

Міністерство освіти і науки України
Тернопільська академія народного господарства
Вінницький інститут економіки

В.О.Козловський, Б.В.Погріщук

**О С Н О В И
П І Д П Р И Є М Н И Ц Т В А
П Р А К Т И К У М**

Навчальний посібник

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України
як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів

Тернопіль
2005

ББК 65.290

К 59

УДК 338(075.8)

Р е ц е н з е н т и:

О.В.Мороз, доктор економічних наук, професор
Є.В.Савельєв, доктор економічних наук, професор
І.Д.Фаріон, доктор економічних наук, професор

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів (Лист Міністерства освіти і науки України № 14/18.2-301 від 9.02.2005 р.).

Козловський В. О., Погріщук Б.В.

К 59 Основи підприємництва. Практикум: Навчальний посібник.

Видання 5-е, доповн. та переробл. – Тернопіль: ТзОВ „Терно-Граф”, 2005. – 297 с.

В навчальному посібнику викладено основи теорії і практики підприємництва як провідної форми господарювання в умовах ринкової економіки. Розроблені практичні завдання з актуальних питань підприємницької діяльності, наведені приклади їх розв'язування.

Практикум може бути використаний студентами спеціальностей “Менеджмент організацій” та “Економіка підприємства”, а також студентами технічних спеціальностей при вивченні окремих тем курсів “Економіка підприємства”, “Менеджмент” тощо.

ISBN 966-567-014-X

УДК 338 (075.8)

© В.О.Козловський, Б.В.Погріщук, 2005

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Підготовчий етап в підприємстві.....	6
2 Розробка установчих документів для створення суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи.....	17
3 Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб.....	33
4 Зміни в підприємницькій діяльності та їх оформлення.....	44
5 Державна реєстрація фізичної особи-підприємця.....	54
6 Створення акціонерного товариства.....	60
7 Розрахунок вартості об'єкта права інтелектуальної власності.....	73
8 Порядок передачі господарському товариству об'єкта права інтелектуальної власності, що виступає внеском до статутного фонду.....	69
9 Економічне обґрунтування доцільності створення орендного підприємства.....	89
10 Розробка комерційної ідеї.....	94
11 Розробка, оформлення та реєстрація знака для товарів і послуг.....	102
12 Розробка бренда.....	114
13 Вибір оптимального місця розташування підприємства.....	121
14 Розрахунок потреби в капіталі, необхідного для початку підприємницької діяльності.....	130
15 Розрахунок теперішньої та майбутньої вартості грошей.....	139
16 Розрахунок аннуїтету.....	155
17 Розрахунок економічної вигоди від здійснення лізингових операцій.....	165
18 Розрахунок економічної вигоди від здійснення факторингових операцій.....	172
19 Оцінювання інвестиційної привабливості регіонів та галузей.....	178
20 Оцінювання економічної ефективності інвестиційних проектів.....	188
21 Розрахунок ступеня монополізації ринку та вибір виду конкурентної поведінки підприємця.....	194
22 Розрахунок величини підприємницького ризику.....	201
23 Розробка договорів купівлі-продажу товарів та оренди майна.....	213
24 Розробка договорів на виконання робіт та послуг.....	234
25 Розробка договорів на здійснення посередницьких операцій.....	246
26 Забезпечення виконання сторонами угод договірних зобов'язань.....	258
27 Розрахунок величини матеріальної відповідальності суб'єктів підприємництва.....	267
28 Розрахунок величини основних податків, які сплачує суб'єкт підприємницької діяльності – юридична особа.....	274
29 Участь підприємців у роботі виставок та ярмарок.....	289
Література.....	295

*Три шляхи ведуть до знань:
шлях роздумів – найблагородніший,
шлях наслідування – найлегший,
шлях досвіду – найгіркіший.*

Конфуцій (551-479 рр. до н.е.),
китайський мислитель

ВСТУП

В умовах становлення й розвитку ринкової економіки провідною формою господарювання має бути підприємництво – особливий вид діяльності, що характеризується самостійністю, ініціативою, компетентністю, відповідальністю, ризикованістю, орієнтацією на досягнення максимального результату. Саме підприємництво здатне прискорити реформування української економіки, забезпечити збільшення обсягів виробництва, прискорення науково-технічного прогресу, зростання добробуту суспільства та кожного його члена.

Сьогодні у деяких молодих людей в Україні може скластись враження, що стати підприємцем можна без спеціальних знань, спеціальної підготовки. Ці уявлення є хибними, породженими нерозвиненістю ринкових відносин у нашій країні. Економічні знання потрібні всім – і тим, хто вже має свій бізнес, і тим, хто наймається на роботу, і тим, хто планує розпочати власну справу.

Вивчення теоретичних і практичних основ підприємництва є тим підґрунтям, на якому базується якісна підготовка фахівців за напрямом 0501 “Економіка і підприємництво”.

Метою даного посібника є закріплення у студентів, які навчаються за економічними та управлінськими спеціальностями, основних теоретичних положень з організації підприємницької діяльності в Україні, отримання практичних навичок вирішення актуальних питань, з якими може зіткнутись підприємець, економіст або менеджер у процесі здійснення підприємницької діяльності.

Актуальність даного посібника підвищується у зв’язку з тим, що він, насамперед, орієнтований на ту категорію читачів, які навчаються в даний час у вищих навчальних закладах та розмірковують про відкриття власної справи.

Навчальний посібник написаний у формі практикуму і складається із 29 практичних завдань, які студент має виконати в процесі вивчення дисципліни “Основи підприємництва” або за власною ініціативою при виникненні бажання започаткувати власну справу. Задача даного навчального

посібника – ознайомити всіх, хто цікавиться питаннями заснування власної справи або навчається за економічними та управлінськими спеціальностями, з основами організації підприємницької діяльності, із сутністю та обґрунтуванням тих кроків, які повинен зробити майбутній підприємець при започаткуванні власного бізнесу.

В результаті виконання практичних завдань *студент повинен*: вміти складати установчі документи для реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності; здійснювати розробку та реєстрацію знаків для товарів і послуг; розробляти комерційну ідею та оцінювати її ефективність; розраховувати величину статутного фонду господарського товариства; складати емісійний проспект у випадку створення акціонерного товариства; розраховувати вартість інтелектуальної власності, що виступає внеском до статутного фонду господарського товариства; вибирати оптимальне місце розташування майбутнього підприємства; визначати величину капіталу, необхідного для початку підприємницької діяльності; розраховувати теперішню та майбутню вартість грошей; складати підприємницькі договори; розраховувати величину ризику в підприємницькій діяльності; розраховувати можливі збитки при невиконанні партнерами по бізнесу договірних зобов'язань; вибирати найефективніший вид конкурентної поведінки підприємця на ринку; розраховувати величину основних податків, які повинен сплачувати суб'єкт підприємницької діяльності; розраховувати економічну вигоду від здійснення лізингових та факторингових операцій; оцінювати інвестиційну привабливість галузей економіки та регіонів, економічну ефективність реальних інвестицій тощо.

Практичні завдання, що містяться в даному навчальному посібнику, складаються: з теоретичної частини, в якій розкриваються основні теоретичні положення теми та наводяться приклади розв'язування практичних задач; багатоваріантних практичних завдань, які студент повинен виконувати самостійно; задач для самостійного розв'язування та відповідей на них; контрольних питань для проведення самоконтролю знань студентів. Час виконання кожного практичного завдання складає 30...60 хвилин.

Даний навчальний посібник є п'ятим виданням однойменного посібника. Він постійно удосконалюється та доповнюється новими відомостями про сутність підприємницької діяльності, її організацію, зміни в нормативній базі тощо.

Навчальний посібник може бути використаний студентами стаціонарної форми навчання, які навчаються за спеціальністю “Економіка підприємства” та іншими економічними спеціальностями при проведенні практичних занять з дисципліни “Основи підприємництва”, для самостійного вивчення студентами окремих тем даної навчальної дисципліни, а також для виконання студентами заочної форми навчання контрольних робіт з курсу “Основи підприємництва”.

1

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Тема: “Підготовчий етап в підприємстві”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання і розвинути практичні навички здійснення підготовчих робіт зі створення суб’єкта підприємницької діяльності та проведення самотестування на предмет визначення можливості займатися підприємницькою діяльністю.

1.1 Теоретична частина

Дослідження стверджують, що бажання займатися підприємництвом є практично у всіх людей. І це зрозуміло. Людина завжди хоче мати певний зиск від своєї діяльності, хоче якомога повніше задовольняти свої особисті потреби, завжди бажає не відстати від інших.

Створення власної справи – це завжди величезний ризик і подолання опору, що неминуче виникає при народженні нового. Створюючи власну справу, потрібно знати, що це не тільки можливість користуватися благами, які пророкує це починання, а й нести відповідальність за її функціонування, розвиток, виживання. Підприємцем практично може стати будь-яка людина – інженер, економіст, технік, продавець, винахідник, службовець, робітник, викладач, студент тощо. Але залишитися підприємцем зуміють лише ті, хто нестандартно мислить, має силу волі, цілеспрямованість, велику працездатність, націленість на пошук нового, тобто ті, хто у підприємницькій діяльності вбачають сенс усього свого життя.

Відкрити власну справу, організувати своє підприємство нелегко. Кожне таке рішення приймається, виходячи із конкретної економічної ситуації, і тому воно унікальне. Але все ж в усіх подібних рішеннях є дещо спільне – вони передбачають відмову від способу життя, що склався, на користь створення власної справи.

В найбільш загальному вигляді *основними кроками* до початку підприємництва є:

- прийняття особою внутрішнього рішення про зміну попереднього способу життя і започаткування власної справи;
- вивчення “господарської ніші”, тобто отримання відповіді на питання про доцільність, місце та час початку підприємницького бізнесу;
- розробка комерційної ідеї та вибір виду майбутньої діяльності;
- вибір способу ведення підприємництва: індивідуального, колективного або корпоративного;
- визначення масштабів майбутнього підприємницького бізнесу;
- вибір організаційно-правової форми господарювання майбутнього суб’єкта підприємництва;

- вибір місця розташування підприємства майбутнього суб'єкта підприємницької діяльності;
- визначення величини коштів, потрібних для початку підприємництва;
- визначення джерел фінансування підприємництва;
- навчання основам підприємництва, вивчення загально відомих правил бізнесу тощо.

Однією із важливих передумов для вдалого початку підприємницької діяльності є *зміна світогляду особи*, яка прийняла рішення займатися підприємницьким бізнесом. Для прикладу наведемо міркування з цього приводу Шерон Л.Лектер – авторки відомої книги “Багатий батько, бідний батько”, яка порівняла традиційні та нові підходи в свідомості людини, яка прийняла для себе рішення залишити традиційну роботу та почати займатися бізнесом [20]:

Традиційний підхід	Новий підхід
Потрібно отримати освіту та стати розумною людиною.	Потрібно вміти наймати розумних людей. Наймайте людей, розумніших за себе.
Любов до грошей – корінь всіх бід.	Корінь всіх бід – відсутність грошей.
Я не можу собі це дозволити.	Як я можу собі це дозволити?
Багаті повинні платити більше податків, щоб піклуватись за тих, кому повезло менше.	Податки – це покарання для тих, хто працює, і нагорода для тих, хто нічого не робить.
Вчися старанно, і ти зможеш працювати в хорошій компанії.	Вчися старанно, і ти зможеш купити хорошу компанію.
Я небагатий, тому що у мене є діти.	Я повинен бути багатим, тому що у мене є діти.
З грошми дій обережно, не ризикуй.	Вчися управляти ризиком.
Наш будинок – найбільше наше капіталовкладення.	Якщо будинок – це капіталовкладення, то у людини будуть серйозні грошові проблеми.
Я, не жалкуючи сил, працюю на державу і тому маю право на пільги.	Пільги роблять людей слабкими та бідними. Потрібна повна фінансова незалежність.
Потрібно вміти писати значуще резюме, щоб отримати гарну роботу.	Потрібно вміти скласти розумні бізнес-плани, щоб забезпечити роботою інших.
Справа не в грошах.	Гроші – це влада.
Я працюю заради грошей.	Гроші працюють на мене.

Безумовно, *потрібна також віра в успіх справи, яку людина збирається започаткувати*. Тут доречно навести дослідження відомої спеціалістки в бізнесі Дж. Грехем Скот, яка в своїй книзі “Сила розуму або шлях успіху в бізнесі” описує ситуації, коли людина спочатку уявляє свій успіх в бізнесі, а потім його реалізує. Вона наводить приклад одного студента, який ще до початку свого бізнесу “...бачив свій кінцевий успіх так яскраво, що міг відчувати його смак: він працює в великому офісі, у нього декілька службовців, чудове ранчо, яскравий “Мерседес-Бенц...””. Він уявляв собі, що йому потрібно зробити, щоб досягнути своєї мети, і почав це робити”. [6, с. 59].

Складовою частиною підготовчого етапу є *оцінювання власних підприємницьких здібностей та ймовірних можливостей стати підприємцем, а також визначення мети, яку ставить перед собою особа, та стратегії її досягнення*. Якщо людина не уявляє собі мету майбутнього бізнесу, вона ніколи її не досягне і не буде мати успіхів в підприємницькій діяльності.

Для оцінювання власних підприємницьких здібностей та ймовірних можливостей стати підприємцем існує багато тестів. Зрозуміло, що тестування не може дати остаточний результат та 100-процентну відповідь на питання: «Чи можеш ти стати підприємцем?» Але результати тестування повинні заставити людину замислитись в доцільності відкриття своєї власної справи в даний час.

Наведемо декілька таких тестів.

Тест 1: “Оцінювання власних підприємницьких здібностей”.

Використання тесту полягає в тому, щоб дати короткі відповіді “так” або “ні” на питання, наведені в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Питання тесту “1” та можливі відповіді на них

Питання	Зміст питання	Відповіді на питання	
		Так	Ні
1	Чи вмієте ви доводити розпочату справу до кінця, незважаючи на усі перешкоди?		
2	Чи вмієте ви наполягати на прийнятому рішенні і вас нелегко переконати?		
3	Чи любите ви брати на себе відповідальність, керувати?		
4	Чи користуєтесь ви повагою та довірою колег?		
5	Ви здорові?		
6	Чи готові ви працювати від зорі до зорі, не отримуючи негайної віддачі?		
7	Чи любите ви спілкуватися та працювати з людьми?		
8	Чи вмієте ви переконувати і заражати інших своєю впевненістю у правильності вибраного шляху?		
9	Чи зрозумілі вам ідеї і думки інших?		
10	Чи є у вас досвід роботи у сфері, в якій ви хочете розпочати свою справу?		

Продовження таблиці 1.1

Питання	Зміст питання	Відповіді на питання	
		Так	Ні
11	Чи ознайомлені ви з правилами оподаткування та веденням бухгалтерського обліку?		
12	Чи буде у вашому місті або регіоні попит на товар або послугу, які ви збираєтесь запропонувати?		
13	Чи є у вас базова підготовка в сфері маркетингу і фінансів?		
14	Чи добре йдуть справи у вашому місті в інших підприємств вашого профілю?		
15	Чи є у вас приміщення, яке можна орендувати?		
16	Чи маєте ви достатні кошти, щоб підтримати своє підприємство протягом першого року його існування?		
17	Чи маєте ви достатній початковий капітал? Чи є у вас можливість залучати до фінансування власної справи рідних і знайомих?		
18	Чи є у вас постачальники необхідних вам матеріалів?		
19	Чи є у вас фахівці, що мають досвід і знання, яких не вистачає вам?		
20	Чи впевнені ви в тому, що мати власну справу – це основна ваша мрія?		

Тест 2: “Оцінювання ймовірних можливостей стати підприємцем”.

Використання тесту полягає у виборі з трьох запропонованих варіантів відповідей одного, який найбільше відповідає вашим уявленням.

1. Яким способом найлегше робити гроші?

- а) багато працювати, бути добре інформованим, ризикувати і, звичайно, вкладати гроші, що є, у власну справу;
- б) сподіватися на “дядечкову” спадщину, спробувати щастя в лотереї;
- в) постійно робити власну кар’єру, пройти всі її рівні аж до керівника фірми; або зайнятися політикою.

2. Який персонаж Уолта Діснея викликає у вас найщирішу посмішку?

- а) Дональд Дак;
- б) Густав Ганс;
- в) Догбер Дак.

3. Яка величина прибутку може, на вашу думку, спонукати дуже багату людину укласти підприємницьку угоду?

- а) від півмільйона до мільйона доларів;
- б) до десяти мільйонів доларів;
- в) десятки мільйонів доларів і вище.

4. Чи відома вам так звана гра “за листом”? Кладете до конверта невелику суму, шукаєте жертву, яка також платить, і, нарешті, ваше капіталовкладення повертається до вас багаторазово збільшеним. Яку роль ви готові при цьому відігравати?

- а) не брати участь;
- б) брати участь і заробляти при цьому;
- в) бути ініціатором гри.

5. З яким із висловлювань, які найчастіше можна почути в спілкуванні між людьми, ви згодні?

- а) чим більше грошей, тим більше задоволення;
- б) гроші означають владу;
- в) гроші викликають заздрість.

6. Чи хочете ви, щоб вас згадували різні газети у розділі “Світське життя”?

- а) я був би цьому радий;
- б) ні;
- в) про мене і так часто пишуть.

7. Яким, на вашу думку, способом можна отримати вигоду від присутності на бігах?

- а) ризикувати високими ставками;
- б) економити гроші, обмежуючись лише присутністю на бігах;
- в) купити коня-переможця.

8. Хто, на вашу думку, має найбільший шанс швидко розбагатіти?

- а) режисер, актор, письменник, художник, спортсмен;
- б) адвокат, маклер, лікар, політик;
- в) глава фірми, видавець.

9. Керуючись власним досвідом та досвідом своїх друзів, визначіть, як ви ставитесь до бізнесу між приятелями?

- а) я готовий позичати приятелям гроші – коли-небудь і вони дадуть мені в борг;
- б) гроші і дружба несумісні;
- в) я готовий брати в борг у друзів, але не давати.

10. Уявіть собі, що у вас є дуже багато грошей. Якщо б вам вдалося стати мільйонером, відчули б ви від цього життєву насолоду?

- а) звичайно, так;
- б) я б продемонстрував свою насолоду усім тим, хто мені не довіряв або дивився на мене звисока;
- в) ні.

11. Подумайте, куди б ви вклали свої мільйони, якби вони виявилися у вас?

- а) у нерухомість, майно, зібрання предметів мистецтва;
- б) в акції та інші цінні папери;
- в) зроблю так, як вирішить моя дружина (чоловік).

12. Якщо у вас вже є декілька мільйонів, чи будете ви прагнути заробити додатково:

- а) малу суму – ні;
- б) малу суму – звичайно;
- в) ні, мені досить того, що в мене є.

Тест 3: “Чи можете ви займатися підприємницькою діяльністю самотійно?”

Використання тесту полягає в тому, щоб дати відповіді на питання, наведені в таблиці 1.2. Варіантами відповідей можуть бути “так”, “ні” або “важко відповісти”.

Таблиця 1.2 – Питання тесту “3” та можливі відповіді на них

Питання	Зміст питання	Можливі відповіді		
		Так	Важко відповісти	Ні
1	Чи є у вас достатні професійні знання для роботи в вибраній галузі?			
2	Чи відважитесь ви розподілити роботу серед підлеглих, залишивши собі тільки найважливішу?			
3	Чи можете ви сформувати портфель замовлень, спрогнозувати фінансовий стан фірми?			
4	Чи довіряєте ви собі так сильно, що не будете звертатися за допомогою до фахівців фірми з окремих питань?			
5	Чи будете ви контролювати виконання доручень?			
6	Чи довіряєте ви підлеглим вибирати метод виконання роботи?			
7	Чи вважаєте ви витрати коштів на підвищення кваліфікації працівників вигідним вкладанням капіталу?			
8	Чи маєте ви достатньо чітку уяву про свою діяльність на найближчі рік або два?			
9	Якщо вам доведеться ділити дохід з партнерами по бізнесу, чи впевнені ви, що збережете з ними дружні відносини?			
10	Чи будете ви давати тверді обіцянки, якщо у вас немає впевненості в їх виконанні?			
11	Чи згодні ваші родичі (мати, батько, чоловік, дружина) з вашими намірами зайнятися підприємницькою діяльністю?			

Продовження таблиці 1.2

Питання	Зміст питання	Можливі відповіді		
		Так	Важко відповісти	Ні
12	Чи здатні ви, якщо будете сильно зайняті, знайти час на обмірковування перспективних питань?			
13	Чи є у вас достатні кошти для відкриття своєї справи?			
14	Чи робите ви записи про те, що хочете зробити?			
15	Чи плануєте свій робочий день?			
16	Чи будете ви відмічати досягнення своїх підлеглих?			
17	Чи здатні ви приховувати своє роздратування від людей, які вас оточують?			
18	Чи цікавитесь ви справами аналогічних виробництв?			
19	Чи не будете ви боятися отримати прибуток більший, ніж у конкурентів?			
20	Чи вивчили ви існуючу систему оподаткування в країні?			
21	Чи врахуєте ви те, що ваші партнери по підприємницькій діяльності не завжди можуть бути відвертими з вами?			

Тест 4: “Чи здатні ви дотримуватись службової етики?”

Використання тесту полягає в тому, щоб дати найточнішу відповідь на твердження, які наведені в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Твердження тесту “4” та можливі відповіді на них

Питання	Зміст твердження	Варіанти відповідей		
		Абсолютно згоден	Згоден в цілому	Не згоден
1	Скоріше всього працівники фірми не повідомляють керівництву про свої помилки та упущення			
2	Буває, що керівник повинен в інтересах фірми порушити умови контрактів, зокрема, не виконувати правила техніки безпеки			
3	Не завжди треба дотримуватись точності в звітності про витрати, достатньо приблизних цифр			
4	Іноді можна приховати неприємну інформацію від начальства			
5	Необхідно діяти так, як наказує керівник, хоча у вас є сумніви в правильності його дій			
6	У випадку необхідності в робочий час можна зайнятися і власними справами			
7	Іноді треба затримати працівника після роботи для того, щоб він закінчив виконання завдання			

Продовження таблиці 1.3

Питання	Зміст твердження	Варіанти відповідей		
		Абсолютно згоден	Згоден в цілому	Не згоден
8	Можна скористатись службовим телефоном для вирішення власних питань, якщо лінія зв'язку вільна			
9	Підприємець орієнтується на кінцеву ціль – одержання прибутку, тому для її досягнення можна скористатись будь-якими способами			
10	Якщо для укладення контракту потрібен хороший банкет, то це треба зробити			
11	Без порушень існуючих інструкцій жити неможливо			
12	Якщо касир дає задачу неповністю – це допустимо			
13	Іноді можна скористатись копіювальною машиною фірми у власних цілях			
14	Можна забрати додому з роботи деякі канцелярські товари, що належать фірмі, де я працюю			
15	Треба поважати не людину, а її посаду			
16	Свого колегу по роботі слід розглядати як конкурента на вищу посаду, йому не можна довіряти повністю			
17	Іноді, коли немає начальника, можна йти додому раніше, оскільки я вже виконав завдання			
18	Можна іноді запізнюватись на роботу, адже транспорт погано працює			
19	Коли вас призначають директором (заступником) фірми, ви змінюєте своїх колишніх колег-приятелів на нових з урахуванням вже інших інтересів			

Складовою частиною підготовчого етапу є *визначення мети*, яку ставить перед собою особа у випадку започаткування власної справи, та розробка стратегії реалізації поставленої мети. Для цього спочатку потрібно скласти власні уявлення про майбутнє, яке вас чекає у випадку започаткування власної справи, сформулювати мету майбутнього бізнесу та намітити стратегію реалізації цієї мети.

1.2 Завдання для самостійного виконання

Ви бажаєте розпочати свій бізнес та відкрити власну справу.

1. Визначіть вид діяльності, яким ви хотіли б займатися, охарактеризуйте його особливості. Поясніть, чому ви хотіли б займатися саме цим видом підприємницької діяльності.

