фонду матеріального заохочення;
- благодійні та інші цілі.

Конкретні обсяги розподілу прибутку затверджуються щорічно на зборах акціонерів.

9.2. Дивіденди на акції можуть виплачуватись тільки з чистого прибутку

Товариства і після поповнення відповідних фондів за умови, що майно Товариства за своєю вартістю перевищує розмір статутного фонду Товариства. За рішенням загальних зборів акціонерів Товариства дивіденди можуть виплачуватися акціями, облігаціями чи товарами Товариства.

На дивіденди мають право акції, придбані не пізніше ніж за 30 днів до офіційного оголошення дати виплати дивідендів на них.

На несплачені і неотримані акції відсотки не нараховуються.

Порядок об'яви і сплати дивідендів встановлюється внутрішніми правилами Товариства.

9.3. Збитки, пов'язані з діяльністю Товариства, відшкодовуються за рахунок його резервного фонду, іншими шляхами, а при їх недостатності — за рахунок продажу майна Товариства в установленому порядку.

## **10. Припинення діяльності Товариства**

10.1. Припинення діяльності Товариства здійснюється шляхом його реорганізації (злиття, приєднання, поділу, виділення, перетворення) або ліквідації.

Реорганізація Товариства здійснюється згідно з рішенням загальних зборів Товариства.

При реорганізації Товариства вся сукупність прав і обов'язків Товариства переходить до його правонаступників.

10.2. Товариство ліквідується:

- після досягнення мети, поставленої при його створенні;
- згідно з рішенням загальних зборів акціонерів Товариства;
- згідно із заявою органів, які контролюють діяльність Товариства, у випадках систематичного або грубого порушення законодавства;
- в інших випадках, прямо передбачених чинним законодавством.

10.3. Порядок ліквідації визначається загальними умовами, які передбачені чинним законодавством про господарчі товариства.

10.4. Ліквідацію Товариства проводить призначена ним комісія, а у разі банкрутства та припинення діяльності Товариства згідно з рішенням суду або

арбітражного суду — ліквідаційна комісія, призначена цими органами.

10.5. Від дня призначення ліквідаційної комісії до неї переходять повноваження з управління справами Товариства. Ліквідаційна комісія у триденний строк з моменту її призначення публікує в офіційній пресі за місцем знаходження Товариства інформацію про його ліквідацію з вказівкою порядку і строків подання кредиторами своїх претензій, оцінює наявне майно Товариства, проводить роботу зі стягнення дебіторської заборгованості Товариству, виявлення претензій кредиторів, повідомленням останніх про ліквідацію Товариства, розраховується з кредиторами й бюджетом, складає ліквідаційний баланс і подає його загальним зборам акціонерів або органам, які призначили ліквідаційну комісію.

10.6. Грошові кошти, що належать Товариству, включаючи виручку від продажу його майна при ліквідації, після оплати праці особам, які працюють на умовах найму, та виконання зобов'язань перед бюджетом, банками та іншими кредиторами, розподіляються між акціонерами відповідно до акцій, що їм належать, в шестимісячний термін після опублікування інформації про його ліквідацію.

Майно, передане Товариству акціонерами в користування, повертається в натуральній формі без винагороди.

У разі виникнення суперечки про оплату заборгованості Товариства його грошові кошти не підлягають розподілу між акціонерами до вирішення цієї суперечки або до одержання кредиторами відповідних гарантій.

10.7. Ліквідація Товариства вважається завершеною, а Товариство таким, що припинило свою діяльність, з моменту внесення запису про це в державний реєстр.

10.8. У разі реорганізації або ліквідації Товариства списки працівників передаються правонаступникам або на збереження в державний архів.

## **11. Заключне положення**

11.1. Якщо будь-яке з положень цього Статуту стане недійсним, то це не впливає на інші положення Статуту.

## УСТАНОВЧИЙ ДОГОВІР

Командитного товариства

“МІОН”

м. Харків

“\_\_\_” \_\_\_\_\_ р.

Громадяни України Міщенко Юрій Юрійович і Івін Олександр Владиславович, надалі — "Повні учасники" і Остапенко Олег Борисович і Носов Микола Анатолійович, надалі — "вкладники", керуючись принципами добровільності, з додержанням вимог Господарського та Цивільного Кодексів України, Законів України "Про власність" та "Про господарські товариства", уклали цей договір про утворення та діяльність командитного товариства "МІОН" на таких умовах:

### **1. Загальні положення.**

1.1. Сторони за цим договором, виступаючи як співзасновники командитного товариства "МІОН", надалі — "Товариство", мають на меті об'єднати грошові та інші цінності для одержання прибутку від виробничої та комерційної діяльності.

### 1.2. Предмет діяльності Товариства:

- виробництво продуктів харчування (як готових, так і напівфабрикатів: морожені фрукти, коржі для тортів, сухі креми, сухі сніданки, морожені пельмені тощо);
- виробництво і переробка сільськогосподарської продукції (при виготовленні, наприклад, пельменів, фаршу тощо);
- оптова і роздрібна торгівля, комісійні, постачальницько-збутові послуги на ринку харчових продуктів, сільгосппродукції та сировинних ресурсів;
- організація підприємств громадського харчування;

- рекламно-інформаційна діяльність та інші види діяльності, не заборонені чинним законодавством України.

Види діяльності, які вимагають спеціального дозволу, здійснюються Товариством після одержання відповідних ліцензій.

1.3. Товариству надаються права юридичної особи від дня його державної реєстрації. Воно веде самостійний баланс, відкриває рахунки в банках, одержує власну печатку, штамп та інші атрибути юридичної особи.

1.4. Юридична адреса Товариства: м. Харків, пр. Миру, буд. 1.

## **2. Статутний фонд та майно Товариства.**

2.1. Майно Товариства утворюється за рахунок внесків Повних учасників та вкладників (до статутного фонду), одержаних прибутків, виробленої продукції (послуг), а також іншого майна, придбаного на законних підставах. Платежі за реєстрацію, ліцензування та укладання угод у зв'язку із заснуванням Товариства здійснюються вкладниками пропорційно їх часткам у статутному фонді, без наступного відшкодування цих витрат за рахунок Товариства.

2.2. Статутний фонд Товариства визначається в 40 000 грн. (сорок тисяч гривень). Він формується за рахунок грошових внесків учасників у таких розмірах та частках:

- Міщенко Юрій Юрійович (Повний учасник) — 10 000 грн. (десять тисяч гривень) — 25 % статутного фонду;

- Івін Олександр Владиславович (Повний учасник) — 10 000 (десять тисяч) гривень — 25 % статутного фонду;

- Остапенко Олег Борисович (вкладник) — 5 000 (п'ять тисяч) гривень — 12,5 % статутного фонду (у тому числі в натуральному виразі у вигляді мікрохвильової печі LG ціною 700 (сімсот) гривень);

- Носов Микола Анатолійович (вкладник) — 15 000 (п'ятнадцять тисяч) гривень — 37,5 % статутного фонду (в натуральному виразі у вигляді морозильної камери "Nord" ціною 15000 (п'ятнадцять тисяч) гривень).

Не пізніше ніж за 3 дні до реєстрації Товариства кожний з Повних учасників і вкладників зобов'язаний (внести на тимчасовий рахунок Товариства 30 % свого внеску. Частина, що залишилася, вноситься на рахунок Товариства протягом року з дня реєстрації. Вкладник і Повний учасник, який не виконав вимоги і не повністю зробив свій внесок до статутного фонду, сплачує пеню в розмірі 25 % річних з недовнесеної суми без заліку цієї суми в його частку.

2.3. Зміна статутного фонду та часток Повних учасників і вкладників може мати місце тільки згідно з рішенням зборів учасників Товариства.

### **3. Права та обов'язки сторін**

3.1.1. Повні учасники мають право:

- брати участь в управлінні справами Товариства;
- одержувати прибуток від його діяльності, брати участь в розподілі прибутку;

- виходити з Товариства з виділенням їхньої частки в грошових коштах та при ліквідації Товариства — отримати належну частку майна в натуральній та грошовій формах;

- займати будь-які посади в Товаристві;
- на переважне одержання продукції (робіт, послуг), що виробляє Товариство.

3.1.2. Вкладники мають право:

- одержувати прибуток від діяльності Товариства;
- виходити з Товариства з виділенням його частки в грошових коштах та при ліквідації Товариства — отримати належну частку майна в натуральній та грошовій формах;

- вимагати першочергової виплати вкладу у разі ліквідації Товариства;
- вимагати протягом першого місяця подання річних звітів і балансів, а також забезпечення можливості перевірки правильності їх складання;

- діяти від імені Товариства тільки за згодою Повних учасників у разі наявності доручення і згідно з ним.

### 3.2.2. Повні учасники зобов'язані:

- робити внески в розмірах, передбачених цим договором;
- не розголошувати конфіденційну інформацію та комерційну таємницю, що стосується діяльності Товариства та його вкладників чи Повних учасників;
- робити додаткові внески в розмірі, засобом та в порядку, передбаченим вищим органом управління Товариством — зборами учасників;
- дотримуватися положень установчих документів, виконувати рішення зборів учасників;
- виконувати прийняті на себе в договірному порядку зобов'язання по відношенню до Товариства;
- не вчиняти дій супроти інтересів Товариства;
- до 10 (десятого) числа першого місяця кожного кварталу розподіляти чистий прибуток за минулий квартал пропорційно до часток у статутному фонді і перераховувати на рахунки вкладників їхні частки.

### 3.2.3. Вкладники зобов'язані:

- робити внески в розмірах, передбачених цим договором;
- не розголошувати конфіденційну інформацію та комерційну таємницю, що стосується діяльності Товариства та його вкладників чи Повних учасників;
- дотримуватися положень установчих документів;
- не вчиняти дій супроти інтересів Товариства;
- не втручатися в управління Товариством, не діяти від імені Товариства без наявності доручення та без згоди Повних учасників.

3.3. Повний учасник має право, за згодою інших сторін, відступити свою частку (її частину) іншому Повному учаснику чи третій особі (у разі переходу до неї всієї частки вона стає Повним учасником). Вкладник має право, за згодою інших сторін, відступити свою частку (її частину) іншому вкладнику або Повному учаснику, або третій особі (в разі переходу до неї



всієї частки вона може стати або Повним учасником, або вкладником, але за згоди інших сторін). Сторони користуються переважним правом придбання частки вибуваючої сторони (причому надається перевага Повним учасникам). У разі передачі своєї повної частки Повний учасник (вкладник) вибуває із Товариства. Його частка може бути придбана Товариством. У цьому разі воно зобов'язане реалізувати її іншим Повним учасникам або вкладникам (що здійснюється за умовами даного договору), чи третім особам у термін не більше одного року. Виділення частки сторони, яка вибуває, здійснюється у термін до 12 місяців з дня вибуття. За цей час на цю частку нараховуються відсотки, що дорівнюють ставці рефінансування, встановленій Нацбанком України. Протягом цього періоду розподіл прибутків, а також голосування та визначення кворуму у вищому органі здійснюється без урахування придбаної Товариством частки. При вибутті з Товариства усіх вкладників Повні учасники мають право перетворити командитне Товариство на повне.

3.4. Повний учасник або вкладник, який систематично не виконує або неналежно виконує свої обов'язки, або перешкоджає своїми діями досягненню цілей Товариства, а також який вчинив дії супроти інтересів Товариства, сплачує штраф у розмірі, встановленому рішенням зборів Учасників. При цьому він не бере участі в голосуванні. При повторних діях або при порушенні, що завдало чималої шкоди Товариству, рішенням зборів Учасників він може бути виключеним з Товариства, але лише тоді, коли це рішення одностайне. При цьому особа, що виключається з Товариства, у голосуванні не бере участі.

3.5.1. У разі смерті Повного учасника спадкоємці мають право на вступ до Товариства (при чому спадкоємець стає теж Повним учасником) згідно з його часткою.

3.5.2. У разі смерті вкладника спадкоємці мають право на вступ у Товариство згідно з його часткою. Спадкоємець може стати або Повним учасником, або вкладником, але за згодою інших сторін.

3.6. Суперечки між сторонами, а також між сторонами і Товариством

розв'язуються у встановленому чинним законодавством порядку. Сторони зобов'язуються вчинити всі можливі дії задля досудового розв'язання суперечок.

#### **4. Принципи господарської діяльності**

4.1. Збитки Товариства відшкодовуються за рахунок резервного фонду. У випадках, якщо резервного фонду недостатньо, відшкодування здійснюються за рахунок інших коштів Товариства, а в разі їх відсутності — за рахунок продажу майна Товариства або додаткових внесків Повних учасників. Накладання стягнення на майно Товариства за борги Повного учасника або вкладника не може мати місця. У цьому випадку може бути зроблено виділення його частки і накладання на неї стягнення. За зобов'язаннями Товариства вкладники відповідають тільки у межах своїх вкладів, Повні учасники — усім належним їм майном у Товаристві.

4.2. Розподіл прибутку Товариства здійснюється у пропорції до часток (вкладів) вкладників і Повних учасників у статутний фонд. Чистий прибуток Повних учасників за рішенням вищого органу управління Товариством може вкладатися у фонди Товариства. Чистий прибуток розподіляється після сплати податків та інших обов'язкових платежів, передбачених чинним законодавством. За рахунок прибутку Товариство може здійснювати реінвестиції у статутний фонд та інші фонди й перерозподіляти суми фондів.

4.3. Товариство створює резервний фонд у розмірі 25% статутного фонду. Відрахування у резервний фонд здійснюються щороку в розмірі 5% чистого прибутку Товариства до повного його формування.

4.4. При виході з товариства вкладника чи Повного учасника йому сплачується належна частка прибутку, одержана Товариством в даному році та вартість його внеску. Вихід з Товариства можна здійснити, попередивши про це Товариство не менше ніж за 3 місяці.

#### **5. Управління Товариством**

5.1. Управління здійснюється Повними учасниками. Вищим органом

управління є збори учасників. При прийнятті рішень кожен має кількість голосів, пропорційну його частці у статутному фонді. У разі введення до складу Товариства нових осіб у якості Повних учасників, вони автоматично входять до вищого органу управління.

5.2. Товариство очолює директор, який здійснює виконавчі функції і обирається з числа Повних учасників.

## **6. Відповідальність сторін**

6.1. Товариство не відповідає за борги його вкладників чи Повних учасників, а вони не відповідають за борги Товариства.

6.2. Кожна сторона за цим договором (як і сторона, що приєдналася до договору після заснування Товариства), що не виконує його умови, підлягає виключенню з Товариства.

6.3. Підставою для виключення з Товариства є також:

- накладання стягнення на частку вкладника чи Повного учасника у майні Товариства на підставі судового рішення;
- вчинення дій, передбачених ст. 3.4 договору.

6.4. Невиконання зобов'язань, що впливають з цього договору, є підставою для стягнення з винної сторони на користь Товариства усіх завданих внаслідок цього збитків.