Опишіть власні уявлення про майбутнє, яке вас чекає у випадку започаткування власної справи, сформулюйте мету майбутнього бізнесу та стратегію реалізації цієї мети. Рекомендації щодо цього наведені в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Рекомендації щодо визначення мети майбутнього бізнесу та стратегії реалізації цієї мети

<i>Ваші уявлення про майбутнє:</i>
1. Опишіть, яким би ви хотіли бачити своє життя через 5 років.
2. Опишіть, яким би ви хотіли бачити своє життя через один рік.
<i>Опишіть, чого ви хочете досягти через 5 років:</i>
- в духовній сфері;
- в бізнесі;
- в сімейному житті;
- в стані здоров'я;
- в фінансовому стані;
- в сфері дозвілля;
- в інших сферах.
<i>Опишіть, чого ви хочете досягти через один рік:</i>
- в духовній сфері;
- в бізнесі;
- в сімейному житті;
- в стані здоров'я;
- в фінансовому стані;
- в сфері дозвілля;
- в інших сферах.
<i>Сформулюйте мету майбутнього бізнесу:</i> Мета повинна бути конкретною, вимірною і охоплювати реальні проміжки часу (рік, 5 років)
<i>Стратегія реалізації мети:</i>
1. Опишіть, що заважає вам досягти поставленої мети.
2. Визначіть, чия допомога вам необхідна, щоб повністю використати свій потенціал та досягти того, що ви хотіли б мати через один рік.
3. Визначіть, чия допомога вам необхідна, щоб повністю використати свій потенціал та досягти того, що ви хотіли б мати через п'ять років.
4. Напишіть, які кроки ви збираєтесь зробити для реалізації мети, щоб досягти того, що ви хотіли б мати через один рік.
5. Напишіть, які кроки ви збираєтесь зробити для реалізації мети, щоб досягти того, що ви хотіли б мати через п'ять років.

2. Проведіть самотестування на предмет оцінювання власних підприємницьких здібностей. Для цього ознайомтесь та дайте відповіді на питання тесту "1". Результати оцініть таким чином: кожна позитивна відповідь дає одне очко.

Результати тестування:

- якщо сума балів становить 17 очок або більше, ви маєте всі необхідні якості, щоб стати підприємцем;
- якщо сума балів становить від 13 до 17 очок, ваші шанси на успіх як підприємця не є очевидними;
- якщо сума балів становить менше 13 очок, ваші шанси досягти успіхів у підприємстві, мабуть, незначні.

3. Проведіть самотестування на предмет оцінювання ймовірних можливостей стати підприємцем. Для цього ознайомтесь та дайте відповіді на питання тесту “2”. Результати оцініть в балах згідно з рекомендаціями таблиці 1.5.

Таблиця 1.5 – Бальна оцінка відповідей на питання тесту “2”

Номери відповідей	Номери питань											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
а)	6	3	0	6	3	0	0	0	3	0	3	3
б)	0	0	3	3	0	6	3	6	6	3	6	6
в)	3	6	6	0	6	3	6	3	0	6	0	0

Результати тестування:

- якщо ви набрали до 23 балів, то для вас кращий спосіб зробити бізнес – вдало одружитися (вийти заміж), отримати спадщину або грати в азартні ігри;

- якщо ви набрали від 24 до 48 балів, то до вдалого бізнесу вас може привести лише напружена праця. Уникайте фінансових спекуляцій. Найкраще – робіть кар’єру і з часом займіть крісло шефа. Якщо навіть це не принесе бажаних мільйонів, ви все рівно будете матеріально забезпечені;

- якщо ви набрали від 49 до 72 балів, то у вас є великі шанси стати бізнесменом, згодом мільйонером. Ви не маєте наміру нахвалитися своїм багатством, схильні терпляче примножувати його.

4. Проведіть самотестування на предмет визначення того, чи можете ви займатися підприємницькою діяльністю самостійно. Для цього ознайомтесь та дайте відповіді на питання тесту “3”. Результати оцініть в балах згідно з рекомендаціями таблиці 1.6.

Таблиця 1.6 – Бальна оцінка відповідей на питання тесту “3”

Зміст відповідей	Номери питань											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Так	8	4	8	0	4	4	4	8	2	0	8	8
Важко відповісти	4	2	4	6	2	2	2	4	4	2	4	4
Ні	0	0	0	8	0	0	0	0	0	4	0	0

Продовження таблиці 1.6

Зміст відповідей	Номери питань									
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
Так	8	4	4	4	4	8	8	8	4	
Важко відповісти	4	2	2	2	2	4	4	4	2	
Ні	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

Результати тестування:

- якщо ви набрали до 40 балів, то розпочинати власну справу вам можна тільки при допомозі кваліфікованих помічників;
- якщо ви набрали від 40 до 80 балів, то ще раз подумайте, чи доцільно розпочинати свою власну справу самостійно;
- якщо ви набрали більше 80 балів, то сміливо беріться за власну справу.

5. Проведіть самотестування на предмет визначення того, чи здатні ви дотримуватись службової етики. Для цього ознайомтесь та дайте відповіді на питання тесту "4". Результати оцініть так:

- за відповідь «абсолютно згоден» нараховується 0 балів;
- за відповідь «згоден в цілому» нараховується 1 бал;
- за відповідь «не згоден» нараховується 2 бали.

Результати тестування:

- якщо набрана сума становить 13 балів та менше, ваші шанси досягти успіхів у підприємницькій діяльності мінімальні. Ви не можете і не вмієте налагоджувати ділові стосунки з підлеглими та партнерами. Про ділову етику ви майже нічого не знаєте;

- якщо набрана сума становить від 14 до 29 балів, то у вас є певні шанси досягти успіхів у підприємницькій діяльності, але вам потрібно багато працювати над собою в плані покращення ділової етики;

- якщо набрана сума становить більше 30 балів, то ви маєте шанси досягти успіхів у підприємницькій діяльності і налагодити непогані ділові стосунки з підлеглими та партнерами.

6. Зробіть висновки з проведеного самотестування вашої здатності займатися підприємницькою діяльністю.

Якщо висновки з проведеного самотестування невтішні, пам'ятайте, що це ще зовсім не означає, що ви не можете займатися підприємницькою діяльністю. Просто тим, хто почуває себе не зовсім впевнено, можна рекомендувати не поспішати розпочинати підприємницьку діяльність. Набирайтеся досвіду, ще і ще раз перевірте свої інтереси, можливості і бажання, перш ніж рушити у світ бізнесу та підприємництва. Активно займайтеся самоосвітою!

2

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Тема: “Розробка установчих документів для створення суб’єкта підприємницької діяльності – юридичної особи”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички розробки установчих документів, необхідних для створення суб’єкта підприємницької діяльності – юридичної особи.

2.1 Теоретична частина

Основними установчими документами для створення суб’єкта підприємницької діяльності-юридичної особи є засновницький договір та статут.

Засновницький договір – це угода між засновниками суб’єкта підприємницької діяльності, в якій регламентуються питання створення юридичної особи, формування статутного фонду, даються відомості про засновників, обумовлюються майнові, фінансові, організаційні умови взаємодії між засновниками, порядок розподілу прибутку та покриття збитків тощо. Засновницький договір є одним із різновидів згоди про спільну діяльність. Він може мати такі розділи:

- преамбула;
- предмет, загальні положення договору;
- юридичний статус підприємства, що створюється;
- види діяльності підприємства;
- статутний фонд і вклади засновників (учасників);
- права та обов'язки засновників (учасників);
- управління підприємством;
- розподіл прибутку та відшкодування збитків;
- відповідальність засновників (учасників) за порушення засновницького договору;
- умови розірвання договору;
- умови та строки набуття договором чинності тощо.

При складанні засновницького договору особливу увагу слід звернути на визначенні конкретних розмірів, строків і порядку участі засновників у формуванні статутного фонду; умов участі засновників (учасників) у розподілі прибутків та покритті збитків; прав і обов'язків засновників (учасників) тощо.

Основним документом, який регламентує діяльність юридичної особи, є *статут*. Завдання статуту – дати повне уявлення про правовий статус та види діяльності суб’єкта підприємницької діяльності як самостійного суб’єкта господарювання. У цьому розумінні статут – нормативний документ, що доповнює та конкретизує більшість положень засновницького договору.

Статут пишеться в довільній формі та повинен містити такі *обов'язкові* відомості: засновники суб'єкта підприємницької діяльності; повна назва та повне найменування юридичної особи; місцезнаходження суб'єкта підприємницької діяльності (повна адреса); мета та предмет діяльності; порядок утворення майна; органи управління, порядок їх створення та компетенція; повноваження трудового колективу та його виборних органів; умови реорганізації та ліквідації.

Чинне законодавство не містить спеціальних вимог щодо змісту та розмежування окремих положень статуту. Наприклад, статут може складатися з таких розділів:

- *загальні положення*, в яких зазначається найменування та повна назва суб'єкта підприємницької діяльності, форма власності, засновники, нормативні акти, за якими буде діяти суб'єкт бізнесу; юридична адреса офісу суб'єкта підприємницької діяльності тощо;

- *предмет, основні цілі та напрями діяльності*, де визначається мета створення суб'єкта підприємницької діяльності та дається докладний перелік основних видів його діяльності;

- *майно (статутний фонд)*, де даються відомості про порядок формування майна суб'єкта підприємницької діяльності, статутного та інших фондів, визначається питома вага в статутному фонді кожного із засновників тощо;

- *виробничо-господарська діяльність*, де даються відомості про права та обов'язки суб'єкта підприємницької діяльності в усіх сферах виробничо-господарської діяльності;

- *управління підприємством*, де визначаються керівні органи суб'єкта підприємницької діяльності, порядок їх формування, права та компетенція. Визначаються повноваження трудового колективу та його виборних органів;

- *організація та оплата праці*, де визначається механізм оплати праці керівників та найманих працівників, форми та системи оплати праці, порядок преміювання працівників тощо;

- *розподіл прибутку та відшкодування збитків*, де даються відомості про те, як буде розподілятися прибуток, отриманий суб'єктом підприємницької діяльності, а також майнова відповідальність за збитки, нанесені іншим суб'єктам підприємництва;

- *облік, звітність та контроль*, де даються відомості про організацію обліку, звітності та контролю за роботою суб'єкта підприємницької діяльності, роботу ревізійної комісії тощо;

- *зовнішньоекономічна діяльність*, де визначається порядок здійснення зовнішньоекономічної діяльності даним суб'єктом бізнесу;

- *припинення діяльності (реорганізація та ліквідація)*, де визначається, за яких умов та яким чином буде здійснюватись реорганізація (ліквідація) суб'єкта підприємницької діяльності.

До статуту можуть бути включені й інші положення, які не суперечать чинному законодавству.

Статут та засновницький договір підписують усі засновники, тиражують необхідною кількістю примірників, засвідчують державним нотаріусом (для фізичних осіб) або печатками (для юридичних осіб) та подають на державну реєстрацію.

Щоб правильно написати статут суб'єкта підприємницької діяльності-юридичної особи, потрібно знати особливості кожної із більш ніж 40-а існуючих організаційно-правових форм господарювання, які відносяться до суб'єктів підприємницької діяльності.

До основних організаційно-правових форм господарювання відносяться: приватні підприємства; підприємства об'єднання громадян; комунальні підприємства; державні (комерційні та казенні) підприємства; виробничі кооперативи; споживчі товариства; акціонерні товариства (відкриті та закриті); товариства з обмеженою відповідальністю; товариства з додатковою відповідальністю; повні товариства; командитні товариства та інші.

Приватні підприємства створюються за рішенням однієї фізичної особи (декількох фізичних осіб) або суб'єкта господарювання – юридичної особи з приватною формою власності. Приватні підприємства складають приблизно 70% всього бізнесу. Величина статутного фонду приватного підприємства законодавчо не обумовлена. Засновник приватного підприємства є власником майна, продукції і прибутку підприємства, має право самостійно ними розпоряджатися, має право керувати своїм підприємством тощо. В разі смерті засновника всі його права, майно і обов'язки переходять до спадкоємців.

Якщо засновник приватного підприємства один, то маємо *унітарне приватне підприємство*, якщо два та більше – *корпоративне приватне підприємство*.

Підприємства об'єднання громадян створюються за рішенням керівного органу будь-якої громадської організації. Джерелом формування статутного фонду є кошти громадської організації, які, в свою чергу, формуються із майна, членських внесків, пожертвувань громадян та інших осіб, які є членами даної громадської організації. Величина статутного фонду підприємства об'єднання громадян законодавчо не обумовлена.

Трудовий колектив такого підприємства отримує право господарського відання, тобто право користуватись та розпоряджатись в обумовлених межах майном, продукцією і прибутком підприємства.

Управління підприємством здійснює керівник, який призначається керівним органом громадської організації. Керівний орган громадської організації укладає з призначеним керівником договір (контракт), в якому обумовлюються його права та обов'язки, соціальний захист, гарантії, винагорода тощо.

Комунальні підприємства створюються за рішенням керівного органу відповідної територіальної громади. Мета створення комунальних під-

приємств – задоволення потреб населення даного регіону в певних товарах, послугах тощо. Це можуть бути підприємства переробної промисловості, служби побуту, трамвайно-тролейбусні управління тощо.

Джерелом формування статутного фонду комунального підприємства є бюджет та інші кошти відповідної територіальної громади. Трудовий колектив комунального підприємства отримує право господарського відання даним підприємством.

Управління підприємством здійснює керівник, який призначається керівним органом територіальної громади. Керівний орган територіальної громади укладає з призначеним керівником договір (контракт), в якому обумовлюються його права та обов'язки, соціальний захист, гарантії, винагорода тощо.

Державні підприємства бувають двох основних видів: державні комерційні та казенні підприємства.

Державні комерційні підприємства створюються за рішенням уповноважених органів державної влади з метою випуску продукції, яка має важливе значення для всієї країни. Джерелом формування статутного фонду є кошти відповідного державного органу, який створив таке підприємство. Мінімальна величина статутного фонду державних комерційних підприємств визначається законом.

Трудовий колектив державного комерційного підприємства отримує право господарського відання даним підприємством. При цьому майно, продукція і прибуток підприємства є власністю держави. Управління підприємством здійснює керівник, який призначається органом, що створив це підприємство.

Державне комерційне підприємство зобов'язане приймати до виконання державні замовлення та державні завдання, а також враховувати їх при формуванні власної виробничої програми. Окрім цього, прийняття багатьох рішень (наприклад, списання з балансу основних фондів, купівля матеріальних ресурсів у приватних осіб тощо) повинно бути узгоджено з органом, до сфери управління якого входить підприємство.

Казенні підприємства створюються рішеннями Кабінету Міністрів України там, де законом дозволена діяльність тільки державним підприємствам, де основним споживачем продукції (понад 50%) є держава, де за умовами господарювання неможлива вільна конкуренція товаровиробників тощо. Кабінет Міністрів України визначає також орган, якому підпорядковується казенне підприємство. Джерелом формування статутного фонду казенного підприємства є державний бюджет та інша державна власність, кредити комерційних банків тощо. Величина статутного фонду казенного підприємства законодавчо не обумовлена.

Трудовий колектив казенного підприємства отримує право господарського відання даним підприємством. При цьому майно, продукція і прибуток підприємства є власністю держави. Управління підприємством здійснює

снює керівник, який призначається органом, до сфери управління якого входить підприємство.

Казенне підприємство здійснює свою діяльність відповідно до завдань, які доводяться даним органом управління.

Виробничі кооперативи – це добровільне об'єднання фізичних осіб (громадян) для спільного здійснення господарської діяльності, що базується на їх особистій трудовій участі та об'єднанні майнових пайових внесків.

Членами виробничого кооперативу можуть бути особи, які досягли 16-річного віку. Кількість членів виробничого кооперативу не може бути меншою ніж три особи. Джерелом формування статутного фонду є вступні та пайові внески засновників. Величина статутного фонду законодавчо не обумовлена.

Майно, продукція і прибуток виробничого кооперативу є власністю кооперативу, але кожний член кооперативу має в цій власності свою частку (пай). І при виході із кооперативу цей пай повертається учаснику.

Всі учасники виробничого кооперативу мають право приймати участь в управлінні підприємством шляхом голосування на загальних зборах за принципом: “одна особа – один голос”.

Виробничі кооперативи мають 2-х, 3-х або 4-х рівневі схеми управління. Найповніша – це 4-х рівнева схема управління: загальні збори членів кооперативу → спостережна рада → правління → ревізійна комісія.

Споживчі товариства – це самостійні, демократичні організації громадян, які на основі добровільного членства і взаємодопомоги за місцем проживання або роботи об'єднуються для спільного господарювання з метою поліпшення свого економічного і соціального стану. Завдання отримання прибутку споживчі товариства не ставлять. Окрім цього, в роботі споживчого товариства безпосередня трудова участь його членів не обов'язкова.

Індивідуальними членами споживчого товариства можуть бути громадяни, які досягли 16-річного віку, а колективними членами – селянські (фермерські) господарства, державні та інші підприємства, які поділяють його інтереси. Джерелом формування статутного фонду є вступні та пайові внески засновників. Величина статутного фонду законодавчо не обумовлена.

Всі учасники споживчого товариства мають право приймати участь в управлінні підприємством шляхом голосування на загальних зборах за принципом: “одна особа – один голос”.

Споживчі товариства мають 3-х рівневу схему управління: загальні збори членів товариства → правління → ревізійна комісія.

Акціонерні товариства – це такі підприємства, в яких весь капітал (статутний фонд) розділений на певне число рівних частин – акцій, які знаходяться у власності окремих фізичних та юридичних осіб. Власником акцій може бути і держава, яка в цьому випадку виступає як звичайний акціонер. Статутний фонд акціонерного товариства складають внески заснов-

ників та учасників. Величина статутного фонду не може бути меншою за величину, яка дорівнює 1250 мінімальних заробітних плат (в 2004 році мінімальна заробітна плата складала 237 грн. в місяць).

У *відкритому* акціонерному товаристві учасниками можуть бути всі бажаючі, які купили акції цього товариства на фондовій біржі або придбали їх шляхом відкритої підписки. В *закритому* акціонерному товаристві весь пакет акцій розподіляється тільки серед засновників.

Акції акціонерних товариств можуть бути привілейовані та звичайні (прості). Власники привілейованих акцій отримують гарантії отримання підвищеного рівня дивідендів, але втрачають право голосу на загальних зборах акціонерів. Власники звичайних акцій можуть сподіватись на отримання дивідендів лише при отриманні акціонерним товариством достатнього прибутку.

Акціонерні товариства мають складну, 4-х рівневу схему управління: загальні збори учасників → спостережна рада → генеральна дирекція (правління) → ревізійна комісія. Учасники акціонерного товариства мають право приймати участь у загальних зборах товариства та голосувати на них за принципом: “одна акція – один голос”.

Товариства з обмеженою відповідальністю – це такі підприємства, в яких весь капітал (статутний фонд) розділений на довільні частки (паї), які закріплені за конкретними учасниками – фізичними та юридичними особами. Статутний фонд товариства з обмеженою відповідальністю складають внески засновників та учасників. Величина статутного фонду не може бути меншою за 100 мінімальних заробітних плат. До моменту реєстрації всі учасники товариства повинні внести до статутного фонду не менше 30% вартості своєї частки.

Товариства з обмеженою відповідальністю за своїми розмірами значно менші акціонерних. Кожен учасник товариства може *вийти із товариства* з виплатою частки (паю) в статутному фонді, яка йому належить, та нарахованих дивідендів. У випадку смерті учасника товариства переважне право вступу до товариства має правонаступник. Але це відбувається не автоматично. Для цього потрібно, щоб за таке рішення проголосували учасники простою більшістю голосів.

Складніше вирішується питання про виключення учасника із лав товариства. Для цього потрібно, щоб за це рішення проголосували учасники, які мають в сукупності більше ніж 50% загальної кількості голосів.

Всі учасники товариства несуть обмежену відповідальність за результати його діяльності, яка визначається вартістю їх частки (паю) в статутному фонді. Це є однією із переваг даної форми підприємницької діяльності.

Товариства з обмеженою відповідальністю мають 3-х рівневу схему управління: збори учасників → дирекція → ревізійна комісія. Учасники товариства з обмеженою відповідальністю мають право приймати участь в зборах товариства та голосувати на них за принципом: “кількість голосів

дорівнює питомій частці учасника в статутному фонді”. Директором товариства з обмеженою відповідальністю може бути найманий працівник.

Приклад написання статуту товариства з обмеженою відповідальністю наведений нижче.

Примітка. З 1 січня 2004 року в Україні дозволено створювати товариства з обмеженою відповідальністю однією особою.

Товариства з додатковою відповідальністю – це такі підприємства, в яких весь капітал (статутний фонд) розділений на довільні частки (паї), які закріплені за конкретними учасниками. Товариства з додатковою відповідальністю подібні до товариств з обмеженою відповідальністю за тим виключенням, що учасники товариства з додатковою відповідальністю відповідають за його діяльність своїми внесками до статутного фонду, а при недостатності цих сум – додатково належним їм майном в *однаковому для всіх учасників кратному розмірі до внеску кожного учасника*.

Товариства з додатковою відповідальністю створюються в тих сферах діяльності, які вимагають підвищеної майнової відповідальності, наприклад, при організації ломбардів тощо.

Повні товариства – це така форма організації підприємницької діяльності, коли всі учасники є фізичними особами, які добре знають та довіряють один одному, мають певні частки в статутному фонді, особисто займаються підприємницькою діяльністю і безпосередньо впливають на фінансові результати роботи товариства. Товариство працює під назвою з зазначенням імен всіх засновників. Наприклад, “Повне товариство “Петренко і К^о””.

Повне товариство, об’єднуючи підприємницькі зусилля засновників, *працює без статуту і прав юридичної особи, тільки на основі установчого договору*. Статутний фонд повного товариства складають внески засновників. Величина статутного фонду повного товариства законодавчо не обмежена.

Передача учасником повного товариства своєї частки в статутному фонді іншим учасникам цього товариства або третій особі може бути здійснена *тільки за згодою всіх учасників*.

Всі учасники повного товариства несуть *повну солідарну відповідальність за результати роботи товариства всім своїм майном, включаючи і особисте*, на яке згідно з законодавством України може бути звернено стягнення. Ведення справ повного товариства здійснюється за *загальною згодою всіх учасників*.

Командитні товариства – це така форма організації бізнесу, коли частина учасників є учасниками з повною відповідальністю (так званими “повними товаришами” або комплементерами), які особисто безпосередньо займаються підприємницькою діяльністю і несуть повну солідарну відповідальність за результати роботи товариства всім своїм майном, включаючи особисте, а інша частина учасників є вкладниками (так званими “командитистами”), які не займаються підприємницькою діяльністю, а вно-

сять до статутного фонду внески та відповідають за результати роботи товариства тільки величиною цих внесків. Командитні товариства ще називаються *товариствами на довірі*.

Статутний фонд командитного товариства складають внески учасників з повною відповідальністю та вкладників. Величина статутного фонду повного товариства законодавчо не обумовлена.

Якщо вкладниками є юридичні та фізичні особи, то створюється командитне товариство, яке працює за установчим договором і статутом як юридична особа. Якщо вкладниками є тільки фізичні особи, то створюється товариство, яке працює тільки за установчим договором і не є юридичною особою.

В установчому договорі повинен бути зазначений розмір часток кожного із учасників з повною відповідальністю, розмір, склад і порядок внесення ними вкладів, форма участі учасників у справах товариства. Стосовно вкладників вказується тільки сукупний розмір їх часток у майні товариства, який не повинен перевищувати 50% статутного фонду. Склад вкладників командитного товариства не вказується.

Ведення справ командитного товариства здійснюється за *загальною згодою всіх учасників з повною відповідальністю*.

СТАТУТ

товариства з обмеженою відповідальністю –
виробничо-комерційного підприємства “КВІТ”

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1 Товариство з обмеженою відповідальністю – виробничо-комерційне підприємство “КВІТ”, в подальшому “Товариство”, створено за погодженням між:

- приватним підприємством “Людмила”, зареєстрованим виконавчим комітетом Вінницької міської ради (розпорядження № 38-а від 10 жовтня 2004 року, свідоцтво про державну реєстрацію А23 № 142242, ідентифікаційний код 33127068), в особі директора-засновника Корчак Людмили Іванівни,

- громадянкою України Куленко Ніною Петрівною, паспорт серії АА № 797194, виданий Ленінським РС УМВС України у Вінницькій області 18.06.98 р., що мешкає за адресою: м. Вінниця, вул. Келецька, буд. 41, кв. 78,

- громадянином України Петренком Іваном Іллічем, паспорт серії АА № 147524, виданий Замостянським РС УМВС України у Вінницькій області 14.11.99 р., що мешкає за адресою: м. Вінниця, вул. Соборна, буд. 12, кв. 2,

в подальшому “Учасники”, на основі їх загальної власності шляхом об’єднання внесків та підприємницької діяльності з метою найповнішого задоволення потреб населення в товарах та послугах, здійснення іншої діяльності, що не суперечить чинному законодавству України, а також реалізації на основі отриманого прибутку соціальних та економічних інтересів Учасників та членів трудового колективу Товариства.

1.2 Статут Товариства розроблено у відповідності до Господарського кодексу України, Закону України “Про господарські товариства” та інших законодавчих актів, чинних на території України, а також на основі підприємницької ініціативи Учасників.

1.3 Товариство діє на основі засновницького договору, статуту і у відповідності з чинним на території України законодавством.

1.4 Статут підлягає коригуванню у випадку виникнення протиріч з чинним законодавством.

1.5 Товариство є юридичною особою з моменту його державної реєстрації у встановленому порядку, володіє відособленим майном, має самостійний баланс, розрахункові та інші рахунки в українських та зарубіжних банках, печатки та штампи зі своїм найменуванням, знак для товарів і послуг, емблему та інші реквізити.

1.6 Товариство має право від свого імені укладати договори, набувати майнові та немайнові права, здійснювати виробничу, господарську, комерційну, науково-технічну, сервісну та іншу діяльність, може бути позивачем і відповідачем в господарському і третейському суді.

1.7 Найменування Товариства:

- повне українською мовою: Товариство з обмеженою відповідальністю – виробничо-комерційне підприємство “КВІТ”;

- скорочене українською мовою: ТОВ-ВКП “КВІТ”;

1.8 Місцезнаходження Товариства: 21016, м. Вінниця, вул. Хмельницьке шосе, 2а, кімн. 605.

2. МЕТА І ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1 Товариство з обмеженою відповідальністю – виробничо-комерційне підприємство “КВІТ” створюється з метою найповнішого задоволення потреб населення в товарах та послугах, здійснення іншої діяльності, що не суперечить чинному законодавству України, а також реалізації на основі отриманого прибутку соціальних та економічних інтересів Учасників та членів трудового колективу Товариства.

2.2 Основні види діяльності Товариства:

- здійснення торгових, комерційних, торгово-посередницьких операцій з товарами як власного виробництва, так і придбаними Товариством;

- відкриття магазинів, торговельних точок, закладів громадського харчування, ресторанів, кафе, кав'ярень;

- створення власної (фірмової) торговельної мережі;

- торгівля алкогольними напоями і тютюновими виробами оптом та в роздріб;

- оптова та роздрібна торгівля товарами санітарії та гігієни;

- виробництво продуктів харчування та їх оптова й роздрібна реалізація;

- наукова і проектна діяльність, наукові дослідження у галузях приладобудування, комунального господарства, ресурсо- й енергозберезувальних технологій та в інших галузях народного господарства;

- організація та проведення промислових виставок та ярмарок, аукціонів та лотерей;

.....;

.....

2.3 Види діяльності, які вимагають ліцензування, будуть здійснюватись після отримання Товариством відповідних ліцензій від уповноважених органів.

3. УЧАСНИКИ ТОВАРИСТВА, ЇХ ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ

3.1 Учасниками Товариства є юридична та дві фізичні особи, вказані в п. 1.1 даного Статуту.

3.2 Учасники Товариства мають право:

- бути співробітниками Товариства;

- брати участь в управлінні справами Товариства;

- отримувати частку прибутку від діяльності Товариства у розмірі, відповідному внеску до статутного фонду;

- вносити додаткові внески до статутного фонду в порядку, передбаченому рішенням зборів Учасників;

- отримувати повну інформацію про діяльність Товариства;

- знайомитись з даними бухгалтерського обліку, звітності та іншою документацією.

3.3 Учасники Товариства зобов'язані:

- дотримуватись положень засновницького договору та статуту;

- виконувати рішення зборів Учасників;

- вносити пайові внески в порядку і розмірах, передбачених засновницьким договором;

- виконувати прийняті на себе обов'язки стосовно Товариства та сприяти в здійсненні Товариством своєї діяльності;
- не розголошувати інформацію про діяльність Товариства.

4. МАЙНО ТОВАРИСТВА

4.1 Майно Товариства є власністю Учасників і складається із основних фондів та оборотних засобів, а також інших цінностей, вартість яких відображається в самостійному балансі Товариства. Майно знаходиться в його повному розпорядженні і вилученню не підлягає.

4.2 Джерелом формування майна Товариства є:

- грошові та майнові внески Учасників;
- прибутки, отримані від реалізації продукції, робіт, послуг, а також від інших видів діяльності;
- кредити банків;
- благодійні внески, пожертвування, дари юридичних та фізичних осіб;
- інші джерела, не заборонені чинним законодавством.

4.3 Товариство має статутний фонд 30 тис. грн. Учасники володіють частками:

- приватне підприємство "Людмила" – 21 тис. грн., що становить 70% статутного фонду;

- пані Куленко Н.П. – 6 тис. грн., що становить 20% статутного фонду.

- пан Петренко І.І. – 3 тис. грн., що становить 10% статутного фонду;

4.4 Збори Учасників на основі одноголосно прийнятого рішення вправі передбачати внесення Учасниками додаткових внесків до статутного фонду.

4.5 Внеском Учасника Товариства можуть бути: грошові кошти; будівлі, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності; цінні папери; права на користування землею, водою та іншими природними ресурсами; інші майнові і немайнові права, в тому числі і права на інтелектуальну власність.

4.6 Учасник Товариства може з дозволу інших Учасників поступитися своїм внеском одному або декільком Учасникам Товариства (або третім особам). Учасники Товариства користуються переважним правом придбання внеску (частини внеску) Учасника, що поступається ним, пропорційно їх часткам в статутному фонді. Передача Учасником внеску (частини внеску) третім особам можлива тільки після повного внесення ним внеску і з дозволу зборів Учасників. Пай (частка) Учасника після повного внесення ним пайового внеску може бути придбаний самим Товариством. В цьому випадку Товариство зобов'язане передати придбану частку іншим Учасникам або третім особам до кінця поточного календарного року. Протягом цього періоду розподіл прибутку, а також голосування й визначення кворуму на зборах Учасників проводиться без врахування придбаного Товариством внеску, тобто, за фактичною кількістю Учасників, що залишились.

4.7 У випадку виходу Учасника із Товариства йому повністю сплачується внесений пайовий внесок і отримана на цей внесок частка прибутку за період до моменту виходу Учасника, а також відповідна частка майна Товариства на момент виходу із Товариства. Виплата проводиться після затвердження звіту за рік, в якому Учасник вийшов із Товариства, і в строк до 6-ти місяців з дня виходу, з відшкодуванням збитків від інфляції за строк виплати.

При бажанні Учасника і з дозволу зборів Учасників його внесок, частка прибутку, отримана на цей внесок за період до моменту виходу Учасника, а також відповідна частка майна Товариства на момент виходу Учасника можуть бути повернені частково чи повністю в натуральній формі. Майно, передане Товариству тільки в користування, повертається в натуральній формі.

4.7.1 У випадку смерті одного з Учасників Товариства всі права і обов'язки переходять до спадкоємця, який має переважне право спадковості за законом або у відповідності з заповітом померлого Учасника.

4.7.2 При відмові правонаступника (спадкоємця) від вступу до Товариства йому видається в грошовій або натуральній формі: внесений пайовий внесок, що належить вибулому Учаснику, отримана на пайовий внесок частка прибутку і відповідна частка майна Товариства на час вибуття померлого Учасника. Виплата проводиться після затвердження звіту за рік, в якому він вибув з Товариства, і в строк до 6-ти місяців з дня вибуття з відшкодуванням збитків від інфляції за строк виплати. В цьому випадку розмір статутного фонду Товариства підлягає

відповідному зменшенню, але повинен бути поновлений протягом одного року шляхом внесення додаткових внесків іншими Учасниками або новоприйнятими Учасниками.

4.8 Грошові кошти Товариства зберігаються на розрахункових і інших рахунках в установах комерційних банків в національній та іноземній валютах.

4.9 Товариство має право продавати, передавати, обмінювати, дарувати, здавати в оренду іншим юридичним і фізичним особам майно та інші цінності, що йому належать.

4.10 Товариство має право приймати дари і здійснювати акти дарування стосовно юридичних і фізичних осіб.

4.11 Держава не відповідає за зобов'язаннями Товариства, Товариство не відповідає за зобов'язаннями держави.

4.12 Товариство несе майнову відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах статутного фонду.

4.13 Товариство не відповідає за зобов'язаннями своїх засновників-юридичних осіб. Юридичні особи-засновники не відповідають за зобов'язаннями Товариства.

4.14 Товариство не відповідає за зобов'язаннями Учасників.

4.15 Учасники Товариства несуть відповідальність за його зобов'язаннями тільки в межах своїх внесків до статутного фонду.

5. ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВАРИСТВА

5.1 Товариство самостійно здійснює свою діяльність на принципах самозабезпечення, самофінансування та самоокупності, несе відповідальність згідно з чинним законодавством за наслідки своєї діяльності і виконання взятих на себе зобов'язань перед державним бюджетом, банками, іншими суб'єктами підприємницької діяльності тощо.

5.2 Товариство самостійно на основі замовлень та договорів планує свою діяльність і визначає перспективи розвитку.

5.3 Товариство для здійснення основних статутних завдань:

- організовує матеріально-технічне забезпечення своєї діяльності, дочірніх підприємств, філій, представництв та інших відокремлених підрозділів шляхом придбання ресурсів у виробників, в оптовій торгівлі, на біржах, ярмарках, аукціонах, у роздрібній торгівлі, у фізичних та юридичних осіб за готівку або безготівково в національній та іноземній валютах без обмежень вартості;

- користується банківськими кредитами;

- володіє і користується землею та іншими природними ресурсами;

- вступає в господарські товариства, асоціації та інші об'єднання;

- бере участь в аукціонах, ярмарках, виставках;

- створює дочірні підприємства з правом юридичної особи, а також філії, представництва та інші відокремлені підрозділи без прав юридичної особи, затверджує положення про їх діяльність;

- укладає угоди, договори;

- надає посередницькі, маркетингові, інжинірингові послуги тощо;

- купує.....;

- бере на роботу фахівців, в тому числі за сумісництвом або контрактом, формує тимчасові творчі колективи для виконання конкретних замовлень;

- має власні основні й оборотні фонди, а також створює різні фонди за рахунок відрахувань від прибутку;

- використовує статутний фонд з наступним його відновленням;

- реалізує продукцію, товари, роботи, послуги, вироби, матеріали.....;

- матеріально заохочує своїх працівників;

- проводить науково-дослідні, проектно-конструкторські роботи;

-

- здійснює інші види діяльності, що не суперечать чинному законодавству.

6. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

6.1 Товариство самостійно здійснює зовнішньоекономічну діяльність в порядку, передбаченому чинним законодавством.

6.2 Товариство має право самостійно:

- укладати договори з зарубіжними юридичними та фізичними особами;
- проводити експортно-імпорتنі операції;
- засновувати за кордоном у встановленому порядку власні дочірні підприємства, філії, представництва та інші відокремлені підрозділи; затверджувати їх статuti та положення;
- створювати спільні з зарубіжними юридичними та фізичними особами підприємства і брати участь в їх діяльності;
- здійснювати експорт і імпорт продукції, товарів, капіталів, робочої сили;
- здійснювати операції з придбання, продажу та обміну валют на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку;
- входити до складу, а також брати участь в створенні і діяльності асоціацій, акціонерних товариств та інших об'єднань, що знаходяться за кордоном;

6.3 Валютна виручка зараховується на валютні рахунки Товариства і використовується ним самостійно.

7. УТВОРЕННЯ І ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ ТОВАРИСТВА

7.1 Фінансові ресурси Товариства формуються за рахунок виручки від реалізації продукції (робіт, послуг), кредитів, коштів, отриманих від продажу цінних паперів, пожертвувань, дарів та інших не заборонених фінансових надходжень.

7.2 З виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) та інших надходжень сплачуються податки, вносяться страхові платежі, виплачуються проценти за кредитами, відшкодовуються матеріальні та інші витрати, здійснюється виплата заробітної плати.

7.3 Чистий прибуток надходить у повне розпорядження Товариства, яке самостійно визначає напрямки використання цього прибутку.

7.4 За рахунок чистого прибутку Товариство формує резервний фонд та інші фонди, величина яких визначається зборами Учасників. Резервний фонд формується в розмірі 25% від статутного фонду. Щорічні відрахування в резервний фонд складають не менше 5% чистого прибутку. Після створення резервного фонду вказані відрахування можуть спрямовуватися на формування інших фондів.

7.5 Кошти резервного фонду використовуються для покриття нестачі оборотних коштів, на оплату праці у випадку відсутності на це коштів, а також на покриття непередбачених витрат і збитків Товариства.

7.6 Частина чистого прибутку, що залишається Товариству, підлягає розподілу між Учасниками за підсумками роботи за рік пропорційно розмірам пайових внесків Учасників у статутному фонді.

7.7 Оплата праці працівників Товариства проводиться за рахунок коштів Товариства. Порядок оплати праці визначається положеннями, які затверджує директор за згодою зборів Учасників.

7.8 Оплата праці кожного працівника визначається його особистим трудовим внеском в результати роботи Товариства і не обмежується максимальними розмірами.

7.9 Оплата праці працівників не може бути менша за мінімальну заробітну плату, визначену чинним законодавством.

8. УПРАВЛІННЯ ТОВАРИСТВОМ

8.1 Органами управління Товариства є:

- збори Учасників;
- директор;
- ревізійна комісія.

8.2 До складу зборів Учасників входять Учасники або їх представники. Учасник має право в будь-який момент замінити свого представника, повідомивши про це інших Учасників.

8.3 Учасники володіють кількістю голосів, пропорційно розміру їх пайових внесків у статутний фонд.

8.4 При розгляді питання про виключення Учасників із складу Товариства ці Учасники або їх представники участі в голосуванні не беруть.

8.5 До виключної компетенції зборів Учасників належить:

- визначення основних напрямків діяльності Товариства, затвердження планів та звітів про їх виконання;
- зміни та доповнення до статуту;
- встановлення розміру, форми і порядку внесення Учасниками додаткових внесків до статутного фонду;
- вирішення питання про придбання Товариством внеску (частини внеску) Учасника;
- прийом нових Учасників;
- виключення Учасників із Товариства;
- затвердження річних результатів діяльності Товариства;
- призначення директора, вибори та відкликання членів ревізійної комісії;
- заснування та ліквідація дочірніх підприємств, філій, представництв; затвердження статуту та положень про діяльність цих структур;
- вирішення питань про входження Товариства до інших об'єднань та виходу з них;
- визначення умов оплати праці директора;
- затвердження договорів на суму понад 100 тис. грн.

З першого, другого, п'ятого та шостого питань рішення приймаються при наявності на зборах всіх Учасників. Рішення вважаються прийнятими, якщо за них проголосували учасники, які мають більше як 50% голосів в статутному фонді. З усіх інших питань рішення приймаються простою більшістю голосів.

8.6 Збори вважаються правомірними, якщо на них присутні Учасники (представники Учасників), які володіють у сукупності більш як 60% голосів, а з питань, що вимагають одностайності, всі Учасники.

8.7 Кожен з Учасників має право вимагати розгляду питання на зборах Учасників за умови, що воно було поставлене не пізніше ніж за 25 днів до початку засідання Зборів.

8.8 Голова зборів Учасників обирається Зборами.

8.9 Голова скликає Збори, визначає порядок денний, день, місце та час їх проведення, забезпечує своєчасне запрошення на засідання Учасників не пізніше ніж за 30 днів до початку зборів. Голова зборів організовує ведення протоколів зборів.

8.10 Збори скликаються не менше 2-х разів на рік. Позачергові збори скликаються Головою зборів Учасників у випадках, коли цього вимагають інтереси Товариства. Збори Учасників можуть бути скликані на вимогу директора або ревізійної комісії.

8.11 Учасники, які володіють у сукупності більш як 20% голосів, мають право вимагати скликання позачергових зборів Учасників у будь-який час і з будь-якого приводу, якщо це стосується діяльності Товариства. Якщо протягом 25 днів Голова зборів не виконав зазначеної вимоги, вони вправі самі скликати збори Учасників.

8.12 Директор вирішує всі питання діяльності Товариства за винятком тих, що входять до виключної компетенції зборів Учасників. Збори Учасників можуть винести рішення про передачу частини повноважень, що їм належать, до компетенції директора.

8.13 Директор підзвітний зборам Учасників і організує виконання їх рішень. Він не має права приймати рішення, що відносяться до компетенції зборів Учасників.

8.14 Директор без доручення діє від імені Товариства, представляє його інтереси у відносинах з іншими юридичними і фізичними особами, державними органами, податковою інспекцією тощо, укладає договори, в тому числі і трудові, видає доручення, відкриває в банках рахунки, користується правом розпоряджатись коштами Товариства, видає накази і розпорядження, обов'язкові для всіх працівників Товариства.

8.15 Директор призначає і звільняє з посад всіх працівників Товариства.

8.16 Контроль за фінансово-господарською діяльністю Товариства і його підрозділів здійснює ревізійна комісія, яка складається з трьох членів, включаючи голову, які обираються зборами Учасників. Термін роботи ревізійної комісії визначається зборами Учасників. Директор не може бути членом ревізійної комісії.

8.17 Ревізійна комісія має право перевіряти все майно і всю діяльність Товариства.

8.18 Ревізійна комісія відповідає за свою діяльність перед зборами Учасників, надає їм звіти проведених ревізій і висновки з річних звітів.

8.19 Кожний Учасник може вимагати проведення позачергової ревізії діяльності Товариства.

8.20 Члени ревізійної комісії здійснюють свою діяльність у відповідності до чинного законодавства, відповідають перед Товариством за збитки, що виникли в результаті помилкової діяльності комісії.

8.21 Трудовий колектив Товариства складають всі громадяни, що беруть участь своєю працею в його діяльності на основі трудового договору або контракту. Повноваження трудового колективу та його виборних органів визначаються чинним законодавством.

9. ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ. СОЦІАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАЦІВНИКІВ

9.1 Трудові відносини працівників Товариства регулюються трудовим договором або контрактом, який вони уклали з Товариством.

9.2 Товариство забезпечує всім працюючим безпечні умови праці і несе відповідальність за шкоду, заподіяну здоров'ю і працездатності працівників.

9.3 Прийняття, переведення і звільнення працівників, їх робочий час і час відпочинку, охорона праці, трудова дисципліна, оплата праці та інші питання трудових відносин працюючих регулюються чинним законодавством та правилами внутрішнього трудового розпорядку.

9.4 Трудовий колектив Товариства укладає з адміністрацією колективний договір, в якому регулюються найсуттєвіші питання трудових відносин і соціального розвитку трудового колективу. Порядок укладання договору та його реєстрації регулюється чинним законодавством.

9.5 Працівники Товариства підлягають соціальному, медичному страхуванню і соціальному забезпеченню в порядку і на умовах, визначених чинним законодавством, трудовим договором або контрактом, а також колективним договором.

9.6 Товариство може за рахунок власних коштів страхувати своїх працівників без обмеження суми і строку страхування.

9.7 В Товаристві ведеться у встановленому порядку облік військовозобов'язаних та призовників.

10. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ УЧАСНИКІВ ТОВАРИСТВА

10.1 Кожен Учасник Товариства несе матеріальну відповідальність за збитки, спричинені Товариству або іншим Учасникам, якщо він навмисно або ненавмисно вказав в установчих документах Товариства неправильні відомості або діяв всупереч положень засновницького договору та статуту.

10.2 Учасники Товариства несуть солідарну відповідальність за втрату майна, яке було передано їм на зберігання.

10.3 Учасники Товариства несуть майнову відповідальність за результати діяльності Товариства величиною власної частки в статутному фонді.

10.4. Працівники Товариства несуть відповідальність за збитки, заподіяні Товариству, в повному або обмеженому розмірі згідно з чинним законодавством та на умовах, обумовлених в трудовому договорі або контракті.

11. РЕОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЛІКВІДАЦІЯ ТОВАРИСТВА

11.1 Реорганізація Товариства проводиться за рішенням зборів Учасників.

11.2 Умови і порядок ліквідації Товариства визначаються рішенням зборів Учасників і чинним законодавством (ст.19-22 Закону України "Про господарські товариства").

11.3 Припинення діяльності Товариства проводиться за рішенням зборів Учасників або за рішенням господарського суду.

11.4 При ліквідації Товариства створюється ліквідаційна комісія. Порядок створення ліквідаційної комісії визначається чинним законодавством.

11.5 Майно, що є у Товаристві, його грошові кошти, включаючи виручку від продажу майна при ліквідації, після розрахунків з бюджетом, кредиторами, оплати праці працівників Товариства, виконання обов'язків перед власниками цінних паперів, випущених Товариством, розподіляються між Учасниками пропорційно їх пайовим часткам у статутному фонді. Майно, передане Товариству його Учасниками в користування, повертається в натуральній формі.

11.6 Внесення змін та доповнень до установчих документів Товариства здійснюється відповідно до ст. 29-32 Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців" від 15 травня 2003 року.

2.2 Завдання для самостійного виконання

Завдання 2.2 доцільно виконувати одночасно із завданням 3.2 (дивися практичне заняття 3).

В таблиці 2.1 наведені дані про суб'єкт підприємницької діяльності, який потрібно створити. Керуючись даними таблиці 2.1, потрібно:

1. Вибрати варіант завдання та визначити його зміст.
2. Написати статут підприємства, яке планується створити.
3. Зробити висновки.

Таблиця 2.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Організаційно-правова форма суб'єкта підприємницької діяльності	Число засновників		Величина статутного фонду, тис. грн.	Вид діяльності
		юридичні особи	фізичні особи		
1	2	3	4	5	6
1	Акціонерне товариство (закрите)	3	4	50000	Виробництво автомобілів
2	Товариство з обмеженою відповідальністю	1	5	400	Торговельна діяльність
3	Приватне підприємство	-	1	21	Юридичні послуги
4	Виробничий кооператив	-	6	55	Будівельні послуги
5	Акціонерне товариство (відкрите)	4	2	30000	Виробництво меблів
6	Повне товариство	-	8	95	Будівництво індивідуального житла
7	Підприємство об'єднання громадян	1	-	100	Медичні послуги
8	Товариство з додатковою відповідальністю	-	10	150	Ломбард
9	Командитне товариство	-	6	8200	Виробництво посуду
10	Товариство з обмеженою відповідальністю	2	9	320	Ремонт одягу
11	Приватне підприємство	-	2	80	Освітнянські послуги
12	Командитне товариство	-	5	30	Рекламні послуги
13	Акціонерне товариство (відкрите)	8	5	9000	Страхові послуги
14	Державне комерційне підприємство	1	-	4000	Перевезення вантажів
15	Комунальне підприємство	1	-	100	Перевезення пасажирів
16	Товариство з додатковою відповідальністю	-	4	150	Виготовлення золотих виробів
17	Акціонерне товариство (закрите)	6	5	20000	Торгівля цінними паперами
18	Повне товариство	-	10	3800	Аудиторські послуги
19	Приватне підприємство	-	1	15	Виготовлення виробів із металу

Продовження таблиці 2.1

1	2	3	4	5	6
20	Виробничий кооператив	-	7	10	Вирощування овочів
21	Казенне підприємство	1	-	11600	Виробництво танків
22	Приватне підприємство	-	3	15	Консалтингові послуги
23	Підприємство об'єднання громадян	1	-	50	Виготовлення спортивного інвентарю
24	Товариство з додатковою відповідальністю	-	8	340	Ріелторські послуги
25	Акціонерне товариство (відкрите)	6	3	35500	Будівництво залізниці
26	Товариство з обмеженою відповідальністю	4	7	1800	Туристичні послуги
27	Повне товариство	-	8	32	Маркетингова діяльність
28	Командитне товариство	-	4	75	Автосервіс
29	Акціонерне товариство (закрите)	4	6	4320	Видавнича діяльність
30	Комунальне підприємство	1	-	170	Ремонт теле- та радіоапаратури

Примітка. Для завдань, які передбачають створення повного або командитного товариства, замість статуту потрібно написати засновницький договір.

2.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте характеристику приватного унітарного та приватного корпоративного підприємства.
2. Дайте характеристику підприємства об'єднання громадян.
3. Дайте характеристику комунального підприємства.
4. Дайте характеристику державного комерційного підприємства.
5. Дайте характеристику казенного підприємства.
6. Дайте характеристику виробничого кооперативу.
7. Дайте характеристику споживчого товариства.
8. Дайте характеристику відкритих та закритих акціонерних товариств.
9. Дайте характеристику товариства з обмеженою відповідальністю.
10. Дайте характеристику товариства з додатковою відповідальністю.
11. Дайте характеристику повного товариства.
12. Дайте характеристику командитного товариства.
13. Охарактеризуйте основні розділи та зміст статуту суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи.
14. Охарактеризуйте основні розділи та зміст засновницького договору суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи.

3

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Тема: “Державна реєстрація суб’єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички здійснення державної реєстрації суб’єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб.

3.1 Теоретична частина

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 заносяться 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 проводиться *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 та назву. Наприклад, “Приватне підприємство “Наталі”, “ТОВ “Завод Альфа”, “Державне підприємство “Граніт” та інші.

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 примірника 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 в залежності від того, яким чином створюється нова юридична особа. Реєстраційні картки складаються із декількох сторінок (до 10-ти і більше), *кожна із яких підписується засновником*.

У випадку, коли створюється нова юридична особа, використовується реєстраційна картка за формою 1. Фрагменти цієї картки наведені на рисунках 3.1, 3.2 та 3.3.

Реєстраційна картка заповнюється машинодруком або від руки друкованими літерами.