## **7. Припинення чи зміна договору**

7.1. Цей договір набуває чинності з дня укладення і є безстроковим. Будь-яка із сторін має право вийти з договору, попередивши про це не менше як за 3 місяці. У цьому випадку до Товариства може бути прийнятий новий вкладник чи Повний учасник.

7.2. Договір припиняє дію у разі відповідної до чинного законодавства ліквідації Товариства та затвердження ліквідаційного балансу після розрахунків з дебіторами та кредиторами. Майно, що залишилося після ліквідації, передається сторонам у пропорціях до їх часток у статутному фонді. Договір припиняє дію у разі виходу із Товариства усіх вкладників або

усіх Повних учасників. При виході усіх вкладників Повні учасники мають право перетворити дане Товариство на повне із здійсненням усіх, пов'язаних із цим, дій.

7.3. Із стороною за даним договором, яка систематично порушує його умови та положення, договір може бути припинений з ініціативи інших сторін.

7.4. Зміни в договір можуть бути внесені при одностайному щодо цього рішення сторін. Суперечки по договору розв'язуються згідно з порядком і правилами, встановленими чинним законодавством.

Договір підписали:

Міщенко Юрій Юрійович,

проживає за адресою: м. Харків, пр. Мира,

буд. 8, кв. 112; паспорт ХА 123456, виданий Харківським МУУМВС

України 05.08.97 р.

Івін Олександр Владиславович,

проживає за адресою: м. Харків, вул. Сумська, буд. 5, кв. 53; паспорт ХА 654321, виданий Харківським МУУМВС України 05.02.97 р.

Остапенко Олег Борисович,

проживає за адресою: м. Харків, пр. Леніна,

буд. 4, кв.58; паспорт ХА 654987, виданий Харківським МУУМВС України

08.05.98 р.

Носов Микола Анатолійович,

проживає за адресою: м. Харків, вул. Шевченка,

буд. 5, кв. 18; паспорт ХА 987123, виданий Харківським МУУМВС

18.05.97 р.

**РЕЄСТРАЦІЙНА КАРТА**  
суб'єкта підприємницької діяльності

МПП

Назва Мале приватне підприємство "Грес"  
(повна та скорочена назва суб'єкта з обов'язковим зазначенням організаційної форми)

МПП "Грес"

Місцезнаходження м. Харків, проспект Леніна, 5

Керівник Мирошніченко Марина Вікторівна  
(прізвище, ім'я та по батькові)

м. Харків, вул. Мира 18, буд. 5, кв. 92; ХА 123456; д. т. 58-20-30

(місце проживання, паспортні дані, номер телефону, телефаксу)

Форма власності приватна

Основні види діяльності на поточний рік (не більше п'яти)

- промислове виробництво

- транспортні послуги

- комерційна та посередницька діяльність

- оптова та роздрібна торгівля

- операції з валютою

Кількість філій, представництв, відділень немає

(на зворотному боці знаходяться відомості про них)

Картку заповнив директор Мирошніченко Марина Вікторівна  
(посада, прізвище, ім'я та по батькові,

номер телефону)

Дата заповнення "\_\_\_" \_\_\_\_\_ р.

\_\_\_\_\_  
(підпис)

## Додаток 8

**Порядок подання податковими органами Повідомлення про відкриття (закриття) рахунків в установах банків, затверджений наказом Державної податкової адміністрації України від 01.08.2001 р. №306 і зареєстрований в Міністерстві юстиції України 31.10.2001 р. за №923/6114**

ФОРМА ПОВІДОМЛЕННЯ ПРО ВІДКРИТТЯ АБО ЗАКРИТТЯ РАХУНКІВ ФІЗИЧНИХ ОСІБ – СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВСТАНОВЛЕНА ВИЩЕНАВЕДЕНИМ ПОРЯДКОМ ЗА ФОРМОЮ №1.

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_

число, місяць (словами), рік

Форма №1

В ДПІ/ДПА \_\_\_\_\_

(район, місто)

### ПОВІДОМЛЕННЯ

#### Від платника податків про відкриття (закриття) рахунку в установі банку

□ □ □ □ □ □ □ □ □ □

Ідентифікаційний код за ЄДРПОУ або  
ІДЕНТИФІКАЦІЙНИЙ НОМЕР ЗА ДРФО, АБО  
реєстраційний (обліковий) номер з  
тимчасового реєстру ДПА України

Назва (П. І. Б. – для фізичних осіб)

Місцезнаходження (місце проживання)

Код банку \_\_\_\_\_ Назва установи банку \_\_\_\_\_

Відкрито (закрито) рахунок № \_\_\_\_\_ Валюта рахунку \_\_\_\_\_

(непотрібне закреслити)

ВИД РАХУНКУ \_\_\_\_\_

ДАТА ОПЕРАЦІЇ “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ РОКУ

Керівник (підприємець) \_\_\_\_\_

(підпис)

(прізвище, ініціали)

М.П.

БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ ПЕРЕВІРЕНО

Відповідальна особа установи банку \_\_\_\_\_

(посада) (підпис) (прізвище, ініціали)  
М.П.

Повідомлення отримано “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

Відповідальна особа \_\_\_\_\_

податкового органу (підпис) (прізвище, ініціали)  
М.П.

**Корінець повідомлення**

**від платника податків про відкриття рахунку в установі банку**

(надається установі банку)

ІДЕНТИФІКАЦІЙНИЙ КОД ЗА ЄДРПОУ АБО  
ІДЕНТИФІКАЦІЙНИЙ НОМЕР ЗА ДРФО, АБО  
реєстраційний (обліковий) номер з  
тимчасового реєстру ДПА України

В ДПІ/ДПА \_\_\_\_\_

(район, місто)

Назва (П. І. Б. – для фізичних осіб) \_\_\_\_\_

Код банку \_\_\_\_\_ Назва банку \_\_\_\_\_

ВІДКРИТО РАХУНОК № \_\_\_\_\_ ДАТА ОПЕРАЦІЇ “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ РОКУ

**Повідомлення платника від “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року**

**Отримано “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року**

**Рахунок узято на облік “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року**

Відповідальна особа \_\_\_\_\_

податкового органу (підпис) (прізвище, ініціали)  
М.П.

Дозволяю розпочати операції на рахунку \_\_\_\_\_

Відповідальна особа установи банку (підпис) (прізвище, ініціали)  
М.П.

**Корінець повідомлення**  
**від платника податків про відкриття рахунку в установі банку**  
(надається установі банку)

□ □ □ □ □ □ □ □ □ □

ІДЕНТИФІКАЦІЙНИЙ КОД ЗА ЄДРПОУ АБО  
ІДЕНТИФІКАЦІЙНИЙ НОМЕР ЗА ДРФО, АБО  
реєстраційний (обліковий) номер з  
тимчасового реєстру ДПА України

В ДПІ/ДПА \_\_\_\_\_  
(район, місто)

Назва (П. І. Б. – для фізичних осіб) \_\_\_\_\_

Код банку \_\_\_\_\_ Відкрито (закрито) рахунок № \_\_\_\_\_  
(непотрібне закреслити)

ДАТА ОПЕРАЦІЇ “\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ РОКУ

Повідомлення надано “\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року,

отримано “\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

Відповідальна особа \_\_\_\_\_  
**податкового органу** (підпис) (прізвище, ініціали)

**ШТАМП ПОДАТКОВОГО ОРГАНУ**

**Примітка.** Дані в повідомленні простим шрифтом заповнює платник, жирним шрифтом – податковий орган, жирним курсивом – установа банку.



**КОНТРАКТ №**

*Україна*

*м. Харків*

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ р.