РЕЄСТРАЦІЙНА КАРТКА

на проведення державної реєстрації юридичної особи, утвореної шляхом
заснування нової юридичної особи

1. Відомості про юридичну особу	
Повне найменування юридичної особи	
Організаційно-правова форма юридичної особи	Код КОПФ
Назва юридичної особи	
Скорочене найменування юридичної особи	
Місцезнаходження юридичної особи	
Країна	Поштовий індекс
Область	
Район	
Місто (село)	
Вулиця	
Будинок	Корпус
	Квартира (офіс)
Форма власності юридичної особи	Код КФВ
Вищий орган управління юридичної особи	Код
Розмір внеску до статутного фонду (грн.)	
Розмір сплаченого внеску до статутного фонду (грн.)	
Дата закінчення формування статутного фонду	
Керівник юридичної особи	
Прізвище	
Ім'я, по батькові	
Ідентифікаційний номер	
2. Орган виконавчої влади, до сфери управління якого належить юридична особа державної форми власності чи юридична особа, в статутному фонді якої частка державної власності становить не менше 25%	
Найменування органу	
Ідентифікаційний код органу	

Рисунок 3.1 – Фрагмент реєстраційної картки (форма 1)

3. Засновники юридичної особи:																											
Найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові засновника																											
Ідентифікаційний код (номер) засновника																											
Місцезнаходження (місце постійного проживання) засновника																											
Країна резидентства або громадянство засновника																											
Область																											
Район																											
Місто (село)																											
Вулиця																											
Будинок								Корпус								Квартира (офіс)											
Розмір внеску до статутного фонду (грн.)																											
Розмір сплаченого внеску до статутного фонду (грн.)																											
Найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові засновника																											
Ідентифікаційний код (номер) засновника																											
Місцезнаходження (місце постійного проживання) засновника																											
Країна резидентства або громадянство засновника																											
Область																											
Район																											
Місто (село)																											
Вулиця																											
Будинок								Корпус								Квартира (офіс)											
Розмір внеску до статутного фонду (грн.)																											
Розмір сплаченого внеску до статутного фонду (грн.)																											
У разі якщо засновників більше 2-х – заповнюється відповідна кількість аркушів даної сторінки																											

Рисунок 3.2 – Продовження фрагменту реєстраційної картки (форма 1)

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.

Примітка. До 1 липня 2004 року існувала норма, згідно з якою в установчих документах не повинно бути відомостей, які суперечать чинному законодавству.

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.

До 1.07.2004 року цей збір дорівнював 7 неоподатковуваних мінімумів заробітної плати, з 1.07.2004 р. – 10 мінімумів.

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.

Примітка. 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) *свідоцтво 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, який засвідчує факт внесення до Єдиного державного реєстру запису про державну реєстрацію юридичної особи (рис. 3.4).

Серія А00	№ 142242
С В І Д О Ц Т В О про державну реєстрацію юридичної особи	
Найменування _____ (повне)	
Ідентифікаційний код юридичної особи	2 3 4 5 6 5 4 3
Місцезнаходження юридичної особи _____ _____	
Місце проведення державної реєстрації _____	
Дата проведення державної реєстрації	
10.09.2004 р.	№ 1 174 102 0000 000229
Державний реєстратор	_____
М.П.	(підпис) _____ (прізвище, ініціали)

Рисунок 3.4 – Форма свідоцтва 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*, який 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 (форма б) 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 направ-*

лено відповідне повідомлення державним реєстратором), що є підставою для порушення процедури припинення діяльності даної юридичної особи.

Реєстраційна картка (форма 6) має вигляд, практично аналогічний реєстраційній картці (форма 1). Відмінність полягає в тому, що в реєстраційній картці (форма 6) додатково виділяється окремий фрагмент, в який записуються реєстраційні дані попередньої реєстрації юридичної особи (див. рис. 3.5).

Форма 6		РЕЄСТРАЦІЙНА КАРТКА про підтвердження відомостей про юридичну особу														
Подаються відомості, аналогічні відомостям, зазначеним у формі 1																
Реєстраційні дані попередньої реєстрації																
Свідectво про державну реєстрацію																
Серія	<table border="1" style="display: inline-table; width: 40px; height: 20px;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>				Номер	<table border="1" style="display: inline-table; width: 100px; height: 20px;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>										
Ідентифікаційний код юридичної особи																
Дата державної реєстрації																
д	д	.	м													
м	.	р	р													
р	р	р	р													
Найменування органу державної реєстрації																
Ідентифікаційний код органу державної реєстрації																

Рисунок 3.5 – Фрагмент реєстраційної картки про підтвердження відомостей про юридичну особу (форма 6)

3.2 Завдання для самостійного виконання

Завдання 3.2 виконується одночасно із завданням 2.2 (див. практичне завдання 2).

Керуючись даними завдання 2.2, яке було наведено в таблиці 2.1, потрібно:

1. Скласти реєстраційну картку (форма 1) на проведення державної реєстрації юридичної особи, яку планується створити та зареєструвати.

Примітки.

1). Виписки із чинних в Україні класифікаторів форм власності (ДК 001:2004) та організаційно-правових форм господарювання (ДК 002:2004) наведені в таблицях 3.1 та 3.2.

2). Найменування та назву підприємства; відомості про засновників, їх місцезнаходження або місце проживання; інші відомості, що заносяться до реєстраційної картки, визначити самостійно.

Таблиця 3.1 – Виписки із класифікатора форм власності (ДК 001:2004)

Форма власності	Код КФВ
Приватна форма власності	10
Колективна	20
Державна корпоративна власність	30
Державна власність	31
Комунальна власність	32
Комунальна корпоративна власність	33

Таблиця 3.2 – Виписки із класифікатора організаційно-правових форм господарювання (ДК 002:2004)

Назва організаційно-правової форми господарювання	Код КОПФГ
Приватне підприємство	120
Державне підприємство	140
Казенне підприємство	145
Комунальне підприємство	150
Дочірнє підприємство	160
Підприємство об'єднання громадян	180
Відкрите акціонерне товариство	231
Закрите акціонерне товариство	232
Товариство з обмеженою відповідальністю	240
Товариство з додатковою відповідальністю	250
Повне товариство	260
Командитне товариство	270
Виробничий кооператив	180
Споживчий кооператив	330

2. Заповнити фрагмент реєстраційної картки (форма б) про підтвердження відомостей про юридичну особу

3. Зробити висновки.

3.3 Питання для самоконтролю

1. Що являє собою державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності–юридичних осіб?

2. З якою метою і ким створюється Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб–підприємців?

3. Які відомості заносяться до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб–підприємців?

4. Де і ким здійснюється державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності–юридичних осіб?

5. Хто такий державний реєстратор? Ким він призначається і кому підпорядковується? Назвіть його функції.

6. Чи може суб'єкт підприємницької діяльності—юридична особа зарезервувати назву для свого підприємства? Що для цього потрібно зробити?

7. Які документи повинен подати засновник суб'єкта підприємницької діяльності—юридичної особи державному реєстратору для здійснення державної реєстрації?

8. Які додаткові документи повинен подати засновник суб'єкта підприємницької діяльності—юридичної особи державному реєстратору для здійснення державної реєстрації? Назвіть випадки подання таких додаткових документів.

9. Якою є величина реєстраційного збору для проведення державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності—юридичної особи?

10. Назвіть основні дії державного реєстратора після того, як він отримав комплект документів для проведення державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності—юридичної особи.

11. Охарактеризуйте випадки відмови у державній реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності—юридичної особи.

12. Що повинен зробити державний реєстратор, якщо в отриманих на реєстрацію документах немає підстав для відмови в державній реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності—юридичної особи?

13. З якого моменту суб'єкт підприємницької діяльності—юридична особа вважається офіційно зареєстрованим?

14. Що являє собою реєстраційна справа суб'єкта підприємницької діяльності—юридичної особи? Які вона містить відомості і скільки років зберігається?

15. Які відомості містить свідоцтво про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності—юридичної особи?

16. Чи потрібна державна реєстрація відокремлених підрозділів суб'єкта підприємницької діяльності—юридичної особи?

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

18. Що являє собою реєстраційна картка? Яких видів бувають ці картки?

19. Яким чином здійснюється підтвердження відомостей про юридичну особу? Яка для цього використовується реєстраційна картка?

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

4

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Тема: “Зміни в підприємницькій діяльності та їх оформлення”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички оформлення змін в підприємницькій діяльності юридичної особи.

4.1 Теоретична частина

В ході здійснення підприємницької діяльності досить часто виникають ситуації, коли умови бізнесу юридичної особи змінюються.

До *основних випадків змін умов* бізнесу відносяться:

- випадки, які потребують внесення змін до відомостей про юридичну особу, які містяться в Єдиному державному реєстрі;
- випадки, які потребують державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи;
- випадки, які потребують спочатку процедури припинення діяльності юридичної особи, а вже потім – процедури нової державної реєстрації.

До *випадків, які потребують внесення змін до відомостей про юридичну особу*, відносяться:

- зміна керівника юридичної особи;
- зміна відомостей про осіб, які мають право вчиняти юридичні дії від імені юридичної особи без довіреності, у тому числі підписувати договори;
- зміна додаткової інформації про юридичну особу;
- зміна відомостей про відокремлений підрозділ.

В цьому випадку керівник юридичної особи (або власник) зобов'язаний подати державному реєстратору за місцезнаходженням реєстраційної справи юридичної особи *заповнену реєстраційну картку (форма 4) про внесення змін до відомостей про юридичну особу, які містяться в Єдиному державному реєстрі*.

Державний реєстратор розглядає подану реєстраційну картку та за відсутності підстав для залишення без розгляду реєстраційної картки зобов'язаний не пізніше наступного робочого дня з дати її надходження внести до Єдиного державного реєстру запис *про внесення змін до відомостей про юридичну особу*.

Форма реєстраційної картки на внесення змін до відомостей про юридичну особу (форма 4) має вигляд практично аналогічний реєстраційній картці про проведення державної реєстрації юридичної особи (дивися рис. 4.1 та 4.2).

4. Зміна додаткової інформації про юридичну особу	
Зміна зв'язку з юридичною особою	
Телефон 1	Телефон 2
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Факс	
<input type="text"/>	
Адреса сторінки юридичної особи в Інтернеті	
<input type="text"/>	
5. Зміна інших відомостей	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
6. Реєстраційні дані	
Дані про внесення змін до відомостей про юридичну особу, які містяться у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб	
Номер запису	Дата запису
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Державний реєстратор	
Прізвище	
<input type="text"/>	
Ім'я, по батькові	
<input type="text"/>	
Місце внесення змін до відомостей про юридичну особу, які містяться у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
Підпис державного реєстратора _____	
(підпис)	(дата)

Рисунок 4.2 – Продовження реєстраційної картки на внесення змін до відомостей про юридичну особу (форма 4)

До випадків, які потребують державної реєстрації змін до установчих документів, відносяться:

- зміна повного найменування юридичної особи;
- зміна місцезнаходження юридичної особи;
- зміна вищого органу управління юридичної особи;
- зміна статутного фонду юридичної особи;
- зміна форми власності юридичної особи;

- зміна органу виконавчої влади, до сфери управління якого належить юридична особа державної форми власності або інша юридична особа, в статутному фонді якої частка державної власності становить не менше 25%;

- зміна складу засновників;
- зміна основних видів діяльності;
- зміна мети діяльності (реорганізація) та інші.

Для проведення державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи засновники (учасники) повинні подати державному реєстратору за місцезнаходженням реєстраційної справи юридичної особи такі документи:

- заповнену реєстраційну картку встановленого зразка (форма 3);
- нотаріально посвідчену копію рішення засновників (учасників) юридичної особи або уповноваженого ними органу, яким затверджено зміни до установчих документів;
- оригінал старих установчих документів юридичної особи з відміткою про їх державну реєстрацію;
- два примірники змін до установчих документів юридичної особи та два примірники установчих документів у новій редакції;
- документ, що підтверджує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації змін до установчих документів. Величина цього збору складає 30% від плати за державну реєстрацію юридичної особи;
- додаткові документи, які підтверджують обґрунтованість або законність реєстрації внесених змін.

Наприклад, у разі внесення змін до статуту, пов'язаних із зменшенням статутного фонду, подається документ, що підтверджує внесення плати (з неоподатковувани мінімуми доходів громадян) за публікацію у спеціалізованому друкованому засобі масової інформації відповідного повідомлення про цей намір.

У разі зміни складу засновників подається або копія рішення про вихід юридичної особи зі складу засновників (учасників), завірена печаткою цієї особи, або нотаріально посвідчена копія заяви фізичної особи про вихід зі складу засновників (учасників).

У разі зміни складу засновників (учасників) на підставі факту смерті фізичної особи–засновника додатково подається нотаріально посвідчена копія свідоцтва про смерть фізичної особи.

У разі зміни найменування або місцезнаходження юридичної особи подається свідоцтво про державну реєстрацію юридичної особи, яке було видане раніше.

Форма реєстраційної картки на проведення державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи (форма 3) має вигляд, практично аналогічний реєстраційній картці про проведення державної реєстрації юридичної особи (дивися рис. 4.3, 4.4 та 4.5).

Зміна форми власності юридичної особи															Код КФВ				
[Grid]															[Grid]				
Зміна вищого органу управління юридичної особи															Код				
[Grid]															[Grid]				
Зміна розміру статутного фонду (грн.)															[Grid]				
3. Зміна органу виконавчої влади, до сфери управління якого належить юридична особа державної форми власності чи юридична особа, в статутному фонді якої частка державної власності становить не менше 25%																			
Найменування органу																			
[Grid]																			
Ідентифікаційний код органу																			
[Grid]																			
4. Зміна складу засновників																			
Засновник юридичної особи																			
Найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові засновника																			
[Grid]																			
Ідентифікаційний код (номер) засновника																			
[Grid]																			
Місцезнаходження (місце постійного проживання) засновника																			
Країна резидентства або громадянство засновника																			
[Grid]																			
Область																			
[Grid]																			
Район																			
[Grid]																			
Місто (село)																			
[Grid]																			
Вулиця																			
[Grid]																			
Будинок					Корпус					Квартира (офіс)									
[Grid]					[Grid]					[Grid]									
Розмір внеску до статутного фонду (грн.)															[Grid]				
Розмір сплаченого внеску до статутного фонду (грн.)															[Grid]				
Включено до складу засновників															[Grid]				
Виключено зі складу засновників															[Grid]				
Зміна даних про засновника															[Grid]				
У разі, якщо засновників більше одного, заповнюється відповідна кількість аркушів даної сторінки																			
5. Зміна основних видів діяльності юридичної особи																			
№		Код виду економічної діяльності КВЕД										Назва виду діяльності							
[Grid]		[Grid]										[Grid]							
[Grid]		[Grid]										[Grid]							
[Grid]		[Grid]										[Grid]							
[Grid]		[Grid]										[Grid]							
[Grid]		[Grid]										[Grid]							

Рисунок 4.4 – Продовження фрагменту реєстраційної картки (форма 3)

Дані про проведення державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи	
Номер запису	Дата запису
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Нове свідоцтво про державну реєстрацію	
Серія <input type="text"/>	Номер <input type="text"/>
Державний реєстратор	
Прізвище <input type="text"/>	
Ім'я, по батькові <input type="text"/>	
Місце проведення державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи	
<input type="text"/>	
<input type="text"/>	
Підпис державного реєстратора _____	
	(підпис)
	(дата)
Один примірник оригіналів установчих документів у новій редакції, змін до установчих документів, один примірник оригіналів установчих документів у старій редакції та/або свідоцтво про державну реєстрацію (необхідне підкреслити) отримав:	
<input type="text"/>	<input type="text"/>
(прізвище, ініціали)	(підпис)
	(дата)

Рисунок 4.5 – Продовження фрагменту реєстраційної картки (форма 3)

Державний реєстратор повинен прийняти документи, вивчити їх та при відсутності підстав для відмови чи не розгляду:

- провести державну реєстрацію змін до установчих документів та внести відповідні записи до Єдиного державного реєстру;

- не пізніше наступного після реєстрації робочого дня видати засновникам або уповноваженому ними органу:

а) один примірник оригіналу установчих документів у новій редакції;

б) один примірник оригіналу установчих документів у старій редакції з відміткою державного реєстратора про проведення державної реєстрації змін до установчих документів.

Не пізніше наступного робочого дня після проведення державної реєстрації змін до установчих документів державний реєстратор повинен передати відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування *повідомлення* про проведення державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи.

Термін державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи не повинен перевищувати три робочі дні. При проведенні держа-

вної реєстрації змін до установчих документів новий ідентифікаційний код юридичній особі не присвоюється.

У разі зміни найменування або місцезнаходження юридичної особи державний реєстратор додатково повинен видати *нове свідоцтво* про державну реєстрацію юридичної особи та *старе свідоцтво* з відміткою про видачу нового свідоцтва.

Інформація про проведену державну реєстрацію змін до установчих документів юридичної особи, якщо це стосується 3-х випадків: *зміни місцезнаходження, зміни найменування, зменшення статутного фонду*, публікується в спеціалізованому друкованому засобі масової інформації протягом 10-ти робочих днів з дати здійснення відповідного запису в Єдиному державному реєстрі.

Примітка. Державна реєстрація змін до установчих документів здійснюється також при *виділі* із діючого підприємства нового суб'єкта підприємницької діяльності та при *поглинанні* певним підприємством іншого.

При *виділі* – нове підприємство реєструється у визначеному порядку, а для діючого, яке продовжує працювати, потрібно здійснити державну реєстрацію змін до установчих документів.

При *поглинанні* – те підприємство, що приєднується, припиняє свою діяльність і відносно нього здійснюється державна реєстрація припинення діяльності, а для того підприємства, що продовжує працювати, здійснюється державна реєстрація змін до установчих документів.

І нарешті, в ході здійснення підприємницької діяльності можуть бути такі випадки змін умов бізнесу як *злиття та поділ*.

Злиття – це такі зміни, коли із декількох суб'єктів підприємницької діяльності–юридичних осіб утворюється один новий. В цьому випадку всі юридичні особи *припиняють* свою діяльність (ліквідуються), а новоутворений суб'єкт підприємницької діяльності–юридична особа *реєструється* у визначеному порядку. До цього суб'єкта переходять всі права та обов'язки підприємств, що ліквідуються.

Злиття в багатьох випадках можливе тільки при отриманні дозволу Антимонопольного комітету України.

Поділ – це такі зміни, коли існуючий суб'єкт підприємницької діяльності–юридична особа *припиняє* свою діяльність (ліквідується), а новоутворені суб'єкти *реєструються* у визначеному порядку. При цьому до нових суб'єктів підприємницької діяльності–юридичних осіб за розподільчими актами передаються права та обов'язки суб'єкта бізнесу, що припиняє свою діяльність, його майно тощо.

Всі новоутворені суб'єкти підприємницької діяльності–юридичні особи при здійсненні їх державної реєстрації отримують *нові ідентифікаційні коди*.

4.2 Завдання для самостійного виконання

Завдання 4.2 виконується після того, як виконані завдання 2.2 та 3.2. (див. практичні завдання 2 та 3).

У процесі діяльності суб'єкта підприємницької діяльності–юридичної особи, створеного раніше згідно завдань 2.2 та 3.2, відбулися певні зміни. Суть цих змін наведена в таблиці 4.1, яка є доповненням таблиці 2.1.

Таблиця 4.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Організаційно-правова форма суб'єкта підприємницької діяльності, яка була визначена в завданні 2.2	Зміни, що відбулися в процесі здійснення підприємницької діяльності юридичної особи
1	2	3
1	Акціонерне товариство (закрите)	Статутний фонд збільшився на 10 млн. грн.
2	Товариство з обмеженою відповідальністю	Із складу товариства вибули 2 засновники – фізичні особи
3	Приватне підприємство	Зміна місцезнаходження юридичної особи
4	Виробничий кооператив	Зміна керівника юридичної особи
5	Акціонерне товариство (відкрите)	Додався новий вид діяльності – житлове будівництво
6	Повне товариство	Помер один засновник
7	Підприємство об'єднання громадян	З'явилась нова особа, яка отримала право без довіреності вчиняти юридичні дії від імені юридичної особи
8	Товариство з додатковою відповідальністю	До членів товариства додатково прийнята одна фізична особа
9	Командитне товариство	Зміна номерів телефонів для зв'язку
10	Товариство з обмеженою відповідальністю	До складу товариства прийнятий новий учасник – юридична особа
11	Приватне підприємство	Статутний фонд збільшився на 40 тис. грн.
12	Командитне товариство	Зміна адреси в Інтернеті
13	Акціонерне товариство (відкрите)	Зміна керівника юридичної особи
14	Державне комерційне підприємство	Зміна вищого органу управління юридичної особи
15	Комунальне підприємство	Зміна повного найменування юридичної особи
16	Товариство з додатковою відповідальністю	З'явилась нова особа, яка отримала право без довіреності вчиняти юридичні дії від імені юридичної особи
17	Акціонерне товариство (закрите)	Зміна місцезнаходження юридичної особи
18	Повне товариство	Із складу товариства виключено 3 учасника
19	Приватне підприємство	Статутний фонд збільшився на 35 тис. грн.
20	Виробничий кооператив	Зміна повного найменування юридичної особи
21	Казенне підприємство	Зміна вищого органу управління юридичної особи
22	Приватне підприємство	Зміна адреси в Інтернеті
23	Підприємство об'єднання громадян	Додався новий вид діяльності – освітянські послуги

Продовження таблиці 4.1

1	2	3
24	Товариство з додатковою відповідальністю	Зміна організаційно-правової форми з товариства з додатковою відповідальністю на товариство з обмеженою відповідальністю
25	Акціонерне товариство (відкрите)	Статутний фонд збільшився на 25 млн. грн.
26	Товариство з обмеженою відповідальністю	До складу учасників товариства прийняті одна юридична і дві фізичні особи
27	Повне товариство	Зміна місцезнаходження
28	Командитне товариство	Зміна організаційно-правової форми з командитного на повне товариство
29	Акціонерне товариство (закрите)	Статутний фонд збільшився на 5 млн. грн.; частка одного із засновників-юридичної особи збільшилась на 3 млн. грн, а одного із засновників-фізичної особи – на 2 млн. грн.
30	Комунальне підприємство	Зміна номерів телефонів для зв'язку

Керуючись даними таблиці 4.1, потрібно:

1. Визначити сутність змін, які трапились у бізнесі суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи.
2. Визначити, яку реєстраційну картку (форма 3 або форма 4) потрібно використати, щоб юридично оформити ці зміни.
3. Заповнити відповідну реєстраційну картку для оформлення змін у підприємницькій діяльності юридичної особи.
4. Зробити висновки.

4.3 Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні випадку змін умов бізнесу.
2. Які із випадків змін умов бізнесу потребують внесення змін до відомостей про юридичну особу, які містяться в Єдиному державному реєстрі? Що при цьому потрібно робити керівнику юридичної особи?
3. Які із випадків змін умов бізнесу потребують проведення державної реєстрації змін до установчих документів? Що при цьому потрібно робити керівнику юридичної особи?
4. Які основні документи потрібно подати державному реєстратору для проведення державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи?
5. Які додаткові документи потрібно подати державному реєстратору для проведення державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи?
6. В яких випадках разом із проведенням державної реєстрації змін до установчих документів видається нове свідоцтво про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи?
7. Зробіть порівняльний аналіз понять “виділ”, “поділ”, “поглинання” та “злиття” з точки зору оформлення змін в бізнесі даних суб'єктів підприємницької діяльності.

5

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Тема: “Порядок державної реєстрації фізичних осіб–підприємців”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички проведення державної реєстрації фізичних осіб–підприємців.

5.1 Теоретична частина

Будь-яка фізична особа отримує право законно займатися підприємницькою діяльністю тільки після проходження нею *державної реєстрації*. Державна реєстрація – це засвідчення факту набуття фізичною особою статусу підприємця.

Порядок державної реєстрації фізичних осіб–підприємців аналогічний порядку, визначеному для реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності–юридичних осіб.

Державна реєстрація фізичних осіб–підприємців проводиться *виключно* у виконавчому комітеті міської ради міста обласного значення або у районній державній адміністрації за місцем постійного проживання фізичної особи. Державна реєстрація фізичних осіб–підприємців проводиться *державним реєстратором*.

Всі фізичні особи–підприємці, які пройшли державну реєстрацію, заносяться до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб–підприємців (далі – Єдиний державний реєстр). В Єдиному державному реєстрі повинні міститися такі відомості щодо фізичної особи–підприємця: прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи; ідентифікаційний номер фізичної особи–платника податків; місце проживання; основні види діяльності; дата та номер запису про проведення державної реєстрації, місцезнаходження реєстраційної справи; інші відомості, пов'язані з діяльністю підприємця.