Продавець:

Фірма "Ката", яка є юридичною особою за законодавством Республіки Польща, в особі виконавчих директорів Падзинського Г. П. і Ладишека І. К., які діють на підставі Статуту фірми.

Покупець:

Мале приватне підприємство "Вант", що є юридичною особою за законодавством України, в особі директора Рибальської А. П., яка діє на підставі Статуту підприємства, уклали контракт на таких умовах:

**1. Предмет договору**

1.1. Продавець продає, а Покупець купує тканини:

1) шовк 450 м (*сума 960 доларів*);

2) трикотин 600 м (*сума 860 доларів*);

3) кашемір 250 м (*сума 3930 доларів*);

на загальну суму 5750 доларів США, з додержанням умов цього контракту.

1.2. До ціни входять вартість тари, пакування та маркування.

1.3. Перелік товарів та їх вартість можуть бути змінені в межах загальної суми контракту за згодою сторін, що має бути зафіксовано в окремій додатковій угоді.

**2. Термін та умови поставки товару**

2.1. Продавець поставляє Покупцеві товар, придбаний за цим контрактом, на умовах Инкотермс FCA (*франко-перевізник*) до станції Ковель Львівської залізниці.

2.2. Поставка повинна бути здійснена протягом 7 днів від дня відкриття акредитива.

2.3. Продавець сповістить Покупця про відправлення товару телефаксом протягом 24 годин з часу відправлення. У цей термін Продавець надає Покупцеві копії товаросупроводжувальних документів та належні сертифікати.

2.4. У разі порушення терміну поставки Продавець сплачує Покупцеві заздалегідь оцінені збитки в розмірі:

- 1% вартості непоставленого товару за перший тиждень затримки поставки;
- 5% вартості непоставленого товару за кожний наступний тиждень, але не більше 50 % вартості непоставленого товару за весь термін не поставки.

У разі затримки поставки понад 6 тижнів Покупець має право припинити дію цього контракту без будь-якої компенсації збитків Продавця.

2.5. У разі пошкодження товару під час поставки чи вияву його недоброякісності чи кількісної недопоставки Покупець зобов'язаний по телефаксу сповістити про це Продавця у термін до 48 годин з часу приймання товару.

Недоброякісний товар має бути заміненим Продавцем протягом двох тижнів, а недопоставка виправлена в цей же термін.

2.6. Якість проданого за цим контрактом товару повинна підтверджуватися сертифікатом якості виробника товару.

Товар вважається зданим Продавцем і прийнятим Покупцем за якістю — згідно з сертифікатом, що додається до товару, а за кількістю — згідно з розвантажувальними документами.

Невідповідність товару умовам контракту за якістю повинна підтверджуватися експертизою Торгово-промислової палати країни Покупця або державними службами сертифікації. Рекламациї подаються в 7-добовий термін.

### **3. Оплата**

3.1. Оплата товару здійснюється згідно з Уніфікованими правилами та звичаями для документальних акредитивів у редакції 1993 року, публікації Міжнародної торговельної палати № 680.

У термін до 7 днів від дня укладення контракту Покупець відкриває на ім'я Продавця безвідзивний неподільний акредитив у доларах США на суму контракту, з платежем проти подання обумовлених контрактом документів. Акредитив повинен бути підтверджений банком Продавця, і платежі будуть здійснюватись проти подання Продавцем таких документів:

- комерційного рахунку;
- дубліката залізничної накладної;
- сертифікатів якості на весь перелік товарів згідно зі специфікацією.

3.2. Акредитив, як окрема угода, повинен містити умови його неподільності.

3.3. Усі банківські видатки на території Покупця сплачує Покупець, а за межами території Покупця — Продавець.

3.4. У разі прострочення відкриття акредитива Покупець сплачує Продавцеві 0,5% від суми акредитива за весь час прострочення. Він має право припинити дію контракту, якщо таке прострочення перевищило 30 днів.

### **4. Пакування**

4.1. Упаковка, в якій відвантажується товар, повинна відповідати встановленим стандартам та забезпечувати, за умови належного поводження з вантажем, збереження товару під час транспортування, перевалок, а також захист товару від атмосферного впливу.

### **5. Відповідальність та арбітраж**

5.1. Відповідальність Продавця і Покупця не може перевищувати межі санкцій, встановлених розділами 2 і 3 контракту. Максимальна

відповідальність Продавця перед Покупцем, що виникає (або пов'язана) з продажем чи використанням товару, доставленого Покупцеві згідно з умовами контракту, не повинна ні за яких обставин перевищувати фактичну суму, сплачену Покупцем Продавцеві за контрактний товар.

5.2. Форс-мажор. Ніяка відповідальність за невиконання контракту не може мати місця, якщо причиною невиконання були обставини, які знаходяться поза сферою контролю умов контракту невиконуючої сторони, а саме — стихійне лихо, військові дії, втручання влади на період, що починається з моменту письмового повідомлення невиконуючою стороною. Форс-мажор автоматично за цієї умови подовжує термін виконання зобов'язань за контрактом на 6 місяців. По закінченню цього терміну будь-яка із сторін може припинити дію контракту.

5.3. У разі виникнення суперечки у зв'язку з цим контрактом сторони передають його на розгляд Міжнародного комерційного арбітражного суду Торгово -промислової палати України з підпорядкуванням його відповідному регламенту та провадженню українською мовою.

## **6. Інші умови**

6.1. Контракт набирає чинності від дня його укладання і діє до “\_\_\_” \_\_\_\_\_ \_\_\_\_ р. Усі усні й письмові угоди, які мали місце щодо предмету цього контракту до укладання контракту, з цього часу втрачають силу. Узгодження змін у контракті здійснюється тільки в письмовій формі, можливе застосування електронних засобів.

6.2. При тлумаченні цього контракту мають силу документ Інкотермс 1990 р. і Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів 1980 р.

6.3. Сторони домовились про конфіденційність цього контракту і про те, що Покупець не буде здійснювати реекспорт одержаного за контрактом товару без письмової згоди Продавця.

6.4. Контракт складений польською і українською мовами в 4-х аутентичних примірниках, по два примірники двома мовами кожній із сторін контракту.

### **7. Юридичні адреси, банківські й транспортні реквізити сторін.**

Продавець:

Покупець:

Польща, м. Варшава

Тел/факс (056) 745-45-00

Україна,

м. Харків, вул. Миру, 8

Розрахунковий рахунок

№123456

Фірма "Ката"

Тел/факс (057) 712-00-00

Розрахунковий рахунок №260075

у "ПБ" МФО 351179

МПП "ВАНТ"

Контракт уклали:

Директор Падзинський Г. П.

Ладишек І. К.

Директор МПП "Вант"

Рибальська А. П.

## КОНТРАКТ №

Україна

м. Харків

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ р.

Продавець:

Товариство з обмеженою відповідальністю "Зірка", що є юридичною особою за законодавством України, в особі директора Монюка О. Л., який діє на підставі Статуту товариства, і повноважного представника правління ТОВ Ровської О. А., яка діє на підставі доручення № \_\_\_ від “ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ р.

Покупець:

Фірма "Ута", що є юридичною особою за законодавством Республіки Польща, в особі виконавчого директора Мути А. Й., який діє на підставі Статуту фірми, уклали цей контракт про таке:

### 1. Предмет контракту

1.1. Продавець продає, а Покупець купує товар, за значений у специфікації (Додаток № 1), на суму 4444.44 доларів США з додержанням умов цього контракту.

1.2. До ціни входять вартість тари і маркування.

1.3. Перелік товарів та їх вартість можуть бути змінені в межах загальної суми контракту угодою сторін шляхом внесення змін до специфікації або укладання окремої додаткової угоди.

### 2. Термін та умови поставки товару

2.1. Продавець поставляє Покупцеві товар, придбаний за цим контрактом, на умовах Інкотермс: FOT (франко-вантажівка) до м. Ягодин, до Ягодинської митниці.

2.2. Поставка повинна бути здійснена протягом 5 днів від дня підписання акредитива.

2.3. Продавець має сповістити Покупця про відправлення товару

телефаксом протягом 24 години з часу відправлення.

2.4. Копії супроводжувальних товар документів і належні сертифікати Продавець передає Покупцю на місці передачі товару.

2.5. У разі порушення терміну поставки Продавець сплачує Покупцеві заздалегідь оцінені збитки в розмірі:

- 0,5% вартості непоставленого товару за перший тиждень затримки поставки;

- 5% вартості недопоставленого товару за кожний наступний тиждень, але не більше 50% вартості непоставленого товару за весь термін непоставки.

2.6. У разі затримки поставки понад 5 тижнів Покупець має право припинити дію цього контракту без будь-якої компенсації збитків Продавця.

2.7. У разі пошкодження товару під час поставки до місця передачі товару Покупцю або вияву його неякісності чи кількісної недопоставки на місці передачі, Покупець зобов'язаний по телефаксу сповістити про це Продавця у термін до 24 годин з часу приймання товару.

Неякісний товар підлягає заміні Продавцем протягом 2 тижнів, а недопоставка має бути виправлена протягом 1 тижня.

2.8. Якість проданого за цим контрактом товару повинна підтверджуватися сертифікатом якості виробника товару.

Товар має бути зданий Продавцем і прийнятий Покупцем за якістю — згідно з сертифікатом, що додається до товару, а за кількістю — згідно з відвантажувальними документами.

Невідповідність товару умовам контракту за якістю повинна підтверджуватися експертизою Торгово-промислової палати країни Покупця або державними службами сертифікації. Рекламациї подаються в 5-добовий термін.

### **3. Оплата**

3.1. Оплата товару здійснюється згідно з Уніфікованими правилами та звичаями для документальних акредитивів (VCP) у редакції 1993 р., публікації Міжнародної торговельної палати № 500.

У термін до 10 днів від дня укладання контракту Покупець відкриває на ім'я Продавця безвідзивний неподільний акредитив у доларах США на суму контракту. Акредитив повинен бути підтверджений банком Продавця, і платежі будуть здійснюватись проти подання Продавцем таких документів:

- комерційного рахунку;
- сертифікатів якості на весь товар.

3.2. Акредитив як окрема угода повинен містити умови його неподільності.

3.3. Усі банківські видатки на території Покупця сплачує Покупець, а поза нею — Продавець.

3.4. У разі прострочення відкриття акредитива Покупець сплачує Продавцеві 0,5% від суми акредитива за весь час прострочення. Він має право припинити дію контракту, якщо таке прострочення перевищило 20 днів.

#### **4. Пакування та маркування**

4.1. Упаковка, в якій відвантажується товар, повинна відповідати встановленим стандартам і забезпечувати, за умови належного поводження з вантажем, збереження товару під час транспортування, перевалок, а також захист товару від атмосферного впливу.

4.2. Усі засоби пакування повинні з двох боків мати таке маркування:

Найменування і адреса Покупця:

Фірма "Ута", Польща, м. Радом, вул. Звиченства, 1

Обережно

Не кантувати

Контракт № 11

Продавець: "Зірка" ЛТД, Україна, м. Харків, вул. Миру, 5.

Наряд №62

Транс №25

Вага брутто 51 кг

Вага нетто 50 кг



## **5. Відповідальність та арбітраж**

5.1. Відповідальність Продавця і Покупця не може перевищувати межі санкцій, встановлених розділами 2 і 3 контракту. Максимальна відповідальність Продавця перед Покупцем, що виникає з продажем чи використанням товару, доставленого Покупцеві згідно з умовами контракту, не повинна ні за яких обставин перевищувати фактичну суму, сплачену Покупцем Продавцеві за контрактний товар.

5.2. Форс-мажор. Ніяка відповідальність не може мати місця за невиконання контракту, якщо це невиконання було залежне від обставин, що знаходяться поза сферою контролю невиконуючої сторони, а саме: стихійне лихо, військові дії, втручання влади на період, що починається з моменту письмового повідомлення невиконуючою стороною. Форс-мажор автоматично за цієї умови подовжує термін виконання зобов'язань на термін до 1 року. По закінченню цього терміну будь-яка із сторін може припинити дію контракту.

5.3. У разі виникнення суперечки у зв'язку з цим контрактом сторони передають його на розгляд Міжнародного комерційного арбітражного суду Торгово-промислової палати України з підпорядкуванням його регламенту та провадженню українською мовою.

## **6. Інші умови**

6.1. Контракт набирає чинності від дня його укладання і діє до “\_\_\_” \_\_\_\_\_ \_\_\_\_ р. Усі усні й письмові угоди, які мали місце до укладання контракту, з цього часу втрачають силу. Узгодження змін у контракті здійснюється тільки у письмовій формі, при цьому можливе застосування електронних засобів.

6.2. У разі тлумачення цього контракту мають силу документ Інкотермс 1990 р. і Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів 1980 р.

6.3. Сторони домовились про конфіденційність цього контракту та про те, що Покупець не буде здійснювати реекспорт одержаного за

контрактом товару без письмової згоди Продавця.

6.4. Контракт складений українською та польською мовами у 4-х аутентичних примірниках, по 2 примірники двома мовами кожній із сторін.  
Додаток: специфікація.

## **7. Юридичні адреси, банківські й транспортні реквізити сторін**

**ПРОДАВЕЦЬ**

Україна,  
м. Харків, вул. Мира, 5.

**ПОКУПЕЦЬ**

Польща,  
м. Радом, вул. Звиченства, 1

Контракт укладений:

Директор Монюк О. Л.

Директор Мута А. Й.

М. П.

М. П.

Уповноважений Ровська О. А.

*Додаток №1*

Зерно – 50 т – 250 грн. – 69,44 доларів США за 1 т.

Кукурудза – 10 т – 350 грн. – 97,22 доларів США за 1 т.

## КОНТРАКТ №

*Україна**м. Харків*

“\_\_\_” \_\_\_\_\_ р.

Командитне товариство "Юза", що є юридичною особою за законодавством України, надалі Продавець, в особі директора Іванова О. В., який діє на підставі Установчого договору, з однієї сторони, і фірма "San", що є юридичною особою за законодавством Польщі, надалі Покупець, в особі директора Цлавського К., який діє на підставі Статуту, з другої сторони, у відповідності до Конвенції ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів 1980 р. і правил Інкотермс-90, заключили цей контракт про таке:

**1. Предмет контракту**

1.1. Продавець продає, а Покупець купує молоко сухе знежирене, надалі —Товар.

**2. Кількість і якість**

2.1. Продавець продає, а Покупець купує Товар у кількості 20 (двадцять) тонн.

2.2. Продавець відповідає за відповідність Товару ДСТУ і сертифікату заводу-виробника.

**3. Умови поставки**

3.1. Продавець продає, а Покупець купує Товар на умовах Інкотермс, у редакції 1990 р.: Франко-завод (за адресою складу — м. Харків, вул. Миру, 10).

**4. Ціна**

4.1. Валютою Контракту є долари США.

4.2. Ціна однієї тонни Товару становить 900 (дев'ятсот) доларів США.