Для проведення державної реєстрації фізична особа повинна особисто подати державному реєстратору (або надіслати рекомендованим листом з описом вкладення) такі документи:

- реєстраційну картку установленої форми (форма 10);
- копію довідки про включення заявника до Державного реєстру фізичних осіб–платників податків;
- документ про сплату реєстраційного збору. З 1 липня 2004 року цей збір складає 2 неоподатковуваних мінімуми доходів громадян.

Документи, які подаються державному реєстратору, повинні бути викладені державною мовою. При поданні цих документів заявник повинен особисто пред'явити свій паспорт.

3. Додаткова інформація про фізичну особу–підприємця	
Телефон 1	Телефон 2
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Факс	
<input type="text"/>	
Адреса сторінки фізичної особи–підприємця в Інтернеті	
<input type="text"/>	
Інші відомості	
<input type="text"/>	
Дані про проведення державної реєстрації фізичної особи–підприємця	
Номер запису	Дата запису
<input type="text"/>	д д . м м . р р р р
Свідоцтво про державну реєстрацію	
Серія <input type="text"/>	Номер <input type="text"/>
Державний реєстратор	
Прізвище <input type="text"/>	
Ім'я, по батькові <input type="text"/>	
Місце проведення державної реєстрації фізичної особи–підприємця	
<input type="text"/>	
Підпис державного реєстратора _____ (підпис) _____ (дата)	
Свідоцтво про державну реєстрацію отримав: _____ (прізвище, ініціали) _____ (підпис) _____ (дата)	

Рисунок 5.2 – Продовження реєстраційної картки для реєстрації фізичної особи–підприємця (форма 10)

Як видно із рис. 5.1, у реєстраційній картці зазначається 10-значний ідентифікаційний номер суб'єкта підприємницької діяльності в Державному реєстрі фізичних осіб – платників податків та інших обов'язкових платежів.

Ідентифікаційний номер видається всім фізичним особам податковою інспекцією за місцем їх проживання згідно з Законом України «Про державний реєстр фізичних осіб – платників податків та інших обов'язкових платежів» від 22 грудня 1994 року та Постанови Кабінету Міністрів України від 6 листопада 1997 року «Про заходи з впровадження ідентифікаційних номерів фізичних осіб».

Для отримання ідентифікаційного номера фізична особа повинна заповнити та подати в податкову інспекцію спеціальну облікову картку з зазначенням свого прізвища, імені та по батькові, статі, дати та місця народження, місця проживання, місця роботи, номера телефону тощо.

На основі цієї облікової картки людині видається її ідентифікаційний номер, який є обов'язковим для використання всіма суб'єктами при укладенні договорів, виплаті заробітної плати, дивідендів, відкритті рахунків в установах комерційних банків тощо.

Ідентифікаційний номер складається з 10-ти цифр і несе певну інформацію. Так, перші 5 цифр дорівнюють числу днів від 1 січня 1900 року до дня народження людини (1 січня 1900 року має код 00001), наступні 4 цифри – це порядковий номер народжених в один день, які подали інформацію в податкову інспекцію для отримання ідентифікаційного номера. Ці цифри підраховуються в міру надходження такої інформації до Державного реєстру. Остання з цих чотирьох цифр характеризує стать людини: непарна – чоловіка, парна – жінку. Остання цифра ідентифікаційного номера є державною таємницею.

В майбутньому ідентифікаційний номер буде проставлятися в нових пластикових паспортах громадян України.

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

Примітка. Підставами для відмови у проведенні державної реєстрації фізичної особи–підприємця особи є:

- невідповідність відомостей, які вказані в реєстраційній картці, відомостям, які зазначені в документах, що подані для проведення державної реєстрації фізичної особи–підприємця;
- наявність обмежень на зайняття підприємницькою діяльністю, які встановлені законом щодо фізичної особи, яка має намір стати підприємцем;
- наявність в Єдиному державному реєстрі запису, що заявник вже є підприємцем.

За відсутності підстав для відмови державний реєстратор повинен:

- внести до Єдиного державного реєстру запис про проведення державної реєстрації фізичної особи–підприємця;
- оформити та видати заявнику (не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації) *свідоцтво про державну реєстрацію*.

Строк державної реєстрації фізичної особи–підприємця не повинен перевищувати два робочих дні з дати надходження документів.

Вид свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи–підприємця наведений на рис. 5.3.

Серія В00	№ 742246
С В І Д О Ц Т В О про державну реєстрацію фізичної особи–підприємця	
ФІЗИЧНА ОСОБА–ПІДПРИЄМЕЦЬ	
_____ (прізвище, ім'я, по батькові)	
Ідентифікаційний номер фізичної особи – платника податків та інших обов'язкових платежів	2 8 3 5 8 0 6 3 5 4
Місце проживання фізичної особи–підприємця	21036, Вінницька область, м. Вінниця, вул. Соборна, буд. 12, кв. 61.
Місце проведення державної реєстрації	Виконавчий комітет Вінницької міської ради
Дата проведення державної реєстрації	10.09.2004 р. № 2 174 000 0000 000819
Державний реєстратор _____	_____
М.П. (підпис)	(прізвище, ініціали)

Рисунок 5.3 – Форма свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи–підприємця

Після внесення до Єдиного державного реєстру запису про проведення державної реєстрації фізичної особи–підприємця державний реєстратор повинен сформувавши *реєстраційну справу*, в якій зберігається інформація щодо реєстрації фізичної особи–підприємця. 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 фізичної особи–підприємця зобов'язаний передати

відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування спеціальні *повідомлення* про проведення державної реєстрації фізичної особи-підприємця. На підставі цих повідомлень зазначені органи беруть дану фізичну особу-підприємця на облік.

Інформація про проведення державної реєстрації фізичної особи-підприємця підлягає *обов'язковому опублікуванню в спеціалізованому друкованому засобі масової інформації*, який видає уповноважений державний орган з питань державної реєстрації.

Відмову в проведенні державної реєстрації фізична особа може оскаржити в суді.

5.2 Завдання для самостійного виконання

Ви збираєтесь розпочати підприємницьку діяльність як фізична особа-підприємець. Для цього:

1. Визначіть види діяльності, якими б ви бажали займатися.
2. Складіть реєстраційну картку (форма 10) для проведення державної реєстрації фізичної особи-підприємця.

Примітка. При заповненні реєстраційної картки скористайтесь власним 10-значним ідентифікаційним номером платника податків.

5.3 Питання для самоконтролю

1. Що являє собою державна реєстрація фізичних осіб-підприємців? Де і ким здійснюється ця реєстрація?
2. Які документи повинен подати громадянин державному реєстратору для здійснення державної реєстрації його як підприємця?
3. Якою є величина реєстраційного збору за проведення державної реєстрації фізичної особи-підприємця?
4. Назвіть дії державного реєстратора після того, як він отримав документи для проведення реєстрації фізичної особи-підприємця.
5. Охарактеризуйте можливі випадки відмови в державній реєстрації фізичної особи-підприємця.
6. Що повинен зробити державний реєстратор, якщо в отриманих на реєстрацію документах немає підстав для відмови в державній реєстрації фізичної особи-підприємця?
7. З якого моменту фізична особа-підприємець вважається офіційно зареєстрованою і може законно займатися підприємницькою діяльністю?
8. Які відомості містить свідоцтво про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця?
9. Як отримати ідентифікаційний номер платника податків та інших обов'язкових платежів? Яку інформацію несе цей номер?

6

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Тема: “Створення акціонерного товариства”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички зі створення акціонерного товариства, визначення мінімальної величини його статутного фонду, а також написання інформаційного повідомлення про створення акціонерного товариства.

6.1 Теоретична частина

Акціонерні товариства – це такі підприємства, в яких весь капітал (статутний фонд) розділений на певне число рівних частин – акцій, які знаходяться у власності окремих фізичних та юридичних осіб.

Примітка. Першим в світі акціонерним товариством вважається створена в 1554 році Англійська торгова компанія для торгівлі з Росією. В 1600 році була створена знаменита англійська Ост-Індська торгова компанія, а в 1602 році – знаменита голландська Ост-Індська торгова компанія, які протягом 200 років були провідними за концентрацією капіталів та здійсненням масштабних проектів.

Акціонерні товариства є поширеною формою підприємництва, що має суттєві переваги. *По-перше*, акціонерні товариства здатні залучати для здійснення бізнесу значні грошові кошти (через випуск та розповсюдження акцій). *По-друге*, суттєво знижується величина підприємницького ризику. *По-третє*, забезпечується швидкий рух капіталів з менш прибуткових в більш прибуткові галузі виробництва, стимулюючи тим самим розвиток виробництва та науково-технічного прогресу.

Основні риси акціонерних товариств:

- засновники – будь-які фізичні та юридичні особи. В результаті об'єднання засновників утворюється нова юридична особа;

- статутний фонд акціонерного товариства складають внески засновників і учасників. Утворюється статутний фонд двома основними шляхами: через організацію публічної підписки на акції та через розподіл акцій серед засновників. В першому випадку створюється *відкрите акціонерне товариство*, а в другому – *закрите акціонерне товариство*.

У *відкритому* акціонерному товаристві учасниками можуть бути всі бажаючі, які купили акції цього товариства на фондовій біржі або придбали їх шляхом відкритої підписки. Засновники відкритого акціонерного товариства в будь-якому випадку зобов'язані бути держателями акцій на суму не менше 25% статутного фонду протягом 2-х років.

В *закритому* акціонерному товаристві весь пакет акцій розподіляється тільки серед засновників. Акції такого товариства не продаються на фондових біржах і на них не можна підписатися шляхом відкритої підписки. Закриті акціонерні товариства повинні випускати тільки *іменні* акції;

- мінімальна величина статутного фонду акціонерного товариства визначена в 1250 мінімальних заробітних плат на день створення цього товариства;

- всі засновники та учасники акціонерного товариства несуть *обмежену відповідальність* за результати його діяльності, яка визначається тільки вартістю внеску в статутний фонд, тобто вартістю придбаних акцій. Це є однією із переваг даної форми підприємницької діяльності, яка приваблює потенційних інвесторів;

- всі акціонерні товариства зобов'язані щорічно публікувати у відкритому друці свої звіти про результати фінансової діяльності та баланси.

На момент проведення установчих зборів зі створення акціонерного товариства повинна бути зроблена підписка не менше ніж на 60% акцій (для відкритого товариства) або внесені кошти не менш ніж за 50% вартості акцій (для закритих товариств). Якщо цього не зроблено, то акціонерне товариство вважається не заснованим;

Прибуток, що його отримує акціонерне товариство, розподіляється так: спочатку сплачуються обов'язкові податки і збори, а потім на загальних зборах товариства вирішується питання про порядок розподілу прибутку та виплати дивідендів. При цьому обов'язково враховується вид акцій, що їх мають акціонери. Ті акціонери, хто придбав *привілейовані* акції, отримують гарантії виплати підвищених (або певного рівня) дивідендів без залежності від величини отриманого акціонерним товариством прибутку. Правда, ці акціонери зазвичай втрачають право голосу на зборах акціонерів (якщо інше не записано в засновницьких документах). Ті акціонери, хто придбав *звичайні (прості)* акції, можуть сподіватись на виплату дивідендів лише при отриманні акціонерним товариством достатнього прибутку.

Акціонерні товариства мають складну, 4-х рівневу схему управління. *Вищим органом управління* є збори акціонерів, які проводяться один раз на рік. Загальні збори визнаються правочинними, якщо в них беруть участь акціонери, які мають відповідно до статуту товариства більше 60% голосів. Збори акціонерів визначають основні напрямки діяльності товариства, затверджують статут тощо. Найважливіші питання діяльності акціонерного товариства вирішуються кваліфікованою більшістю голосів, яка складає 75% голосів. Решта рішень приймається простою більшістю голосів. У зборах мають право брати участь всі акціонери, де вони голосують при прийнятті рішень за принципом "одна акція – один голос".

Разом з тим потрібно відмітити, що статус рядових власників акцій акціонерного товариства вельми своєрідний. Хоча кожен з них є співвласником товариства і бере участь у прийнятті рішень, конкретного впливу на роботу акціонерного товариства він практично не здійснює, тому що не має контрольного пакета акцій і не входить до керівних органів товариства.

Спостережна рада складається із засновників акціонерного товариства. В акціонерному товаристві, яке налічує понад 50 акціонерів, створен-

ня спостережної ради обов'язкове. Спостережна рада працює між зборами акціонерів і вирішує всі питання за винятком тих, які є у виключній компетенції зборів акціонерів. Очолює спостережну раду Президент акціонерного товариства або Голова ради директорів. Члени спостережної ради не можуть бути членами виконавчого органу акціонерного товариства та ревізійної комісії.

Генеральна дирекція (правління) є виконавчим органом акціонерного товариства і організує виконання рішень спостережної ради. Роботою генеральної дирекції (правлінням) керує Генеральний директор (Голова правління), який обирається так, як це зазначено в статуті товариства. Це може бути, наприклад, обрання на загальних зборах товариства, призначення спостережною радою тощо. Генеральна дирекція (Правління) вирішує поточні питання діяльності акціонерного товариства. Генеральний директор акціонерного товариства має право без доручення здійснювати будь-які дії від імені товариства.

Ревізійна комісія здійснює контроль за фінансово-господарською діяльністю акціонерного товариства. Комісія обирається із числа членів акціонерного товариства на загальних зборах акціонерів. Ревізійна комісія складає висновки за річними звітами та балансами товариства, доповідає про результати проведених нею перевірок фінансової діяльності на загальних зборах акціонерів. Ревізійна комісія зобов'язана вимагати позачергового скликання загальних зборів акціонерів у разі виникнення загрози законним інтересам акціонерів або виявлення зловживань з боку посадових осіб товариства.

Створення акціонерного товариства передбачає проведення низки робіт.

1-й крок: проводяться збори засновників (фізичних та юридичних осіб), на яких приймається рішення про створення акціонерного товариства. Це рішення оформлюється відповідним *протоколом*.

Засновники складають та приймають *засновницький договір*, в якому визначаються мета та напрямки діяльності майбутнього товариства; величина та механізм формування статутного фонду; даються відомості про засновників; обумовлюються майнові, фінансові, організаційні умови взаємодії між ними; визначається порядок розподілу прибутку та покриття збитків тощо.

2-й крок: один із засновників відкриває в комерційному банку рахунок для формування статутного фонду майбутнього акціонерного товариства.

3-й крок: публікація в пресі *інформаційного повідомлення* про створення акціонерного товариства відкритого типу. Мета інформаційного повідомлення – зацікавити потенційних інвесторів вкласти свої гроші в акціонерне товариство, що створюється.

Інформаційне повідомлення складається довільним способом і може вміщувати такі основні розділи:

а) загальна характеристика акціонерного товариства. Тут подаються відомості про назву майбутнього акціонерного товариства, його місце знаходження, склад засновників (як юридичних, так і фізичних), розмір їх внесків до статутного фонду, загальну величину статутного фонду, відомості про майбутніх керівників товариства, місце їх попередньої роботи, здобутки, яких вони досягли тощо;

б) мета, предмет та напрямки діяльності акціонерного товариства, яке створюється. Тут подаються відомості про предмет та мету діяльності акціонерного товариства; визначаються основні напрямки інвестиційної політики; дається характеристика проектів, які планується реалізувати майбутнім товариством тощо;

в) відомості про випуск акцій та умови їх придбання. Тут подаються відомості про номінальну вартість акції; кількість звичайних та привілейованих акцій, що випускаються; про порядок, форми (готівкова чи безготівкова), місце та спосіб підписки на акції тощо.

Підписка на акції може здійснюватись безпосередньо самим акціонерним товариством, що відбувається нечасто, або через посередників. Посередниками можуть виступати інвестиційні фонди, інвестиційні компанії, комерційні банки. Всі вони повинні бути зазначені в інформаційному повідомленні.

Економічні відносини між майбутнім акціонерним товариством (емітентом) та посередниками визначаються відповідною угодою між ними та можуть будуватися на *комісійній основі*, коли посередник розповсюджує акції від свого імені, але за рахунок емітента, та на *комерційній основі*, коли посередник купує в емітента всі акції за певною ціною, а реалізує їх за іншою, більш високою ціною. Такий спосіб розповсюдження акцій називається *андерайтинг*;

г) відомості для акціонерів. Тут подаються відомості про ризики, які можуть завадити здійсненню запропонованих проектів, дається інформація про права акціонерів, місце та порядок виплати дивідендів, порядок вирішення суперечок тощо;

д) інші відомості. Тут подаються відомості, які можуть підвищити зацікавленість майбутніх інвесторів та спонукати їх зробити підписку на акції акціонерного товариства, що створюється.

Примітка. Якщо акціонерне товариство було створене раніше і з метою розширення своєї діяльності здійснює додатковий випуск акцій (тобто збільшує свій статутний фонд), то дається інформація про результати роботи цього товариства за минулі періоди, приводяться баланси активів і пасивів, прибутків і витрат тощо.

Приклад написання інформаційного повідомлення про створення акціонерного товариства наведений на рис. 6.1.

Інформація про створення Народної нафтової інвестиційно-промислової компанії "НІПЕК"

А. Основні відомості про емітента

1. Народна нафтова інвестиційно-промислова компанія "НІПЕК" заснована 5 листопада 2003 року як акціонерне товариство відкритого типу із статутним фондом 100 млн. грн., поділеним на 90 млн. звичайних та 10 млн. привілейованих акцій номіналом по 1 грн.

2. Юридична адреса засновників: індекс ____ м. ____, вул. ____, буд. ____, тел. ____

3. Предмет діяльності компанії:

- розвідування, видобуток, переробка, транспортування, зберігання і торгівля нафтою та нафтопродуктами;
- участь в капіталі інших акціонерних товариств;
- виробництво обладнання та матеріалів для нафтової промисловості;
- робота з цінними паперами, біржова діяльність;
- інша не заборонена законом діяльність.

4. Склад засновників, їх адреси, розмір внеску до статутного фонду та його питома вага:

- підприємство "Х", адреса ____, внесок до статутного фонду 3 млн. грн. або 3%;
- підприємство "У", адреса ____, внесок до статутного фонду 2 млн. грн. або 2%;
- гр-н "Z", паспорт ____, внесок до статутного фонду 100 тис. грн., або 0,1 %;
-

5. Органи управління компанією:

- загальні збори акціонерів;
- спостережна рада;
- правління.

До виключної компетенції зборів відносяться питання затвердження та змін статуту, затвердження річних звітів та балансів, вибори керівного складу тощо.

В проміжках між загальними зборами вищим органом управління є Спостережна рада, до якої пропонується обрати:

- Петренка О.А., рік народження, освіта, спеціальність, посади, які займав, місце останньої роботи;
- Ігнатенка В.В., рік народження, освіта, спеціальність, посади, які займав, місце останньої роботи;
-

Б. Проекти, які пропонується реалізувати

1. Довгострокові проекти: реконструкція і розвиток машинобудівних підприємств для нафтопереробної промисловості; розвиток мережі автозаправних станцій; тощо.

2. Середньострокові проекти: оренда земель, нафтовидобуток, виробництво засобів для ефективного видобутку нафти, виробництво моторних мастил, створення транспортно-перевалкових баз для нафтопродуктів, ... тощо.

3. Короткотермінові проекти: комерційні угоди з купівлі-продажу нафти та нафтопродуктів, переробка нафти, тощо.

4. Проекти з неосновних видів діяльності: будівництво населених пунктів на території регіону, розробка промислових холодильників і теплогенераторів, створення мережі масових комунікацій в регіонах, тощо.

5. Для реалізації поставлених завдань планується щорічно спрямовувати інвестиції компанії у таких пропорціях:

- на реалізацію довгострокових проектів – 10-15%;
- на реалізацію середньострокових проектів – 15-20%;
- на реалізацію короткострокових проектів – 65-75%.

6. Структура довгострокових інвестицій:

- видобуток нафти та газу – 50%;
- переробка нафти та нафтопродуктів – 10%;
- транспортування нафтопродуктів та їх зберігання – 15%;
- роздрібна торгівля нафтопродуктами – 10%;
- машинобудування для видобутку і переробки нафти і газу – 15%.

7. Структура середньо- та короткострокових інвестицій:

- лісозаготівля та лісопереробка – 25%;
- будівництво, в тому числі житлове – 35%;
- системи масових комунікацій в регіонах – 20%;
- інші види інвестицій, включаючи інвестиції в цінні папери – 20%.

Питома вага інвестицій в додаткові напрямки діяльності не перевищує 50% від інвестицій в основну діяльність.

V. Відомості про випуск акцій

1. Первинне розміщення акцій здійснюється як серед юридичних, так і фізичних осіб з оплатою за акції готівкою або безготівково. На всю суму придбаних акцій видається один сертифікат, який засвідчує право володіння акціями. Сертифікати акцій випускаються двох серій ВВ та ВН з шестизначним номером. Обидві серії дають рівні права їх власникам. Акції купуються на основі угоди-заявки, в якій обумовлюються вартість, умови придбання та оплати акцій.

2. Розмір дивідендів визначається Спостережної радою та затверджується загальними зборами акціонерів. Дата оголошення дивідендів, облік акціонерів та дата виплати дивідендів визначаються спостережною радою та затверджуються загальними зборами акціонерів.

Виплата дивідендів здійснюється не пізніше ніж через три місяці після загальних зборів акціонерів.

Величина дивідендів прогнозується на 4...6% вищою за середні ставки депозитних вкладів в комерційних банках.

У випадку перевищення заявок на розміщення акцій “НПЕК” може прийняти рішення про збільшення статутного фонду акціонерного товариства.

3. Розміщення акцій починається 10 грудня 2003 року. Закінчення розміщення – 10 червня 2004 року.

4. Розміщення акцій здійснює інвестиційна компанія “Надра”, яка розташована за адресою: м. _____, вул. _____, буд. _____, тел. _____

Г. Фактори (ризиків), які можуть зашкодити реалізації проекту

1. Політичні фактори: неприйняття урядом чіткої політики щодо приватизації, оподаткування, порядку використання надр тощо.

2. Економічні фактори: ціни на нафту на нафтопродукти; конкретна ситуація в галузі; конкуренція в галузі тощо.

3. Технологічні фактори: погіршення екологічних умов в місцях видобутку, екологічні втрати від спалення газового конденсату тощо.

4. Соціальні фактори: соціально-політична нестабільність в країні та регіоні.

Це потрібно прочитати обов'язково:

Інвестиційна компанія “Надра” має виключні права на розміщення акцій компанії “НПЕК”. “Надра” запрошує всіх зацікавлених осіб для укладення взаємовигідних агентських угод із розміщення акцій компанії “НПЕК”.

Рисунок 6.1 – Зразок написання інформаційного повідомлення про організацію підписки на акції акціонерного товариства, що створюється

4-й крок: організація підписки на акції. Від того, наскільки успішно проведено цей етап, залежить успіх задуму створення акціонерного товариства.

Для придбання акцій акціонерного товариства інвестор (тобто будь-яка юридична або фізична особа) повинен повідомити емітента або посередника про кількість акцій, на яку він згоден зробити підписку, та сплатити певну частину (не менше 10%) вартості цих акцій. До моменту закінчення строку підписки повинно бути розповсюджено (підписано) не менше 60% всіх акцій. Якщо ця умова не виконана, то акціонерне товариство вважається не створеним, а внески, що їх перерахували інвестори, підлягають поверненню протягом 30 днів.

Всі витрати на реалізацію цих операцій несуть засновники. Якщо заявок на придбання акцій надійде більше, ніж є самих акцій, то засновники можуть відхилити частину заявок або прийняти рішення про збільшення величини статутного фонду.

5-й крок: Якщо підписка на акції проведена успішно, то скликаються *установчі збори*, на які запрошуються всі засновники та учасники, тобто всі ті, хто підписався на акції.

Установчі збори приймають рішення про створення акціонерного товариства, затверджують статут, здійснюють вибори керівників акціонерного товариства, затверджують (при доцільності) пільги для засновників тощо.

6-й крок: реєстрація акціонерного товариства в державному органі реєстрації. З моменту державної реєстрації діяльність засновників закінчується. Засновники і учасники стають рівноправними партнерами і діють в подальшому згідно зі статутом акціонерного товариства.

Всі угоди, укладені від імені акціонерного товариства до моменту державної реєстрації, визнаються чинними тільки за умови їх подальшого схвалення установчими зборами. Угоди, укладені засновниками до моменту державної реєстрації акціонерного товариства і надалі не схвалені установчими зборами, тягнуть за собою правові наслідки тільки для засновників.

Одним із актуальних питань при створенні акціонерного товариства є визначення *величини статутного фонду*. При визначенні величини статутного фонду засновникам слід враховувати дві обставини:

а) статутний фонд повинен бути таким, щоб *забезпечити загальну потребу в коштах*, необхідних для здійснення підприємницької діяльності та отримання очікуваного результату;

б) потрібно *забезпечити привабливість акцій для фізичних та юридичних осіб (інвесторів)*, які при виборі напрямків вкладання своїх вільних коштів віддали б перевагу саме даному акціонерному товариству.

Існує низка *методик* визначення величини статутного фонду акціонерного товариства.

Одна з таких методик передбачає розрахунок *мінімальної величини статутного фонду*. Ця методика базується на забезпеченні перевищення ставки дивідендів майбутнього акціонерного товариства над середньою ставкою депозитних вкладів в комерційних банках. Дана методика передбачає проведення таких розрахунків:

а) визначають розрахункову ставку дивідендів β , яка б гарантувала залучення грошових коштів інвесторів:

$$\beta = (\alpha + \eta) \geq \delta \quad \%, \quad (6.1)$$

де α – річний рівень інфляції в країні, %;

η – величина, що характеризує ризик вкладання грошей в акції підприємства, $\eta = 5 \dots 30\%$;

δ – середня ставка процентів при вкладанні грошей на депозитні рахунки комерційних банків, %.

У всіх випадках розрахункова ставка дивідендів β повинна бути *більшою* за річну ставку банківських процентів по депозитних вкладах;

б) визначають прогнозований прибуток Π , який може отримати акціонерне товариство від виконання поставлених завдань з виготовлення та збуту продукції. Величину прогнозованого прибутку Π можна розрахувати за формулою:

$$\Pi = \sum_1^n \Pi_i \cdot N_i - \left[\sum_1^n V_i \cdot N_i + C \right] - \text{ПДВ} \quad \text{грн.}, \quad (6.2)$$

де Π_i – ціна реалізації виробу i -го найменування, грн.;

N_i – кількість виробів i -го найменування, які планується виготовляти за рік, шт.;

$\sum_1^n V_i \cdot N_i + C$ – витрати акціонерного товариства на виготовлення та реалізацію продукції, грн.;

V_i – величина змінних витрат (матеріали, заробітна плата тощо), які припадають на один виріб i -го найменування, грн.;

C – величина постійних витрат (обладнання, оренда приміщень тощо), необхідних для виконання поставлених завдань, грн.;

n – число найменувань виробів, що їх планується виготовляти;

ПДВ – прогнозована величина податку на додану вартість, який повинно сплатити акціонерне товариство.

Величину ПДВ приблизно можна розрахувати за формулою:

$$\text{ПДВ} = \sum_1^n \frac{[\Pi_i - (0,5 \div 0,7) \cdot V_i] \cdot N_i}{100} \cdot \vartheta \quad \text{грн.}, \quad (6.3)$$

де ϑ – зустрічна ставка податку на додану вартість, в %;

$(0,5 \div 0,7) \cdot V_i$ – прогнозована вартість матеріалів, які потрібно купити для виготовлення одного виробу i -го найменування, грн.;

в) розраховують величину чистого прибутку Π_p акціонерного товариства після сплати ним податку на прибуток:

$$\Pi_p = \Pi \cdot \left(1 - \frac{\lambda}{100}\right) \quad \text{грн.}, \quad (6.4)$$

де λ – ставка податку на прибуток, в %;

д) розраховують масу дивідендів M , тобто суму коштів, які можуть бути спрямовані на виплату дивідендів після того, як будуть зроблені внески в резервний та інші фонди акціонерного товариства:

$$M = \Pi_p \cdot \left(1 - \frac{\omega}{100}\right) = \Pi_p - \text{ФРВ} \quad \text{грн.}, \quad (6.5)$$

де ω – ставка відрахувань у фонд розвитку виробництва та інші обов'язкові фонди, в %;

ФРВ – відрахування у фонд розвитку виробництва та інші обов'язкові фонди, грн.;

е) визначають мінімальну величину статутного фонду Φ акціонерного товариства:

$$\Phi = \frac{M}{\beta} \cdot 100\% \quad \text{грн.}, \quad (6.6)$$

де β – розрахункова ставка дивідендів, в %.

Розрахована за формулою 6.6 мінімальна величина статутного фонду забезпечує виконання тільки одного показника, а саме: ставка дивідендів буде вищою, ніж середньорічна ставка по депозитних вкладах у комерційних банках.

Далі мінімальну величину статутного фонду порівнюють з реальними витратами, які повинно понести акціонерне товариство для реалізації поставленої мети. Якщо мінімальна величина статутного фонду не забезпечує реалізації поставленої задачі, то величину статутного фонду або збільшують, або приймають рішення про додаткове залучення коштів з інших джерел, наприклад, за рахунок випуску облігацій, отримання кредитів тощо.

Після остаточного погодження величини статутного фонду визначається кількість звичайних та привілейованих акцій, які будуть випущені на первинний ринок. Номінальну вартість акції визначають засновники. При цьому слід враховувати, що номінальна вартість акції повинна дорівнювати числу, яке кратне 25 копійкам, а кількість привілейованих акцій не може перевищувати 10% від загальної кількості випущених акцій. Всі інші акції – звичайні.

6.2 Завдання для самостійного виконання

В таблиці 6.1 наведені дані про можливі результати виготовлення та реалізації виробів “А”, “Б” та “В” акціонерним товариством, яке планується створити.

Таблиця 6.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Спосіб розміщення акцій	Ціна виробів Ц, грн.			Змінні витрати V, грн.			Кількість виробів N, млн. шт.			С, млн. грн.	α %	η %	ρ %	λ %	ω %
		А	Б	В	А	Б	В	А	Б	В						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1	Емітентом	5	3	4	3,1	1,2	3	1,1	1,2	1,3	0,9	6	5	16	30	57
2	Посередником	6	5	3	2,4	1,3	2,2	1,0	1,1	1,4	0,8	7	6	17	31	60
3	Емітентом	7	6	5	4,6	2,4	2,3	1,6	1,2	1,3	0,89	7	6	20	25	50
4	Посередником	6	9	8	3,5	5,7	5,6	1,3	1,4	1,1	1,01	8	5	15	28	54
5	Емітентом	7	6	5	3,5	3,4	2,3	1,0	1,1	1,2	1,14	9	4	16	27	46
6	Посередником	8	8	6	3,5	4,6	3,5	0,9	0,8	2,0	1,13	8	5	17	25	56
7	Емітентом	6	5	7	3,5	2,4	2,4	0,8	0,7	0,9	1,1	10	6	18	26	54
8	Посередником	9	8	7	5,8	4,7	3,6	1,5	1,4	1,3	1,3	13	5	19	30	56
9	Емітентом	8	7	6	4,7	3,6	2,5	1,3	1,4	1,5	1,2	8	4	16	32	48
10	Посередником	3	4	5	1,2	1,2	2,4	2,0	0,7	0,5	1,14	9	5	15	31	53
11	Емітентом	5	6	7	1,2	1,3	1,4	0,5	0,4	0,6	1,0	8	6	14	32	45
12	Посередником	7	5	3	3,6	2,4	1,2	1,0	1,1	1,2	1,4	7	5	15	30	65
13	Емітентом	7	4	6	3,6	1,3	1,3	2,0	1,5	1,0	1,1	8	4	16	35	46
14	Посередником	9	9	8	4,7	3,6	2,5	0,8	0,9	0,7	0,13	9	5	17	32	48
15	Емітентом	8	9	10	4,6	4,7	4,8	0,7	0,9	2,3	0,36	12	6	18	34	65
16	Посередником	10	11	12	5,9	8	8,1	1,6	1,7	1,3	1,13	13	5	19	32	43
17	Емітентом	21	20	23	14	13	12	0,6	0,5	0,9	1,7	11	4	18	30	46
18	Посередником	15	16	17	10	8	7	0,7	0,8	0,6	1,2	10	5	17	31	57
19	Емітентом	13	12	14	7	6	8	1,1	1,2	1,3	2,0	7	6	16	30	65
20	Посередником	54	43	32	44	30	20	1,4	1,3	1,5	2,3	8	7	15	28	45
21	Емітентом	22	23	24	13	11	10	0,8	0,9	0,8	3,0	9	6	16	27	48
22	Посередником	6	7	8	3,5	2,4	1,3	0,9	0,7	0,8	1,7	8	5	17	29	65
23	Емітентом	5	6	7	1,3	1,4	1,5	1,0	1,1	1,2	1,1	7	4	18	31	55
24	Посередником	8	7	6	3,6	2,5	1,4	1,2	1,3	1,3	2,11	13	5	18	30	56
25	Емітентом	5	4	3	1,3	1,2	0,6	1,4	1,6	1,3	1,26	11	6	17	32	65
26	Посередником	11	12	13	5	6	8	1,0	1,1	1,2	3,3	12	7	16	34	56
27	Емітентом	13	14	15	8	8	9	1,6	1,2	1,4	3,03	11	6	15	36	55

Продовження таблиці 6.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
28	Посередником	23	24	25	15	16	15	1,0	1,2	1,3	2,04	8	5	20	31	55
29	Емітентом	21	23	24	14	13	15	1,0	2,0	2,1	1,27	9	5	21	30	47
30	Посередником	15	16	17	9	9	10	1,4	2,2	2,4	3,15	10	6	16	28	54
31	Емітентом	13	12	11	7	6	5	1,5	1,6	1,3	4,30	9	7	17	29	75
32	Посередником	9	7	5	5	4,5	3,3	2,0	2,1	2,3	5,20	8	6	18	30	69

Керуючись даними завдання, наведеного в таблиці 6.1, потрібно:

1. Розрахувати прогнозований прибуток, який може отримати акціонерне товариство, що створюється, від випуску та реалізації виробів “А”, “Б” та “В”.

2. Розрахувати можливу величину чистого прибутку акціонерного товариства.

3. Визначити розрахункову ставку дивідендів, яка б гарантувала залучення грошових коштів інвесторів в новостворюване акціонерне товариство.

4. Розрахувати масу дивідендів.

5. Розрахувати мінімальну величину статутного фонду акціонерного товариства.

6. Прийняти мінімальну величину статутного фонду акціонерного товариства за реальну.

7. Вибрати номінал акцій, які планується випустити в обіг.

8. Визначити кількість звичайних та привілейованих акцій, які акціонерне товариство планує запропонувати для придбання потенційним інвесторам.

9. Скласти інформаційне повідомлення про створення акціонерного товариства. Види діяльності майбутнього акціонерного товариства та інші відомості, необхідні для створення акціонерного товариства, визначити самостійно.

10. Зробити висновки.

6.3 Питання для самоконтролю

1. Що таке акціонерне товариство? З якою метою створюються акціонерні товариства?

2. Охарактеризуйте основні риси акціонерного товариства як форми підприємницької діяльності.

3. Зробіть порівняльну характеристику відкритих та закритих акціонерних товариств.

4. Зробіть порівняльну характеристику прав власників привілейованих та простих акцій акціонерного товариства.

5. Яку майнову відповідальність несуть власники акцій за результати роботи акціонерного товариства?

6. Наведіть міркування з приводу того, як здійснюється вибір величини статутного фонду акціонерного товариства.

7. Яку схему управління має акціонерне товариство?

8. Назвіть основні питання, які вирішують загальні збори акціонерного товариства, спостережна рада, правління та ревізійна комісія.

9. За яким принципом приймаються рішення акціонерами на загальних зборах акціонерного товариства?

10. Назвіть та охарактеризуйте основні кроки створення акціонерного товариства.

11. Що являє собою інформаційне повідомлення про створення акціонерного товариства? З якою метою воно публікується? Які відомості повинно вміщувати?

12. Яким способом здійснюється розміщення акцій акціонерного товариства? Охарактеризуйте економічні відносини, які виникають між акціонерним товариством (емітентом) та посередником, який здійснює розміщення акцій акціонерного товариства.

13. Що таке андеррайтинг?

6.4 Задачі для самостійного розв'язання

1. Розрахуйте мінімальну величину статутного фонду акціонерного товариства, якщо засновники планують отримувати щорічний прогнозований прибуток 100 тис. грн., із якого 40 тис. грн. планується спрямовувати до фонду розвитку виробництва. Ставка податку з прибутку – 30%, прогнозований рівень інфляції – 5%, величина ризику оцінюється в 6%. Ставка по депозитних вкладах в комерційних банках дорівнює 15%.

2. Розрахуйте мінімальну величину статутного фонду акціонерного товариства, якщо засновники планують отримувати щорічний прогнозований прибуток 120 тис. грн., із якого 30 тис. грн. планується спрямовувати до фонду розвитку виробництва. Ставка податку з прибутку – 30%, прогнозований рівень інфляції – 4%, величина ризику оцінюється в 6%. Ставка по депозитних вкладах в комерційних банках дорівнює 8%.

3. Мінімальна величина статутного фонду акціонерного товариства визначена в сумі 2 млн. грн. Прогнозований прибуток планується на рівні 1500 тис. грн. в рік. Ставка податку з прибутку – 30%, рівень інфляції – 7%, величина ризику оцінюється в 5%. Ставка по депозитних вкладах в комерційних банках дорівнює 20%.

Розрахуйте, скільки грошей акціонерне товариство планує спрямовувати до фонду розвитку виробництва.

4. Мінімальна величина статутного фонду акціонерного товариства визначена в сумі 4 млн. грн. Прогнозований прибуток планується на рівні

3000 тис. грн. в рік. Ставка податку з прибутку – 30%, рівень інфляції – 7%, величина ризику оцінюється в 5%. Ставка по депозитних вкладах в комерційних банках дорівнює 10%.

Розрахуйте, скільки грошей акціонерне товариство планує спрямовувати до фонду розвитку виробництва.

5. Мінімальна величина статутного фонду акціонерного товариства визначена в сумі 10 млн. грн. До фонду розвитку виробництва акціонерне товариство планує спрямовувати 1 млн. грн. Ставка податку з прибутку – 30%, рівень інфляції – 8%, величина ризику оцінюється в 7%. Ставка по депозитних вкладах в комерційних банках – 12%.

Розрахуйте, яку величину прогнозованого прибутку за рік може отримати акціонерне товариство.

6. Мінімальна величина статутного фонду акціонерного товариства визначена в сумі 5 млн. грн. До фонду розвитку виробництва акціонерне товариство планує спрямовувати 0,8 млн. грн. Ставка податку з прибутку – 30%, рівень інфляції – 8%, величина ризику оцінюється в 7%. Ставка по депозитних вкладах в комерційних банках – 20%.

Розрахуйте, яку величину прогнозованого прибутку за рік може отримати акціонерне товариство.

7. Засновники акціонерного товариства визначили мінімальну величину статутного фонду в 1000 тис. грн. і планують отримати прогнозований прибуток за рік в сумі 400 тис. грн. До фонду розвитку виробництва планується спрямовувати 100 тис. грн. Ставка податку з прибутку – 30%. Рівень ризику оцінюється в 8%.

Розрахуйте прогнозований рівень інфляції в країні за рік.

8. Засновники акціонерного товариства визначили мінімальну величину статутного фонду в 3000 тис. грн. і планують отримати прогнозований прибуток за рік в сумі 900 тис. грн. До фонду розвитку виробництва планується спрямовувати 220 тис. грн. Ставка податку з прибутку – 30%. Прогнозований рівень інфляції в країні – 8,7%.

Розрахуйте рівень ризику вкладання грошей в акції новоствореного акціонерного товариства.

6.5 Відповіді на задачі

- | | | |
|-------------------|------------------|------------------|
| 1. 200 тис. грн. | 2. 540 тис. грн. | 3. 605 тис. грн. |
| 4. 1620 тис. грн. | 5. 3,57 млн.грн. | 6. 2,57 млн.грн. |
| 7. 10%. | 8. 5%. | |

7

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Тема: “Розрахунок вартості об’єкта права інтелектуальної власності”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички розрахунку вартості об’єкта права інтелектуальної власності, що виступає внеском до статутного фонду господарського товариства.

7.1 Теоретична частина

Кожен засновник (учасник) господарського товариства має право вносити до статутного фонду цього товариства будь-які матеріальні та інтелектуальні цінності, які він має у своїй власності, а також певні права, якими володіє дана особа. Оцінювання вартості цих цінностей здійснюється самими засновниками за погодженням між собою та із господарським товариством в цілому.

Для обліку цих цінностей в структурі бухгалтерського балансу підприємства в верхній частині, яка має назву “Актив”, виділяються основні та оборотні засоби, а також так звані *нематеріальні активи*.

До нематеріальних активів належить все те, що безпосередньо не пов’язане з виробництвом продукції, але за певних умов може суттєво впливати на процес виробництва, збільшення продуктивності праці, підвищення якості продукції тощо, що врешті-решт може принести підприємству *додатковий дохід*.

В загальному вигляді до нематеріальних активів відносяться:

- об’єкти права інтелектуальної власності;
- об’єкти права користування ресурсами природного середовища;
- об’єкти права користування економічними, організаційними та іншими вигодами;
- гудвіл (ділова репутація).

Об’єкти права інтелектуальної власності – це все те, що винайдено розумом людини, створено її працею, належить цій людині і може бути юридично захищено. Конвенція Всесвітньої організації інтелектуальної власності, яка була прийнята у Стокгольмі 14 липня 1967 року, передбачає, що об’єктами інтелектуальної власності є літературні, художні твори та наукові праці; виконавська діяльність артистів, фонограми та радіопередачі; винаходи; наукові відкриття; промислові зразки; товарні знаки, знаки обслуговування та фірмові найменування і позначення тощо.

В Україні до об’єктів права інтелектуальної власності відносяться *об’єкти права промислової власності та об’єкти авторського права*.

Об’єктами права *промислової власності* в Україні визнаються:

- *винаходи*, які засвідчені *патентами*. Об’єктом винаходу може бути продукт, пристрій, речовина, спосіб;

- *корисні моделі*, які засвідчені *патентами*. Об'єктом корисної моделі може бути конструктивне використання пристрою, механізму, машини тощо;

- *промислові зразки*, які засвідчені *патентами*. Об'єктом промислового зразка може бути форма або малюнок, які визначають зовнішній вигляд промислового виробу, деталі, машини тощо;

- *знаки для товарів і послуг*, які засвідчені *свідоцтвами*. Об'єктом права власності на знак можуть бути словесні, зображувальні, об'ємні та інші позначення, виконані в будь-якому кольорі;

- *сорти рослин*, які засвідчені *патентами*.

Власником даних об'єктів права визнається той, *хто першим заявив* про це, подавши заявку до Державного департаменту інтелектуальної власності України.

Об'єктами *авторського права* в Україні визнаються:

- літературні письмові твори (книги, брошури, статті тощо);

- виступи, лекції, промови, проповіді та інші усні твори;

- музичні, драматичні, музично-драматичні твори, пантоміми, хореографічні твори, аудіовізуальні твори тощо;

- твори архітектури та прикладного мистецтва;

- фотографії, ілюстрації, карти, плани, ескізи, що стосуються географії, геології, топографії, архітектури;

- скульптури, картини, малюнки, фотографії, гравюри, літографії та інші твори образотворчого мистецтва;

- сценічні обробки творів, переклади тощо (без заподіяння шкоди оригінальним творам);

- фірмове найменування, яке має кожна юридична особа;

- програми для ЕОМ;

- база даних, тобто сукупність інформації (статей, розрахунків, показників тощо), яка систематизована для пошуку й обробки за допомогою ЕОМ;

- науково-технічна інформація, тобто результати науково-технічних, виробничих робіт та іншої науково-технічної діяльності, що зафіксовані у формі, яка забезпечує їх відтворення, використання та поширення.

Власником даних об'єктів права визнається та особа, прізвище якої *зазначено на примірнику твору*, якщо суд не доведе іншого.

До об'єктів права користування ресурсами природного середовища відноситься право користування земельною ділянкою, надрами, інформацією про природне середовище тощо.

До об'єктів права користування економічними, організаційними та іншими вигодами відносяться економічні вигоди від користування монопольним становищем на ринку виробництва товарів та послуг, податковими та іншими пільгами тощо.

Гудвіл (ділова репутація) – це комплекс заходів, спрямованих на збільшення прибутку підприємства шляхом використання кращих управлінських здібностей, застосування ноу-хау (know-how) тощо.

Найвагомішою частиною нематеріальних активів є об'єкти права інтелектуальної власності. Саме об'єкти права інтелектуальної власності найчастіше виступають внесками до статутного фонду господарських товариств.

Експертна оцінка вартості об'єктів права інтелектуальної власності може здійснюватись такими способами:

- шляхом визначення сучасної вартості відтворення об'єктів права даної інтелектуальної власності;

- шляхом капіталізації прибутків від впровадження об'єктів права інтелектуальної власності у виробництво.

У випадку використання другого методу приблизну вартість об'єкта права інтелектуальної власності V можна розрахувати за формулою:

$$V = \frac{\Pi_d}{C_k} - V_k \quad \text{грн.}, \quad (7.1)$$

де Π_d – додатковий річний чистий прибуток, який може бути отриманий господарським товариством в результаті використання об'єкта права інтелектуальної власності, грн.;

V_k – вартість цілісного майнового комплексу, що визначається за балансом підприємства, грн.;

C_k – ставка капіталізації прибутків, що складає 0,12.

Якщо при застосуванні формули 7.1 буде отриманий додатний результат, то запропонований внеском до статутного фонду об'єкт права інтелектуальної власності дійсно приведе до значного покращення діяльності господарського товариства. Тому цю інтелектуальну власність можна оцінити тією сумою, яка була отримана в результаті проведених розрахунків.

Якщо результат буде від'ємний, то запропонований внеском до статутного фонду об'єкт права інтелектуальної власності не є ефективним для господарського товариства і оцінювати його недоцільно.

Примітка. Детальніше з методикою розрахунку вартості об'єкта права інтелектуальної власності, що виступає внеском до статутного фонду, можна ознайомитись у Положенні “Про порядок експертної оцінки нематеріальних активів”, яке було затверджене спільним наказом Фонду державного майна України та Державного комітету України з питань науки та технологій від 27 липня 1995 року, № 969/97.

Додатковий річний чистий прибуток Π_d можна розрахувати за формулою:

$$\Pi_d = \Pi_2 - \Pi_1, \quad (7.2)$$

де Π_1 – річний чистий прибуток, який отримувало підприємство до впровадження об'єкта права інтелектуальної власності, грн.;

Π_2 – річний чистий прибуток, який може отримати підприємство після впровадження об'єкта права інтелектуальної власності, грн.

Розрахунок величини чистого прибутку здійснюється на основі складання звіту (форма 2) про фінансові результати роботи підприємства (див. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 3, яке затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р., № 87), що потребує досконалого знання основ бухгалтерського обліку.

Величину річного чистого прибутку Π спрощено можна розрахувати за формулою:

$$\Pi = Д - V_T = (V_p - \text{ПДВ}) - V_T = V_p \cdot \left(1 - \frac{\beta}{100}\right) - V_T, \quad (7.3)$$

де $Д$ – дохід, який підприємство отримує за рік, грн.;

V_T – витрати підприємства за рік, грн.;

V_p – виручка від реалізації продукції за рік, грн.;

ПДВ – величина податку на додану вартість, грн.;

β – ставка податку на додану вартість, %.

Дохід $Д$, який підприємство отримує за рік, розраховується за формулою:

$$Д = V_p \cdot \left(1 - \frac{\beta}{100}\right). \quad (7.4)$$

Виручку від реалізації продукції V_p можна розрахувати за формулою:

$$V_p = \sum_1^n C_{pi} \cdot N_i, \quad (7.5)$$

де C_{pi} – ціна реалізації виробу i -го найменування, грн.;

N_i – кількість виробів i -го найменування, які були реалізовані за рік, шт.;

n – кількість найменувань видів виробів.

Витрати підприємства V_T за рік спрощено можна розрахувати за формулою:

$$V_T = V_o + \Pi_n, \quad (7.6)$$

де V_o – витрати підприємства від операційної діяльності, грн.;

Π_n – податок на прибуток, що сплачує підприємство, грн.

Витрати від операційної діяльності V_o приблизно можна розрахувати за формулою:

$$V_o = \sum_1^n (M + A + 3\Pi + \Phi) \cdot N_i + \sum_1^m I_n, \quad (7.7)$$

де M – витрати матеріалів на виготовлення одного виробу, грн.;
 $ЗП$ – основна і додаткова заробітна плата виробничих робітників в розрахунку на один виріб, грн.;

A – амортизаційні відрахування в розрахунку на один виріб, грн.;

Φ – відрахування до обов'язкових фондів соціального страхування, Пенсійного фонду тощо в розрахунку на один виріб, грн.;

N_i – кількість виробів i -го найменування, які були реалізовані за рік, шт.;

$\sum_1^m I_n$ – всі інші витрати підприємства. До цих витрат відносяться:

змінні розподілені загальновиробничі витрати; постійні і нерозподілені загальновиробничі витрати; адміністративні витрати, витрати на збут та всі інші витрати, які несе підприємство на виготовлення та реалізацію продукції, грн.;

m – кількість видів витрат.