## **5. Порядок розрахунків**

5.1. Покупець проводить розрахунки з Продавцем у формі попередньої оплати у розмірі вартості товарної партії. Датою оплати партії Товару вважається дата зарахування грошових коштів на рахунок Продавця, що підтверджується випискою банку Продавця. Оплата повинна бути здійснена не пізніше 3 (трьох) днів з моменту підписання Контракту.

5.2. Розрахунки між сторонами здійснюються у доларах США шляхом перерахування Покупцем вказаної у пункті 4.2. суми за реквізитами Продавця.

5.3. Вартість послуг, пов'язаних із банківським переводом грошових коштів в адрес Продавця, оплачує Покупець.

## **6. Умови здачі-прийому Товару**

6.1. Прийом Товару здійснюється Покупцем в пункті його зберігання.

6.2. Прийом Товару Покупцем має бути здійснено протягом 2 (двох) днів з моменту надходження грошових коштів на рахунок Продавця.

6.3. Одночасно з прийомом Товару Продавець надає Покупцеві копії супроводжувальних товар документів та належні сертифікати згідно з умовами сертифікації.

6.4. Товар має бути зданим Продавцем та прийнятим Покупцем за якістю — згідно з сертифікатом, що додається до товару, а за кількістю — згідно з відвантажувальними документами.

6.5. Прийом Товару здійснюється Покупцем із участю представника Продавця.

## **7. Пакування та маркування.**

7.1. Пакування та маркування Товару повинні відповідати ДСТУ, за що відповідає Продавець і завод-виробник.

7.2. Упаковка, у якій відвантажуються Товар, повинна забезпечувати, за умови належного поводження з вантажем, збереження товару під час транспортування, перевалок, а також захист товару від атмосферного впливу.

7.3. Усі засоби пакування повинні з двох боків мати таке маркування:

Найменування та адреса Покупця:

Фірма "San", м. Лодзь, вул. Коперника, 13

Верх

Обережно

Не кантувати Контракт № 2

Продавець: ТК "Юза", м. Харків, пр. Леніна, 12

Наряд № 5657

Транс № 2368

Вага брутто 20600 (двадцять тисяч шістсот) кг

Вага нетто 20000 (двадцять тисяч) кг

Нестандартні засоби пакування не можуть мати місця.

## **8. Форс-мажор**

8.1. Сторони звільняються від відповідальності за часткове чи повне невиконання зобов'язань по контракту, якщо воно є наслідком дії форс-мажорних обставин (обставин непереборної сили), що виникли після заключення контракту в результаті подій надзвичайного характеру, яких сторони не змогли передбачити і попередити різноманітними заходами.

8.2. До обставин непереборної сили належать події надзвичайного характеру, а саме: пожежа; війна, військові дії, стихійні лиха, сезонні природні явища, ембарго, інші міжнародні санкції, валютні обмеження, дії інших держав і державних органів.

8.3. У випадку виникнення форс-мажорних обставин строк виконання зобов'язань Сторонами по контракту відстрочується пропорційно часу, протягом якого діють такі обставини і їх наслідки.

8.4. Сторона, на яку впливають (вплинули) форс-мажорні обставини, зобов'язана невідкладно інформувати у письмовій формі іншу Сторону про настання таких обставин (по можливості протягом одного дня). Достатнім доказом дій форс-мажорних обставин є документ, виданий Торгово-

промисловою палатою Сторони, для якої настали вказані обставини.

8.5. У випадку, якщо строк дії обставин непереборної сили продовжується більше 30 (тридцяти) днів, кожна із Сторін має право на розірвання контракту і не несе за це відповідальності за умови, що вона повідомила іншу Сторону не пізніше ніж за 10 днів до розторгнення.

## **9. Санкції**

9.1. За невиконання чи неналежне виконання умов цього контракту Сторони несуть відповідальність, передбачену цим контрактом і чинним законодавством держави Сторони, що їх вчинила.

9.2. У разі порушення однією із Сторін строків зобов'язань (крім форс-мажорних обставин) згідно з цим контрактом, винна Сторона повинна виплатити штраф потерпілій Стороні в розмірі 1% від загальної вартості Товару (згідно пункту 4.2. цього контракту) за кожен день прострочення.

## **10. Рекламації**

10.1. Рекламації можуть бути заявлені на рахунок якості Товару у випадку невідповідності його якості, оговореній в пункті 2.2. цього контракту.

10.2. Покупець заявляє рекламації щодо кількості і якості товару з наявністю акта незалежної експертної контрольної організації країни Покупця про невідповідність Товару кількості і якості.

10.3. Покупець має право заявити рекламації за кількістю Товару — протягом 3 (трьох) днів і за якістю Товару — протягом 5 (п'яти) днів з моменту прийому Товару. В рекламації вказується кількість, якість і найменування Товару, що підлягає рекламації, підстави рекламації. Рекламація складається у відповідності із правилами, прийнятими в країні Покупця. По закінченню вказаного строку ніякі рекламації Продавцем не приймаються.

## **11. Арбітраж**

11.1. Усі суперечки, що виникають між сторонами, внаслідок чи у зв'язку із виконанням умов цього контракту, вирішуються шляхом переговорів.

11.2. У випадку недосягнення сторонами згоди, суперечки передаються на розгляд в Міжнародний комерційний арбітражний суд при Торгово-промисловій палаті України відповідно до правил, регламенту і процедури вказаного суду.

11.3. Рішення, винесене вказаним судом, є остаточним і обов'язковим для двох сторін.

## **12. Умови конфіденційності**

12.1. Сторони досягли згоди, що текст контракту, будь-який матеріал, інформація і відомості, що стосуються цього контракту, є конфіденційними і не можуть надаватись третім особам без попередньої письмової згоди іншої сторони, крім випадків, коли така передача пов'язана з отриманням офіційних дозволів для виконання контракту чи сплати податків, інших обов'язкових платежів, а також у випадках, передбачених чинним законодавством, яке регулює зобов'язання сторін згідно з цим контрактом.

## **13. Загальні положення**

13.1. Все попереднє листування і переговори, пов'язані з цим контрактом, втрачають силу з моменту його підписання.

13.2. Цей контракт складений і підписаний в двох екземплярах українською мовою на п'яти аркушах, по одному екземпляру для кожної сторони.

13.3. Документація, пов'язана з контрактом, що передана факсом, має однакову юридичну силу з оригіналом.

## **14. Інші умови**

14.1. При тлумаченні цього контракту має силу документ Інкотермс-90 р. і Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів 1980 р.

14.2. Зміни й доповнення до цього контракту чи його дострокове розірвання будуть дійсні за умови, що вони здійснені в письмовій формі і підписані уповноваженими на це представниками обох сторін.

14.3. Жодна із сторін не має права передавати свої права і (або) зобов'язання по цьому контракту третій Стороні без письмової згоди іншої Сторони (включаючи телекс і факс).

14.4. Сторони негайно інформують одна одну про зміни адрес чи реквізитів.

## **15. Строк дії контракту**

15.1. Контракт набуває юридичної сили після його підписання уповноваженими особами і затверджується відповідними печатками, і діє до повного виконання сторонами своїх зобов'язань.

## **16. Юридичні адреси і банківські реквізити сторін**

Продавець:

Покупець:

ТК "Юза", Україна

М. Харків, пр. Леніна, 12

Розрахунковий рахунок

№ 2600754512

у від. "ПІБ" м. Харкова

МФО 351179

Фірма "San", Польща

м. Лодзь, вул. Коперника, 13

PW 525245

Контракт укладений:

Директор Іванов О. В.

Директор Цлавський К.

М. П.

М. П.