Податок на прибуток Π_n , що сплачує підприємство, можна розрахувати за формулою:

$$\Pi_n = \frac{(D - B_o) \cdot \lambda}{100}, \quad (7.8)$$

де λ – ставка податку на прибуток, %.

Покажемо застосування вищенаведеної методики для оцінювання вартості об'єкта права інтелектуальної власності на прикладі.

Приклад:

На підприємстві виготовляються вироби, ціна реалізації кожного з яких складає 1200 грн. На виготовлення одного виробу витрачається: матеріали – 220 грн., основна та додаткова заробітна плата виробничих робітників з обов'язковими нарахуваннями – 100 грн., амортизаційні відрахування – 50 грн. Річні витрати від операційної діяльності складають на підприємстві 4 млн. грн. Ставка податку на прибуток – 25%. Ставка податку на додану вартість – 20%.

В результаті можливого впровадження певного винаходу, захищеного патентом, планується при виготовленні одного виробу скоротити витрати на матеріали на 40%, основну та додаткову заробітну плату виробничих робітників з обов'язковими нарахуваннями – на 25%. Величина інших витрат підприємства не зміниться. На впровадження винаходу потрібно витратити 120 тис. грн. При цьому за рахунок підвищення якості виробів прогнозується збільшення обсягів реалізації виробів за рік з 8000 шт. до 9000 шт. при зменшенні ціни реалізації виробу на 100 грн.

Вартість підприємства за даними бухгалтерського балансу складає 4,7 млн. грн.

Потрібно оцінити вартість об'єкта права інтелектуальної власності – патенту на винахід, що пропонується внеском до статутного фонду підприємства.

Розв'язання задачі:

1. Розрахуємо дохід D , який отримувало підприємство від реалізації виробів за рік:

$$D = 1200 \cdot 8000 \cdot \left(1 - \frac{20}{100}\right) = 7680000 \text{ грн.}$$

2. Керуючись формулою 7.7, розрахуємо інші витрати підприємства на виготовлення та реалізацію продукції:

$$\sum_1^m I_n = B_o - (M + A + 3П + \Phi) \cdot N_i \text{ грн.}$$

$$\sum_1^m I_n = 4000000 - (220 + 50 + 100) \cdot 8000 = 1040000 \text{ грн.}$$

3. Розрахуємо величину податку на прибуток Π_n , що сплачувало підприємство:

$$\Pi_n = \frac{(7680000 - 4000000) \cdot 25}{100} = 920000 \text{ грн.}$$

4. Розрахуємо витрати підприємства B_r за рік:

$$B_r = 4000000 + 920000 = 4920000 \text{ грн.}$$

5. Розрахуємо величину річного чистого прибутку Π_1 , який отримувало підприємство:

$$\Pi_1 = 7680000 - 4920000 = 2760000 \text{ грн.}$$

6. Розрахуємо витрати на матеріали M_2 в розрахунку на один виріб, що будуть мати місце після впровадження винаходу:

$$M_2 = M \cdot \left(1 - \frac{\Delta M}{100}\right) = 220 \cdot \left(1 - \frac{40}{100}\right) = 132 \text{ грн.},$$

де M – витрати на матеріали на один виріб до впровадження винаходу, грн.;

ΔM – зменшення витрат на матеріали на один виріб після впровадження винаходу, %.

7. Розрахуємо витрати на основну та додаткову заробітну плату виробничих робітників $3П_2$ з обов'язковими нарахуваннями в розрахунку на один виріб, що будуть мати місце після впровадження винаходу:

$$3П_2 = 3П \cdot \left(1 - \frac{\Delta 3П}{100}\right) = 100 \cdot \left(1 - \frac{25}{100}\right) = 75 \text{ грн.},$$

де $3П$ – витрати на основну та додаткову заробітну плату виробничих робітників з обов'язковими нарахуваннями в розрахунку на один виріб до впровадження винаходу, грн.;

$\Delta 3П$ – зменшення основної та додаткової заробітної плати виробничих робітників з обов'язковими нарахуваннями в розрахунку на один виріб після впровадження винаходу, %.

8. Розрахуємо витрати від операційної діяльності V_{o2} , які будуть мати місце на підприємстві у випадку впровадження винаходу:

$$V_{o2} = \sum_1^n (M_2 + A + 3\Pi_2 + \Phi_2) \cdot N_2 + \sum_1^m I_n + K, \quad (7.9)$$

де K – додаткові витрати на впровадження винаходу, грн.;

N_2 – кількість виробів, які можуть бути реалізовані за рік у випадку впровадження винаходу, шт.

Для нашого прикладу:

$$V_{o2} = (132 + 50 + 75) \cdot 9000 + 1040000 + 120000 = 3473000 \text{ грн.}$$

9. Розрахуємо дохід D_2 , який може отримати підприємство у випадку впровадження винаходу:

$$D_2 = C_2 \cdot N_2 \cdot \left(1 - \frac{\beta}{100}\right) = (C_1 \pm \Delta C) \cdot N_2 \cdot \left(1 - \frac{\beta}{100}\right), \quad (7.10)$$

де C_2 – ціна реалізації виробу після впровадження винаходу, грн.;

ΔC – зміна ціни реалізації виробу у випадку впровадження винаходу: (+) – при збільшенні ціни реалізації, (-) – при зменшенні ціни реалізації, грн.

Для нашого прикладу:

$$D_2 = (1200 - 100) \cdot 9000 \cdot \left(1 - \frac{20}{100}\right) = 7920000 \text{ грн.}$$

10. Розрахуємо величину податку на прибуток $\Pi_{п2}$, який повинно буде сплачувати підприємство у випадку впровадження винаходу:

$$\Pi_{п2} = \frac{(7920000 - 3473000) \cdot 25}{100} = 1111750 \text{ грн.}$$

11. Розрахуємо витрати підприємства $V_{т2}$ за рік у випадку впровадження винаходу:

$$V_{т2} = 3473000 + 1111750 = 4584750 \text{ грн.}$$

12. Розрахуємо величину річного чистого прибутку Π_2 , який може отримати підприємство у випадку впровадження винаходу:

$$\Pi_2 = 7920000 - 4584750 = 3335250 \text{ грн.}$$

13. Розрахуємо *додатковий річний чистий прибуток* $\Pi_д$, який може отримати підприємство у випадку впровадження винаходу:

$$\Pi_д = 3335250 - 2760000 = 575250 \text{ грн.}$$

14. Розрахуємо можливу вартість об'єкта права інтелектуальної власності – патенту на винахід, що пропонується внеском до статутного фонду підприємства:

$$B = \frac{P_d}{C_k} - B_k = \frac{575250}{0,12} - 4700000 = 93750 \text{ грн.}$$

Таким чином, запропонований об'єкт права інтелектуальної власності, що пропонується внеском до статутного фонду підприємства, може бути оцінений в 93750 грн.

7.2 Завдання для самостійного виконання

На підприємстві виготовляються вироби "X" та "Y". Кількість виробів N_i , що виготовляються за рік, витрати від операційної діяльності B_o , витрати на матеріали M_i , основну та додаткову заробітну плату виробничих робітників ЗП_i з обов'язковими нарахуваннями, амортизаційні відрахування A_i в розрахунку на один виріб, ціна реалізації виробу C_{pi} , ставка податку на прибуток λ , ставка податку на додану вартість β , балансова вартість підприємства B_k наведені в таблиці 7.1.

Таблиця 7.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	N_i , шт.		M_i , грн.		ЗП _i , грн.		A_i , грн.		C_{pi} , грн.		B_o , млн. грн.	λ , %	β , %	B_k , млн. грн.
	"X"	"Y"	"X"	"Y"	"X"	"Y"	"X"	"Y"	"X"	"Y"				
1	600	700	220	250	100	110	50	60	1000	1100	0,8	30	20	0,9
2	610	710	225	255	105	115	51	61	1025	1125	0,85	29	19	1,0
3	620	720	230	260	110	120	52	62	1050	1150	0,9	28	18	0,9
4	630	730	235	265	115	125	53	63	1075	1175	0,95	27	17	1,1
5	640	740	240	270	120	130	54	64	1100	1200	1,0	26	16	0,86
6	650	750	245	275	125	135	55	65	1125	1225	1,05	25	17	0,7
7	660	760	250	280	130	140	56	66	1150	1250	1,1	24	18	1,2
8	670	770	255	285	135	145	57	67	1175	1275	1,13	24	19	0,9
9	680	780	260	290	140	150	58	68	1200	1300	1,16	23	20	1,2
10	690	790	265	295	145	155	59	69	1225	1325	1,2	24	19	0,6
11	700	800	270	300	150	160	60	70	1250	1350	1,24	25	18	1,15
12	710	810	275	305	155	165	61	71	1275	1375	1,27	26	17	1,2
13	720	820	280	310	160	170	62	72	1300	1400	1,3	27	16	1,25
14	730	830	285	315	165	175	63	73	1325	1425	1,33	28	17	1,3
15	740	840	290	320	170	180	64	74	1350	1450	1,36	29	18	1,35
16	750	850	295	325	175	185	65	75	1375	1475	1,4	30	19	1,4
17	760	860	300	330	180	190	66	76	1400	1500	1,43	29	20	1,45
18	770	870	305	335	185	195	67	77	1425	1525	1,47	28	19	1,5
19	780	880	310	340	190	200	68	78	1450	1550	1,5	27	18	1,6
20	790	890	315	345	195	205	69	79	1475	1575	1,54	26	17	1,7
21	800	900	320	350	200	210	70	80	1500	1600	1,56	25	16	1,3
22	810	910	325	355	205	215	71	81	1525	1625	1,6	24	17	1,6
23	820	920	330	360	210	220	72	82	1550	1650	1,65	23	18	1,60
24	830	930	335	365	215	225	73	83	1575	1675	1,7	24	19	1,3
25	840	940	340	370	220	230	74	84	1600	1700	1,75	25	20	1,45
26	850	950	345	375	225	235	75	85	1625	1725	1,8	26	19	1,6
27	860	960	350	380	230	240	76	86	1650	1750	1,85	27	18	1,7
28	870	970	355	385	235	245	77	87	1675	1775	1,9	28	17	1,8
29	880	980	360	390	240	250	78	88	1700	1800	1,95	29	16	1,9
30	890	990	365	395	245	255	79	89	1725	1825	2,0	30	17	2,0

Фізична особа має патент на винахід, який вона бажає внести до статутного фонду підприємства. Впровадження цього винаходу дасть можливість при виготовленні одного виробу зменшити витрати на матеріали на величину $\Delta M\%$ та на основну і додаткову заробітну плату виробничих робітників з обов'язковими нарахуваннями – на $\Delta Z\%$. Окрім цього прогнозується збільшення реалізації виробів на величину ΔN_i штук за рік та зміна ціни реалізації виробу на $\pm \Delta C_i$ грн.

Ці відомості, а також величина одноразових витрат K на впровадження винаходу наведені в таблиці 7.2.

Таблиця 7.2 – Початкові дані для виконання завдання

Ва- рі- ант	$\Delta M, \%$		$\Delta ZП, \%$		$\Delta N_i, \text{ шт.}$		$\pm \Delta C_i, \text{ грн.}$		K, тис.грн.
	“X”	“Y”	“X”	“Y”	“X”	“Y”	“X”	“Y”	
1	40	38	25	23	70	75	+ 30	- 20	120
2	39	36	24	24	75	80	+ 40	- 30	122
3	38	35	23	25	80	85	+ 50	- 25	124
4	36	36	22	26	85	90	+ 35	+ 30	127
5	35	37	21	25	90	95	+ 45	+ 40	130
6	36	38	20	24	95	100	+ 25	+ 50	132
7	37	39	21	23	100	95	- 10	+ 35	135
8	38	40	22	22	95	90	- 20	+ 45	138
9	39	39	23	21	90	85	- 30	+ 25	140
10	40	38	24	20	85	80	- 25	- 10	142
11	39	36	25	21	80	75	- 15	- 20	144
12	38	35	26	22	75	70	- 20	- 30	147
13	36	36	25	23	70	75	+ 30	- 25	150
14	35	37	24	24	75	80	+ 40	- 15	153
15	36	38	23	25	80	85	+ 50	- 20	154
16	37	39	22	26	85	75	+ 35	+ 30	157
17	38	40	21	25	90	80	+ 45	+ 40	160
18	39	39	20	24	95	85	+ 25	+ 50	162
19	40	38	21	23	100	90	- 10	+ 35	165
20	39	36	22	22	95	95	- 20	+ 45	168
21	38	35	23	21	90	100	- 30	+ 25	170
22	36	36	24	20	85	95	- 25	- 10	172
23	35	37	25	21	80	90	- 15	- 20	175
24	36	38	26	22	75	85	- 20	- 30	179
25	37	39	25	23	70	80	+ 30	- 25	182
26	38	40	24	24	75	75	+ 40	- 15	185
27	39	39	23	25	80	70	+ 50	- 20	189
28	40	38	22	26	85	90	+ 35	+ 30	193
29	39	37	21	25	90	80	+ 45	+ 40	196
30	38	36	20	24	95	70	+ 25	+ 50	200

Користуючись даними таблиць 7.1 та 7.2, потрібно:

1. Вибрати дані для виконання завдання.
2. Користуючись формулами 7.3...7.8, розрахувати величину річного чистого прибутку, який отримувало підприємство до впровадження винаходу.
3. Користуючись формулами 7.3...7.10, розрахувати величину річного чистого прибутку, який може отримати підприємство у випадку впровадження винаходу.

4. Користуючись формулою 7.2, розрахувати додатковий річний чистий прибуток, який може отримати підприємство у випадку впровадження винаходу, що пропонується внеском до статутного фонду підприємства.

5. Користуючись формулою 7.1, розрахувати можливу вартість об'єкта права інтелектуальної власності – патенту на винахід, що пропонується внеском до статутного фонду підприємства.

6. Зробити висновки.

7.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте означення поняття “нематеріальні активи”. Що до них відноситься?

2. Назвіть об'єкти права інтелектуальної власності згідно з рішеннями Конвенції Всесвітньої організації інтелектуальної власності.

3. Охарактеризуйте об'єкти права промислової власності.

4. Охарактеризуйте об'єкти авторського права.

5. Поясніть принципову різницю між об'єктами права промислової власності та об'єктами авторського права.

6. Охарактеризуйте об'єкти права користування економічними, організаційними та іншими вигодами.

7. Охарактеризуйте об'єкти права користування ресурсами природного середовища.

8. Дайте означення поняття “гудвіл”. Як ви його розумієте?

9. Якими способами можна оцінити об'єкт права інтелектуальної власності, що виступає внеском до статутного фонду господарського товариства?

10. Охарактеризуйте методику, яку можна використати для оцінювання вартості об'єкта права інтелектуальної власності, що виступає внеском до статутного фонду господарського товариства.

7.4 Задачі для самостійного розв'язання

1. Підрахуйте можливу вартість патенту на винахід, який виступає внеском до статутного фонду господарського товариства, якщо його впровадження дає змогу підприємству отримати додатковий річний чистий прибуток в сумі 240 тис. грн. Балансова вартість майнового комплексу до впровадження патенту складала 1,9 млн. грн.

2. Підрахуйте можливу вартість патенту на винахід, який виступає внеском до статутного фонду господарського товариства, якщо його впровадження дає змогу підприємству отримати додатковий річний чистий прибуток в сумі 360 тис. грн. Балансова вартість майнового комплексу до впровадження патенту складала 4 млн. грн.

3. Підрахуйте, яке збільшення річного чистого прибутку повинно було отримати господарське товариство від впровадження патенту на винахід, якщо цей патент був оцінений товариством в 50 тис. грн. Балансова вартість цілісного майнового комплексу до впровадження патенту складає 600 тис. грн.

4. Підрахуйте, якою була балансова вартість майнового комплексу, якщо господарське товариство, яке впровадило патент на винахід, оцінило цей патент як внесок до статутного фонду в 100 тис. грн. і отримало додатковий річний чистий прибуток 480 тис. грн.

5. Підприємство виготовляло продукцію і отримувало річний чистий прибуток в сумі 236 тис. грн. До статутного фонду цього підприємства пропонується внесок у виді винаходу, захищеного патентом. Розрахунки показали, що при впровадженні цього винаходу цей внесок можна оцінити в 200 тис. грн. Балансова вартість майнового комплексу до впровадження винаходу складала 2,0 млн. грн.

Підрахуйте, який річний чистий прибуток повинно в цьому випадку отримати підприємство.

6. Підприємство виготовляло продукцію і отримувало певний річний чистий прибуток. До статутного фонду цього підприємства пропонується внесок у виді винаходу, захищеного патентом. Впровадження цього винаходу дало змогу підприємству отримати річний чистий прибуток в сумі 600 тис. грн. та оцінити цей внесок до статутного фонду в 200 тис. грн. Балансова вартість майнового комплексу до впровадження винаходу складала 2,0 млн. грн.

Підрахуйте, який річний чистий прибуток отримувало підприємство до впровадження винаходу.

7. Фізична особа має патент на винахід, який пропонує внеском до статутного фонду господарському товариству "А" та господарському товариству "В". Господарське товариство "А" при впровадженні цього винаходу може отримати збільшення річного чистого прибутку на суму 300 тис. грн. при балансовій вартості підприємства 2,4 млн. грн. Товариство "В" при впровадженні цього винаходу може отримати збільшення річного чистого прибутку на суму 480 тис. грн. при вартості підприємства 3,95 млн. грн.

Якому господарському товариству фізична особа повинна віддати перевагу?

7.5 Відповіді на задачі

- | | | | |
|------------------|------------------|-------------------------|------------------|
| 1. 100 тис. грн. | 2. 0. | 3. 78 тис. грн. | 4. 3,9 млн. грн. |
| 5. 500 тис. грн. | 6. 336 тис. грн. | 7. "А" (100 тис. грн.). | |

8

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Тема: “Порядок передачі господарському товариству об’єкта права інтелектуальної власності, що виступає внеском до статутного фонду”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички здійснення передачі господарському товариству внеску до статутного фонду, який виступає у формі об’єкта права інтелектуальної власності – патенту на винахід.

8.1 Теоретична частина

Якщо вартість об’єкта права інтелектуальної власності, що виступає внеском до статутного фонду господарського товариства, задовольняє сторони, то тоді між власником об’єкта права інтелектуальної власності та керівником господарського товариства, до статутного фонду якого вноситься даний об’єкт права, укладається *договір* про передачу до статутного фонду господарського товариства об’єкта права інтелектуальної власності.

У випадку, коли об’єктами права інтелектуальної власності є *винаходи*, основними видами договорів виступають договір про передачу права власності на винахід та ліцензійний договір на використання винаходу.

Договір про передачу права власності на винахід має за мету повністю передати права власника патенту на винахід господарському товариству як внесок до статутного фонду цього товариства. У цьому випадку власник даного патенту на винахід повністю втрачає свої права на цей патент.

Ліцензійний договір на використання винаходу має за мету передати права власника патенту на використання свого винаходу господарському товариству як внесок до статутного фонду цього товариства. В цьому випадку власник патенту на винахід передає господарському товариству тільки права на користування даним винаходом, залишаючись при цьому власником даного патенту на винахід.

Передача права власності на винахід та прав на користування винаходом може здійснюватись тільки в межах строку дії відповідного патенту. Форми договорів про передачу права власності на винахід та прав на користування винаходом (так званих ліцензійних договорів) наведені на рис. 8.1.

Договір про передачу права власності на винахід або ліцензійний договір на використання винаходу *обов’язково повинні бути зареєстровані* в Державному департаменті інтелектуальної власності. Тільки в цьому випадку вони визнаються чинними. Форми заявок для реєстрації даних договорів наведені на рис. 8.2 та рис. 8.3.

Приблизна форма договору про передачу
права власності на винахід
або ліцензійного договору

НАЗВА ДОГОВОРУ

М. _____ “ _____ ” 200 ____ р.

_____ ,
(повна назва власника патенту або виключної ліцензії)

_____ ,
(в особі - посада, прізвище, ім'я, по батькові)

в подальшому – Ліцензіар, з одного боку, та

_____ ,
(повна назва господарського товариства, до якого робиться внесок,

_____ ,
(в особі - посада, прізвище, ім'я, по батькові)

в подальшому – Ліцензіат, з другого боку, беручи до уваги бажання
Ліцензіара зробити внесок до статутного фонду Ліцензіата у вигляді нема-
теріального активу: “ _____ ”

(розшифрування активу)

домовились про:

1. Визначення термінів: (подається конкретне тлумачення термінів)

1.1. Патент або ліцензійний договір _____ .

1.2. Територія, де діє право власності на нематеріальний актив _____ .

1.3. Період дії патенту (ліцензії) _____ .

1.4. Інші _____ .

2. Предмет договору:

2.1. Ліцензіар надає право Ліцензіату на строк дії патенту (ліцензії
тощо) використовувати (право власності) _____ .

(на що конкретно)

і вважає це право як внесок Ліцензіара до статутного фонду Ліцензіата.

3. Вартість нематеріального активу складає _____ грн.

4. Права і обов'язки Ліцензіара:

4.1 Права Ліцензіара _____ .

4.2. Обов'язки Ліцензіара _____ .

4.3. Відповідальність Ліцензіара _____ .

5. Права і обов'язки Ліцензіата:

5.1 Права Ліцензіата _____ .

5.2. Обов'язки Ліцензіата _____ .

5.3. Відповідальність Ліцензіата _____ .

6. Інші умови: _____ .

7. Підписи сторін та печатки

Рисунок 8.1 – Форма договору про передачу права власності на
винахід або прав на користування винаходом
(ліцензійного договору)

Державний департамент
з інтелектуальної власності
Україна, МСП, 04655, Київ,
Львівська площа, 8.

Власник патенту _____
(прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи або повне
офіційне найменування юридичної особи)
Адреса _____
Патент № _____
Пріоритет від _____
Дата публікації _____
Номер офіційного бюлетеня Державного департаменту
інтелектуальної власності _____

ЗАЯВА

Прошу зареєструвати договір про передачу права власності на винахід _____

(назва патенту на винахід)

між власником патенту _____

(прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи або повне офіційне найменування юридичної особи)

та _____
(повна назва суб'єкта бізнесу, до статутного фонду якого передається право власності на винахід, та його адреса)

Додатки:

Договір про передачу прав на _____ арк. в 3 примірниках.

Документ про сплату збору за реєстрацію договору.

Підпис власника патенту та його прізвище _____

М.П. (для юридичної особи)

Дата _____

Рисунок 8.2 – Форма заяви про розгляд та реєстрацію договору про передачу права власності на винахід

Для реєстрації договору про передачу права власності на винахід або ліцензійного договору власник патенту (або виключної ліцензії) повинен подати до Державного департаменту інтелектуальної власності такі документи:

- заяву про реєстрацію договору на передачу права власності на винахід або заяву про реєстрацію договору на передачу прав користування винаходом (ліцензійного договору);

- договір на передачу права власності на винахід (або ліцензійний договір) в 3-х примірниках;

- документ про сплату збору за реєстрацію.

При поданні документів до заяви повинні бути додані: патенти на винаходи, виключні ліцензії; технічна чи художньо-конструкторська документація; знаки для товарів і послуг; ноу-хау; опис механічних, технологічних, техніко-економічних та інших показників продукції, яка буде випускатись при використанні патенту або за ліцензією, тощо.

Державний департамент
з інтелектуальної власності
Україна, МСП, 04655, Київ,
Львівська площа, 8.

Власник патенту _____
(прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи або
повне офіційне найменування юридичної особи)
Адреса _____
тел. _____
Патент № _____
Пріоритет від _____
Дата публікації _____
Номер офіційного бюлетеня Державного департаменту інтелектуальної власності _____

ЗАЯВА

Прошу зареєструвати ліцензійний договір про передачу прав використання патенту на винахід “ _____ ”
(назва патенту на винахід)

між власником патенту _____
(прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи або повне офіційне найменування юридичної особи) та _____
(повна назва суб'єкта бізнесу, до статутного фонду якого передається дозвіл на використання винаходу, та його адреса)

_____ вид ліцензії

Додатки:

Договір про передачу прав на _____ арк. в 3 примірниках.

Документ про сплату збору за реєстрацію договору.

Підпис власника патенту та його прізвище _____

М.П. (для юридичної особи)

Дата _____

Рисунок 8.3 – Форма заяви про розгляд та реєстрацію ліцензійного договору на використання винаходу

8.2 Завдання для самостійного виконання

Фізична особа має патент на винахід, який вона передає як внесок до статутного фонду господарському товариству. Узгоджена вартість патенту на винахід В, строк дії патенту Т, форма передачі прав до статутного фонду зазначені в таблиці 8.1.

Користуючись даними таблиці 8.1, потрібно:

1. Вибрати дані для виконання завдання.
2. Скласти договір про передачу господарському товариству права власності на винахід або про передачу прав на використання винаходу (ліцензійний договір) як внесок до статутного фонду цього товариства.