## ВИСНОВКИ

Сучасні соціально-економічні процеси, їх динаміка, природно, вимагають певної корекції заходів щодо реалізації стратегічного економічного курсу, проте незмінними базовими позиціями залишається поступова заміна адміністративно-розподільчих економічних відносин такими, що органічно поєднують і державне регулювання, і ринкові саморегулятори.

Важливу складову доктрини демократичних соціально-економічних перетворень в Україні, їх стратегічного курсу мають становити концепція і практична політика розвитку комерції. Державного значення набуває усвідомлення суті, ролі й місця комерції в нинішньому і, головне, – в майбутньому економічному, більше того, – соціально-культурному розвитку України, а також усвідомлення умов, необхідних для становлення і функціонування цієї форми ділової активності, прогнозування основних напрямів і тенденцій розвитку комерційної діяльності з урахуванням як публічних інтересів суспільства в особі держави, так і приватних інтересів суб'єктів комерційної діяльності.

На жаль, можна констатувати, що й досі в Україні відсутня чітка послідовна державна ідеологія становлення і функціонування національного підприємництва, загальнодержавна програма його розвитку. Становлення підприємництва як нового для пострадянської України соціально-економічного явища потребує серйозної адміністративно-політичної уваги і підтримки.

Державна політика розвитку комерції має ґрунтуватися на взаємодії публічно-правових і приватноправових засадах регулювання комерційних відносин. Вона повинна моделювати такий стратегічний курс розвитку цієї форми ділової активності, який би визнавав комерсанта головною діючою фігурою ринкового господарства, законним суб'єктом приватноправових відносин громадянського суспільства.

Основними концептуальними засадами державної політики розвитку комерції мають бути:

- визначення права на комерційну діяльність, зокрема права на ризик своїм майном як одного з природних прав людини на вільний розвиток особистості;

- визнання пріоритетного місця та ролі приватної власності й особи (фізичної і юридичної) в ринкових економічних і цивільних правовідносинах;

- визнання рівності суб'єктів права приватної власності з іншими суб'єктами права власності перед законом;

- підхід до держави, з одного боку, як до політичної функції громадянського суспільства, яке повинно здійснювати реальний контроль за діяльністю держави, а з іншого, – як до суб'єкта цивільного права, якщо держава у процесі свого функціонування включається в систему ринкових відносин;

- розуміння закону як певної функції права і держави та держави як інструмента права;

- усвідомлення необхідності й міри розмежування та взаємодії приватноправових і публічно-правових засад регулювання комерційних відносин тощо.

Діяльність щодо розробки і здійснення державної політики розвитку комерції в Україні, її правового забезпечення необхідно розглядати не як одноразові заходи влади, а як постійні функції держави.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України "Конституція України" №254к/96-ВР від 28.06.96.  
[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).
2. Господарський кодекс України: – К.: Велес, 2004. – 164 с.
3. Цивільний кодекс України: – К.: Велес, 2004.- 278 с.
4. Закон України “Про банки і банківську діяльність” від 07.12.2000.№2121-III.із змінами та доповненнями.[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).
5. Закон України "Про метрологію та метрологічну діяльність" № 113/98-ВР від 11.02.98 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).
6. Закон "Про національну депозитарну систему та особливості електронного обігу цінних паперів в Україні " №710/97-ВР від 10.12.97 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).
7. Закон України "Про режим іноземного інвестування" №93/96-ВР від 19.03.96 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).
8. Закон України "Про страхування" №85/96-ВР від 07.03.96 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).
9. Закон України "Про постачання продукції для державних нестатків" №493/95-ВР від 22.12.95(зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).
10. Закон України "Про міжнародний комерційний арбітраж" №4002-12 від 24.04.94 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).
11. Закон України "Про пожежну безпеку" №3745-12 від 17.12.93 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).
12. Закон України "Про Антимонопольний комітет України" №3659-12 від 26.11.93 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).
13. Закон України "Про карантин рослин" №3348-12 від 30.06.93 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).
14. Закон України "Про державну контрольно-ревізійну службу в Україні" №2939-12 від 26.01.93(зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

15. Закон України "Основи законодавства України про охорону здоров'я" №2801-12 від 19.11.92 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

16. Закон України "Про охорону праці" №2694-12 від 14.10.92 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

17. Закон України "Про інформацію" №2657-12 від 02.10.92 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

18. Закон України "Про державну статистику" №2614-12 від 17.09.92 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

19. Закон України "Про ветеринарну медицину" №2498-12 від 25.06.92 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

20. Закон України "Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом" №2343-12 від 14.05.92 (зі змінами та доповненнями). [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

21. Закон України "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності" №2132-12 від 18.02.92 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

22. Закон України "Про господарські товариства" №1576-12 від 19.09.91 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

23. Закон України "Про інвестиційну діяльність" №1560-12 від 18.09.91 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

24. Закон України "Про цінні папери і фондовий ринок" №3480-IV від 23.02.06. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

25. Закон України "Про арбітражний суд" №1142-12 від 04.06.91 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

26. Закон України "Про захист прав споживачів" №1023-12 від 12.05.91 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

27. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" №959-12 від 16.04.91 (зі змінами та доповненнями). [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

28. Закон "Про банки і банківську діяльність" №2121-III від 07.12.2000 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

29. Закон України "Про власність" №697-12 від 07.02.91 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

30. Закон України "Про міліцію" №565-12 від 20.12.90 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

31. Закон України "Про ліцензування певних видів господарської діяльності" (зі змінами та доповненнями) №1775-3 від 01.06.2000.[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

32. Закон України "Про патентування деяких видів підприємницької діяльності" (зі змінами та доповненнями) №98/96-ВР від 23.03.96.[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

33. Закон України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців" №755-4 від 15.05.03.[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

34. Указ Президента України "Про Положення про Державний комітет України з питань розвитку підприємництва" №1206/97 від 30.10.97.  
[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

35. Указ Президента України "Про державну комісію з цінних паперів та фондового ринку" №142/97 від 14.02.97.[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

36. Указ Президента України "Про Положення про Державний комітет України по стандартизації, метрології та сертифікації" №375/96 від 24.05.96.  
[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

37. Указ Президента України "Про Положення про Державну міжвідомчу комісію з питань впровадження в законодавство України норм і стандартів Ради Європи" №400/96 від 05.06.96.[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

38. Указ Президента України "Про інвестиційні фонди та інвестиційні компанії" №55/94 від 19.02.94 (зі змінами та доповненнями).[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

39. Декрет Кабінету Міністрів "Про державний пробірний нагляд" №53-93 від 17.05.93. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

40. Декрет Кабінету Міністрів "Про стандартизацію і сертифікацію" №46-93 від 10.05.93. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

41. Декрет Кабінету Міністрів України "Про стандартизацію і сертифікацію" №46-93 від 10.04.93. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

42. Декрет Кабінету Міністрів "Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення" №30-93 від 08.04.93. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

43. Постанова Верховної Ради України "Про Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України" № 1449 від 20.01.97. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

44. Постанова Кабінету Міністрів України "Про впровадження штрихового кодування товарів" № 574 від 29.04.96. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

45. Постанова Кабінету Міністрів України "Про Єдиний ліцензійний реєстр" №364-96-п від 27.03.96. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

46. Постанова Правління Національного банку України "Про затвердження порядку надання ліцензій Національного банку України на право здійснення комерційними банками операцій з валютними цінностями" №243 від 27.09.95. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

47. Постанова Кабінету Міністрів України "Про Ліцензійну палату при Міністерстві економіки України" №618-95-п від 08.08.95. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

48. Постанова Кабінету Міністрів України "Про утворення Державної служби боротьби з економічною злочинністю" №510-93-п від 05.07.93. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

49. Постанова Кабінету Міністрів України "Питання Державної інспекції по контролю за цінами" №353-91-п від 09.12.91. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

50. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження переліку

органів ліцензування” №1698 від 14.11.2000.[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

51. Розпорядження Президента України "Про заходи щодо врегулювання відносин заборгованості підприємств" №207/97-рп від 14.05.97. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

52. ДСТУ 3420-96 "Система сертифікації УкрСЕПРО. Вимоги до органів з сертифікації систем якості та порядок їх акредитації".

53. ДСТУ 3418-96 "Система сертифікації УкрСЕПРО. Вимоги до аудиторів та порядок їх атестації".

54. ДСТУ 3412-96 "Система сертифікації УкрСЕПРО. Вимоги до випробувальних лабораторій та порядок їх акредитації".

55. ДСТУ 3411-96 "Система сертифікації УкрСЕПРО. Вимоги до органів з сертифікації продукції та порядок їх акредитації".

56. ДСТУ 3410-96 "Система сертифікації УкрСЕПРО. Основні положення".

57. ДСТУ-2462-94 "Сертифікація. Основні поняття, терміни і визначення".

58. Наказ Ліцензійної палати "Про затвердження Інструкція про порядок видачі ліцензій на здійснення торгової діяльності в сфері оптової, роздрібною торгівлі і суспільного харчування по реалізації продовольчих і непродовольчих товарів" №597 від 08.10.96.[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

59. Наказ Держстандарту України "Про верифікацію митними органами сертифікатів про походження товарів з України" за №402 від 16.09.96. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

60. Наказ МЗЄЗторгу України про Положення про штрихове кодування товарів № 530 від 27.08.96. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

61. Наказ Держстандарту України "Про Порядок проведення робіт із сертифікації продукції іноземних виробництв по схемах з обстеженням, атестацією і сертифікацією систем якості" за №458 від 02.08.96.[www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

62. Наказ МЗЕЗторга "Про Перелік служб, що видають сертифікати, що засвідчують відповідність технічних, фармакологічних, санітарних, фітосанітарних, ветеринарних і екологічних характеристик імпортованого товару нормам, установленим законодавством України" №51 від 03.04.95. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

63. Наказ МЗЄЗторгу "Про затвердження Правил продажу продовольчих товарів" №9 від 28.12.94. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

64. Наказ МВС України "Про затвердження Інструкції про порядок видачі суб'єктам підприємницької діяльності ліцензій на виробництво, ремонт, реалізацію спортивної, мисливської вогнепальної зброї і боєприпасів до нього, а також холодної зброї, виготовлення і реалізацію спеціальних засобів, заряджених речовинами сльозоточивого і дратівного дії, індивідуальної захисту, активної оборони і засобів для виконання спеціальних операцій і оперативно-розшукових заходів, створення і зміст стрілецьких тирів, стрільбищ, мисливських стендів і штемпельно-граверних майстерень, виготовлення печаток і штампів" №161 від 18.10.93. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

65. Наказ Держстандарту України "Про проведення обов'язкової сертифікації продукції в Україні" за №112 від 30.06.93. [www.portal.rada.gov.ua](http://www.portal.rada.gov.ua).

66. Агафонова Л. Підготовка бізнес-плану. Практикум 3-тє вид. – К.: Знання, 2001. – 160 с.

67. Альбеков А. У., Согомоян С. А. Экономика коммерческого предприятия. Серия «Учебник, учебные пособия». – Ростов н/Д: Феникс, 2002. – 448 с.

68. Антонюк Н. А. Словник – довідник підприємця. Ринок: економіка. маркетинг. Фінанси. Закони. – Херсон, 1993. – С.41

69. Обеспечение материальными ресурсами и коммерческая деятельность предприятия /Под ред. Весилюнина Ф. П. – Минск: Высшая



школа, 1991. – 270 с.

70. Осипова Л. В., Синяева И. М. Основы коммерческой деятельности. Учебник. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 228 с.

71. Осипова Л. В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2000. – 624 с.

72. Панкратов Ф.Г., Серьогіна Т.К. Комерційна справа: Навч. посібник. 2-е вид. – Рівне: Вертекс, 2002. – 352 с.

73. Пилипенко А.Я., Щербина В.С. Основы господарського права України. – К., 1998. – с.52-53.

74. Ринкова економіка: Словник, під загальною редакцією Г. Я. Кинермана – 2-е видання, доповнене – К., Вид-во "Республіка" 1995. – С.183, 304.

75. Саниахметова Н.А. Юридический справочник предпринимателя – Харьков: Одиссей. – 1999. – С.12-14.

76. Сертифікація в Україні. Нормативні акти та інші документи. Т.1. – К.. – 1998. – С.3.

77. Сучасний економічний словник під редакцією Райзберга Б. А., – 2-е видання, виправлене – М.: ИНФРА – М., 1998. – С.35, 157, 260, 348, 377.

78. Тарасюк Г. М. Планування комерційної діяльності: Навч. посібник – К.: Каравела, 2005. – 400 с.

79. Харитонов Е.О. Гражданское право: Уч.-практ. справочник. Харьков: Одиссей. – 1999. – с.374-376.

80. Шакун В.І. Правові основи підприємницької діяльності: Підручник, К. - "Правові джерела". – 1997. – с. 16, 18.

81. Грицаенко Л. Предпринимательство в Украине: проблемы государственного регулирования // Предпринимательство, хозяйство и право. – 1999. – № 7. – С.53.

82. Загнітко О. П. Правові засоби захисту економіки України від конкуренції імпорту // Правовий часопис Донецького держуніверситету. – 1998. - №3. – С.14.
83. Карлін М. І. Правові основи підприємництва. Начальний посібник. Наукова думка. – К., 2000. – 192 с.
84. Кисельова Т. Стандарти в нестандартному житті // Голос України. – 1996. – 27 червня. – С.7.
85. Койфман Ю., Московська Н. І оптом і вроздріб // Бізнес. – 1996. – 16 липня. – С.8.
86. Комерсант України. – 1994. - №3. – С.13.
87. Кріт Ю. Сертифікацію пройти – не поле перейти // Бізнес. – 1996. – 30 квітня. – с.15.
88. Лешков Ю. Якість є. Немає Сертифіката цієї якості // Ділові новини. – 1996. - №8. – с.7
89. Селиванов В. Концептуальні засади розроблення державної політики розвитку підприємництва в Україні // Право України. – 1997. - №12. – С.23.
90. У боротьбі за підтвердження якості // Бізнес. – 1996. – 23 липня. – С.12.

## Навчальне видання

Основи комерційної діяльності (для студентів вищих закладів освіти за спеціальностями 6.050200 - "Менеджмент", 6.050100 - "Економіка і підприємство". Навчальний посібник.

Автори: Леонід Миколайович Шутенко,  
Григорій Васильович Стадник,  
Сергій Анатолійович Степаненко,  
Володимир Іванович Торкатюк,  
Галина Юріївна Штерн,  
Валентина Михайлівна Прасол.

Редактор: М.З. Аляб'єв

План 2007, поз.12 Н

---

Підп. до друку 9.12.07	Формат 60x84 1/16	Папір офісний
Друк на ризографі	Умовн. - друк.. арк. 15,8	Обл.- вид. арк. 16,3
Замовл. №.	Тираж 500 прим.	

---

61002, Харків, ХНАМГ, вул. Революції,12

---

Сектор оперативної поліграфії ІОЦ ХНАМГ

61002, Харків, ХНАМГ, вул. Революції,12