При цьому врахувати, що власником патенту на винахід виступає студент, який виконує дане завдання. Назву патенту на винахід та найменування господарського товариства визначити самостійно.

3. Скласти заявку для реєстрації відповідного договору в Державному агентстві України з охорони промислової власності.

4. Зробити висновки.

Таблиця 8.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Форма передачі об'єкта права – патенту на винахід до статутного фонду господарського товариства	Вартість патенту на винахід В, грн.	Термін дії патенту Т
1	Договір на передачу права власності на винахід	50000	До 1.09.2017 р.
2	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	60000	До 1.10.2013 р.
3	Договір на передачу права власності на винахід	70000	До 1.05.2008 р.
4	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	80000	До 20.06.2010 р.
5	Договір на передачу права власності на винахід	90000	До 24.07.2009 р.
6	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	100000	До 11.09.2009 р.
7	Договір на передачу права власності на винахід	110000	До 21.10.2012 р.
8	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	120000	До 30.04.2010 р.
9	Договір на передачу права власності на винахід	130000	До 20.06.2010 р.
10	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	140000	До 21.07.2009 р.
11	Договір на передачу права власності на винахід	150000	До 1.04.2008 р.
12	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	160000	До 1.10.2011 р.
13	Договір на передачу права власності на винахід	170000	До 1.08.2009 р.
14	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	180000	До 10.06.2010 р.
15	Договір на передачу права власності на винахід	190000	До 14.07.2009 р.
16	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	200000	До 21.09.2009 р.
17	Договір на передачу права власності на винахід	210000	До 11.10.2012 р.
18	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	220000	До 20.04.2010 р.
19	Договір на передачу права власності на винахід	230000	До 30.06.2010 р.
20	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	240000	До 22.03.2009 р.
21	Договір на передачу права власності на винахід	250000	До 21.10.2014 р.
22	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	260000	До 30.04.2016 р.
23	Договір на передачу права власності на винахід	270000	До 20.06.2017 р.
24	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	280000	До 21.07.2014 р.
25	Договір на передачу права власності на винахід	290000	До 1.04.2013 р.
26	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	300000	До 1.12.2015 р.
27	Договір на передачу права власності на винахід	310000	До 1.02.2010 р.
28	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	320000	До 10.02.2011 р.
29	Договір на передачу права власності на винахід	330000	До 14.02.2013 р.
30	Договір на використання винаходу (ліцензійний договір)	350000	До 21.09.2009 р.

8.3 Питання для самоконтролю

1. Зробіть порівняльну характеристику таких понять як “договір про передачу права власності на винахід” та “ліцензійний договір”. Чим вони відрізняються?

2. За яких умов договір про передачу права власності на винахід та ліцензійний договір вважаються дійсними у випадку, коли особа пропонує їх внеском до статутного фонду господарського товариства?

3. Які документи потрібно подати до Державного департаменту інтелектуальної власності для проведення реєстрації договору про передачу права власності на винахід або ліцензійного договору?

9

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Тема: “Економічне обґрунтування доцільності створення орендного підприємства”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички проведення економічного обґрунтування доцільності створення орендного підприємства.

9.1 Теоретична частина

Орендні підприємства створюються на основі орендного договору між власником цього підприємства, який виступає *орендодавцем*, та *орендарем*, яким може виступати будь-яка юридична або фізична особа. В цьому договорі обумовлюються економічні, правові, організаційні та інші умови функціонування орендного підприємства. Орендодавцями можуть виступати органи виконавчої влади, у розпорядженні яких знаходяться відповідні підприємства.

Орендні підприємства створюються при наявності певних передумов. *По-перше*, з одного боку, повинен бути власник, який, в силу певних обставин, бажав би здати своє підприємство в оренду, а з другого боку, повинні бути бажані взяти це підприємство в оренду. *По-друге*, орендодавець повинен отримувати орендну плату більшу ніж проценти, які б він отримував за умови продажу свого підприємства та покладення грошей в комерційний банк на депозит. В свою чергу, орендар повинен отримувати такий прибуток, щоб з нього він міг сплатити орендну плату та обов'язкові податки і збори, а залишок був би більшим за той, який би залишився у нього у випадку налагодження своєї справи після отримання кредиту в комерційному банку та сплати процентів за цей кредит і обов'язкових податків і зборів.

Особливості (основні риси) орендних підприємств:

- орендні підприємства створюються на основі орендного договору і діють протягом певного терміну, визначеного в договорі оренди;
- форма власності орендного підприємства не змінюється. Орендодавець залишається власником свого підприємства. Орендар зобов'язаний повернути цю власність орендодавцю після закінчення строку оренди в тому вигляді, як це було обумовлено в договорі;
- власником продукції та прибутку орендного підприємства є орендар, який розпоряджається ними на свій власний розсуд;
- відповідальність за результати роботи орендного підприємства перед іншими суб'єктами бізнесу та перед орендодавцем несе орендар так, як це обумовлено в договорі оренди;
- управління орендним підприємством здійснює орендар;
- реєстрація орендних підприємств як самостійних організаційно-правових форм господарювання з 2004 року не проводиться.

Права і обов'язки орендодавця та орендаря фіксуються в орендному договорі. Це – найважливіший момент при створенні орендного підприємства. Справа в тому, що інтереси орендодавця та орендаря протилежні. Орендодавець намагається отримати максимальний дохід від свого майна, яке він передає в оренду, а орендар намагається отримати максимальний дохід від використання цього майна.

Це протиріччя вирішується за допомогою орендної плати, яку орендар сплачує орендодавцю. На величину орендної плати впливає вартість майна, яке передається в оренду, дохідність підприємства, механізм сплати податків, існуючі процентні ставки на депозитні та кредитні рахунки в банках тощо.

Існує дві основні форми сплати орендної плати. Перша – *net rent*, коли орендар сплачує орендодавцю фіксовану невелику орендну плату, а також всі податки. Друга – *gross rent*, коли орендар сплачує орендодавцю високу орендну плату, а всі податки орендодавець сплачує сам.

Економічне обґрунтування доцільності створення орендного підприємства передбачає проведення низки розрахунків.

Так, якщо всі виплати (орендна плата та сплата податків) здійснює орендар (метод net rent), то економічною умовою доцільності здачі потенційним орендодавцем свого підприємства в оренду та укладення орендного договору є:

$$A > \frac{K_1 \cdot \alpha}{100}, \quad (9.1)$$

де A – величина орендної плати, яку буде отримувати орендодавець за рік, грн.;

K_1 – вартість майнового комплексу (підприємства), який орендодавець може або продати, або здати в оренду, грн.;

α – середньорічна ставка по депозитних вкладах в комерційних банках, %.

Для цього ж випадку економічною умовою доцільності взяття потенційним орендарем підприємства в оренду та укладення орендного договору є:

$$\begin{aligned} (\Pi - S) \cdot N \cdot \left(1 - \frac{\varpi}{100}\right) - A &> (\Pi - S) \cdot N \cdot \left(1 - \frac{\varpi}{100}\right) - \frac{K_2 \cdot \beta}{100}, \\ \text{або } (\Pi - S) \cdot N - \Pi - A &> (\Pi - S) \cdot N - \Pi - \frac{K_2 \cdot \beta}{100}, \\ \text{або } A &< \frac{K_2 \cdot \beta}{100}, \end{aligned} \quad (9.2)$$

де Π – середня ціна реалізації одиниці продукції, яка буде випускатись на орендному підприємстві, грн.;

N – кількість виробів (обсяг продукції), які будуть виготовлятись на орендному підприємстві за рік, шт.;

S – середні витрати підприємства від операційної діяльності в розрахунку на одиницю продукції, яка буде випускатись на орендному підприємстві, грн.;

Π – величина всіх податків, які повинен сплачувати орендар.

Величину податків Π спрощено можна розрахувати за формулою:

$$\Pi = (\text{Ц} - S) \cdot N \cdot \frac{\varpi}{100}, \quad (9.3)$$

де ϖ – загальна ставка всіх податків, які повинен сплачувати орендар, %;

A – величина орендної плати, яку буде сплачувати орендар орендодавцю за рік, грн.;

K_2 – величина кредиту, який орендар повинен був би взяти в комерційному банку для започаткування своєї справи. Величина K_2 за певних умов може дорівнювати вартості майнового комплексу (підприємства) K_1 , який орендар планує взяти в оренду, грн.;

β – середньорічна ставка процентів за виданими кредитами в комерційних банках, %.

Таким чином, у випадку сплати орендарем орендної плати за методом *net rent* економічною умовою доцільності створення орендного підприємства є:

$$\frac{K_1 \cdot \alpha}{100} < A < \frac{K_2 \cdot \beta}{100}.$$

У випадку, якщо орендар буде сплачувати орендодавцю тільки оренду плати, а всі інші виплати, включаючи сплату податків, орендодавець буде здійснювати сам (метод *gross rent*), економічною умовою доцільності здачі орендодавцем свого підприємства в оренду та укладення орендного договору є:

$$(A - \Pi) > \frac{K_1 \cdot \alpha}{100} \quad \text{або} \quad A > \frac{K_1 \cdot \alpha}{100} + \Pi, \quad (9.4)$$

де Π – величина всіх податків, які повинен сплачувати орендодавець, грн. Величину Π можна розрахувати за формулою 9.3;

A – величина орендної плати, яку орендодавець буде отримувати від орендаря за рік, грн.

Для цього ж випадку економічною умовою доцільності взяття потенційним орендарем підприємства в оренду та укладення орендного договору є:

$$\begin{aligned} (\text{Ц} - S) \cdot N - A > (\text{Ц} - S) \cdot N - \Pi - \frac{K_2 \cdot \beta}{100}, \\ \text{або} \quad (A - \Pi) < \frac{K_2 \cdot \beta}{100}, \quad \text{або} \quad A < \frac{K_2 \cdot \beta}{100} + \Pi, \end{aligned} \quad (9.5)$$

де А – величина орендної плати, яку орендар буде сплачувати орендодавцю за рік, грн.

Таким чином, у випадку сплати орендної плати за методом *gross rent* економічною умовою доцільності створення орендного підприємства є:

$$\frac{K_1 \cdot \alpha}{100} + \Pi < A < \frac{K_2 \cdot \beta}{100} + \Pi .$$

9.2 Завдання для самостійного виконання

Власник підприємства, вартість якого оцінюється в К грн., не проти здати своє підприємство в оренду. Є фізична особа, яка хоче взяти це підприємство в оренду та організувати на ньому виробництво нових товарів.

Середня ціна реалізації цих товарів Ц грн., середні витрати підприємства від операційної діяльності в розрахунку на одиницю продукції S грн., обсяг продажів товарів за рік N шт., середньорічна ставка процентів по депозитних вкладах α (%) та по кредитах комерційних банків β (%), середня ставка податків, які потрібно буде сплачувати у випадку організації виробництва ϖ (%), наведені в таблиці 9.1.

Таблиця 9.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	К, тис. грн.	α , %	β , %	Ц, грн.	S, грн.	N, шт.	ϖ , %
1	100	10,2	20,2	13	8,1	200000	35
2	102	10,4	23,4	24	19,2	198600	40
3	103	10,8	20,8	15	10,3	200500	34
4	110	11	25,1	36	31,4	198800	41
5	105	12	22,9	17	12,5	200900	36
6	107	13	27	48	43,6	198900	40,5
7	109	11,6	21,8	19	14,7	200700	37
8	102	12,4	26,3	70	65,6	198000	40,7
9	112	11,9	21,7	21	16,5	200800	33
10	113	10,4	24,9	42	36,4	198900	40,3
11	114	10,5	20,9	21	16,3	200600	32
12	115	10,6	24,6	33	27,2	199000	40,6
13	116	11,3	21,4	24	18,1	201000	36
14	117	12,3	26,5	125	120	199900	39,9
15	108	13,1	23,8	26	21,2	201100	35
16	121	11,8	25,2	85	80,3	199300	41,1
17	122	12,2	22,3	26	21,4	201200	37
18	123	11,2	25,5	52	47,5	199400	41,5
19	132	12	22,1	28	23,6	201300	38
20	126	12,1	26,4	58	53,7	200100	42
21	127	12,2	22,8	30	25,8	201500	30
22	119	12,3	26,2	63	58,9	199700	40,7
23	99	12,4	22,3	32	26,5	202000	32
24	98	12,5	26,4	42	35,4	199500	40,3
25	97	12,6	22,9	32	24,4	202500	31
26	96	13,1	27,4	135	128,3	198000	40,8
27	95	14,2	24,7	36	29,3	202800	34
28	121	15,2	29,9	74	67,2	199000	40,8
29	125	13,8	23,9	43	36,1	203000	35
30	130	10	25,3	92	85,9	199900	41,1

Керуючись даними таблиці 9.1, потрібно:

1. Для заданого варіанта за формулою 9.3 розрахувати величину податків, яку потрібно буде сплачувати орендодавцю або орендарю у випадку організації на підприємстві виробництва нових виробів.

2. Приймавши, що орендна плата визначається за методом *net rent*, за формулами 9.1 та 9.2 визначити межі орендної плати A , при якій передача підприємства в оренду буде економічно доцільною та вигідною як орендодавцю, так і орендарю.

При розрахунках прийняти, що $K_1=K_2$.

3. Приймавши, що орендна плата визначається за методом *gross rent*, за формулами 9.4 та 9.5 визначити межі орендної плати A , при якій передача підприємства в оренду буде економічно доцільною та вигідною як орендодавцю, так і орендарю.

При розрахунках прийняти, що $K_1=K_2$.

4. Зробити висновки.

9.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте означення поняття “орендне підприємство”.

2. Охарактеризуйте умови, за яких можуть створюватись орендні підприємства.

3. Назвіть основні риси орендних підприємств та дайте їм характеристику.

4. Дайте означення поняття “орендна плата”. Які форми сплати орендної плати ви знаєте? Чим вони відрізняються?

5. За яких умов орендарю завжди буде вигідно брати підприємство в оренду?

6. За яких умов орендодавцю завжди буде вигідно здавати власне підприємство в оренду?

7. Визначіть межі сплати орендної плати за умови застосування методу *net rent*.

8. Визначіть межі сплати орендної плати за умови застосування методу *gross rent*.

9. Поясніть, на який термін створюються орендні підприємства.

10. Хто несе майнову відповідальність за роботу орендного підприємства?

11. Чи можуть органи державної або місцевої влади виступати орендодавцями державного або комунального майна?

12. Хто є власником майна, продукції та прибутку орендного підприємства? Відповідь обґрунтуйте.

13. Чи підлягають орендні підприємства державній реєстрації як самостійні організаційно-правові форми господарювання?

10

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Тема: “Розробка комерційної ідеї”

Мета: отримання студентами практичних навичок розробки та оцінювання комерційної ідеї, з якою доцільно виходити на ринок.

10.1 Теоретична частина

Досить часто підприємці, які мають необхідні навички створення підприємств, більше потерпають від відсутності перспективних комерційних ідей, ніж від відсутності фінансових ресурсів. Життєздатні комерційні ідеї потрібні не тільки для того, щоб розпочати свою власну справу, але й для успішного функціонування бізнесу на всіх його етапах. Нові комерційні ідеї потрібні для:

- розробки нових видів продукції, послуг;
- захоплення нових ринків та залучення нових клієнтів;
- зменшення рівня витрат виробництва;
- підвищення прибутковості бізнесу тощо.

Нові ідеї генерувати важко. Але потрібно пам'ятати, що ще до того, як буде робитися оцінювання запропонованої комерційної ідеї, існують традиційні висловлювання, які можуть “згубити” цю ідею “на корені”. До таких висловлювань належать: “Це не буде працювати”, “Це вже використовували або випробовували”, “Хто буде за це платити?”, “Це надто просто”, “А чому це не зробив хтось інший?” тощо.

Тому при розробці нових ідей ці питання потрібно просто відкидати.

Наука і практика розробили чимало методів творчого пошуку комерційних ідей, деякі з яких наведені на рис. 10.1.

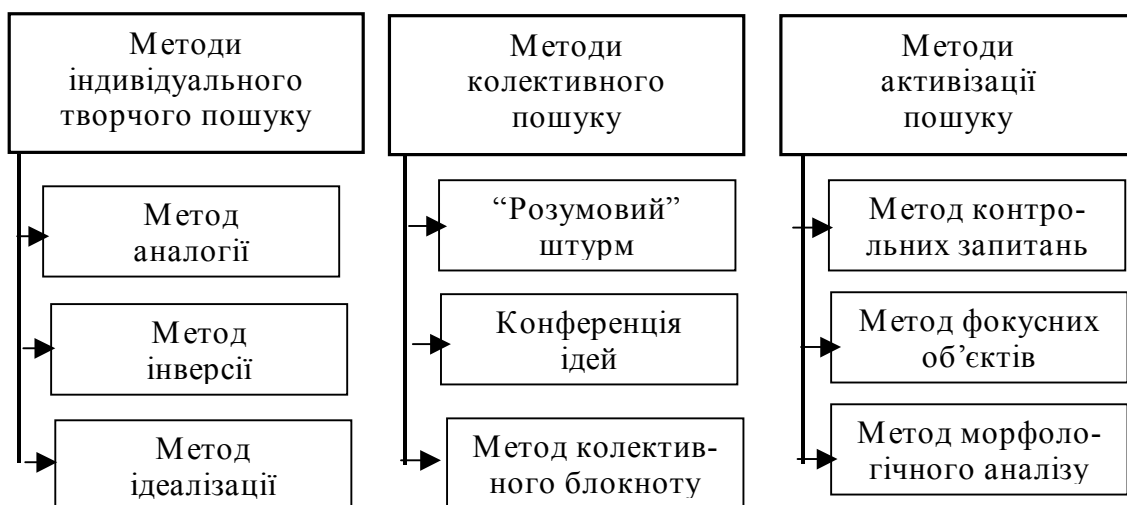


Рисунок 10.1 – Методи пошуку комерційних ідей

Метод аналогії передбачає використання в комерційній ідеї чогось подібного від вже відомих технічних рішень.

Метод інверсії передбачає застосування до відомих технічних рішень специфічних прийомів, серед яких можна виділити такі прийоми, як “перевернути догори ногами”, “вивернути” на протилежний бік, поміняти місцями тощо.

Метод ідеалізації базується на уявленні про можливість ідеального вирішення будь-якої проблеми, що може наштовхнути на розробку якоїсь нової ідеї.

Метод “розумового” штурму зводиться до проведення активної дискусії групи спеціалістів з конкретного кола питань за певними правилами, які передбачають:

- недопущення критики та негативних коментарів щодо висловлювань інших;

- не відкидання нової ідеї, якою б вона не була абсурдною з погляду можливості її практичної реалізації.

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

Метод колективного блокноту поєднує індивідуальне висунення ідеї з колективною її оцінкою. При цьому кожний учасник отримує блокнот, де викладена суть проблеми, яку потрібно вирішити. Протягом певного часу кожний учасник обговорення записує у блокнот власні ідеї щодо вирішення даної проблеми. Потім блокноти передаються керівнику групи учасників для узагальнення накопиченої інформації. Після цього організується творча дискусія учасників, на якій приймається рішення щодо суті нової комерційної ідеї.

Метод контрольних запитань полягає у тому, що для висунутої комерційної ідеї розробляється низка запитань, на які повинні відповісти учасники дискусії. З урахуванням відповідей учасників дискусії можуть бути прийняті рішення щодо покращення висунутої комерційної ідеї.

Метод фокусних об'єктів зводиться до перенесення ознак випадково вибраних об'єктів на предмет (виріб, технологію тощо), що потребує вдосконалення. Досвід засвідчує, що застосування цього методу дає добрі результати, особливо при модернізації відомих технічних ідей.

Метод морфологічного аналізу базується на використанні комбінаторики, тобто дослідженні всіх можливих варіантів вирішення поставленої задачі, виходячи із закономірностей побудови певного об'єкта, який підлягає вивченню та аналізу. Шляхом комбінування варіантів можна отримати багато нових шляхів вирішення проблеми, на підставі аналізу яких вибирається оптимальний варіант.

Зупинимося на одному із методів розробки комерційних ідей – методі, який базується на використанні так званої *карти ідей*. Використання карти ідей – це удосконалений варіант *методу розумового штурму*. Суть

його полягає у тому, що студент (або група студентів) виконує низку дій, які можна об'єднати у певні етапи (так звані кроки).

1-й крок: заповнення карти ідей (рис. 10.2) і вибір пріоритетної позиції.

Студент, отримавши певне завдання у вигляді ключових слів, наприклад, “дерево та деревина”, повинен запропонувати потенційні можливості (так звані *позиції*) використання дерева та деревини в підприємницькій діяльності за трьома напрямками: *виробництво* (обробка, виготовлення), *послуги та торгівля*.

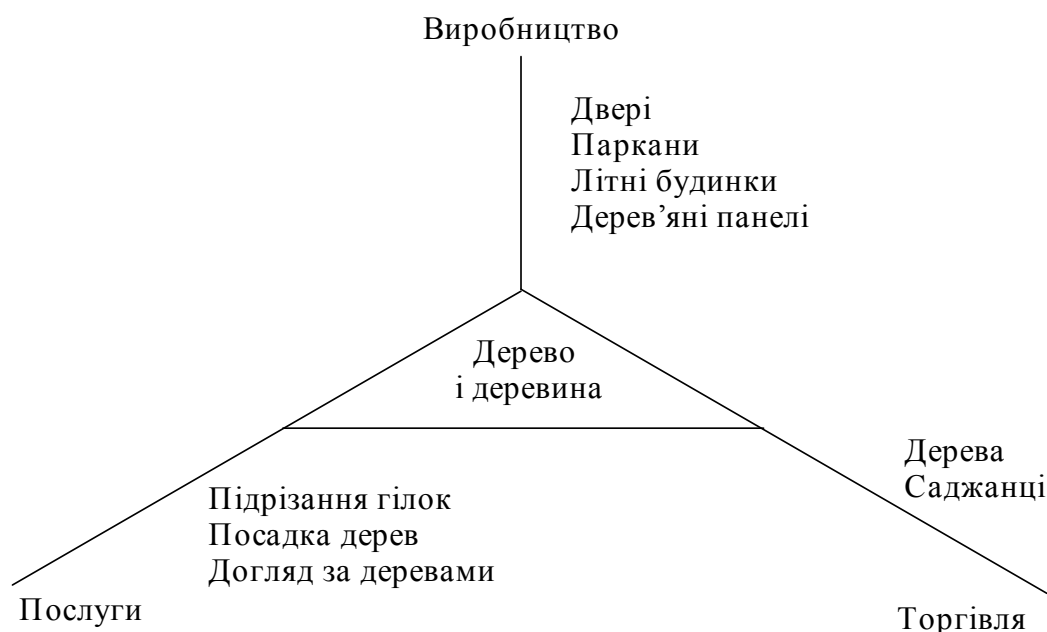


Рисунок 10.2 – Карта ідей для ключових слів “дерево та деревина”

Припустимо, за напрямком “виробництво” студент може запропонувати такі *позиції*: двері, паркани, літні будинки, дерев’яні панелі. За напрямком “послуги” – підрізання гілок, посадка дерев, догляд за деревами. За напрямком “торгівля” – дерева, саджанці.

Як видно, запропоновано 9 позицій використання дерева та деревини в майбутній комерційній ідеї. Із запропонованих позицій студент вибирає саме ту, яка йому більш відома. Наприклад, студент вибрав таку позицію як “двері”.

2-й крок: формування потенційної комерційної ідеї з врахуванням того, які саме проблеми можуть бути вирішені у випадку реалізації даної комерційної ідеї.

Студент повинен проаналізувати *вибрану позицію* та запропонувати потенційні комерційні ідеї, даючи одночасно відповіді на питання: “Яку проблему можна вирішити за допомогою запропонованої комерційної ідеї?”. Проблеми та пропонувані потенційні комерційні ідеї, за допомогою яких вирішуються ці проблеми, зводяться до таблиці 10.1.

Таблиця 10.1 – Потенційні комерційні ідеї та проблеми, які можуть бути вирішені у випадку реалізації цих комерційних ідей

Потенційна комерційна ідея (виробництво, товар, послуга)	Які проблеми вирішуються ?
1. Виготовлення дерев'яних дверей для дачних будинків	1. Забудовникам не потрібно самим виготовляти двері
	2. Можна стимулювати індивідуальне житлове будівництво
	3. Інші.....
2. Виготовлення броньованих дверей для житлових будинків	1. Підвищується надійність дверей та покращується їх зовнішній вигляд
	2. Менше буде крадіжок із житлових будинків
	3. Інші.....
3.....	1.....
	2.....
	3.....

Наприклад, якщо взяти таку позицію, як “двері”, то потенційними комерційними ідеями можуть бути: виготовлення дерев'яних дверей для дачних будинків, виготовлення броньованих дверей для житлових будинків та інші. Якщо взяти першу комерційну ідею, то одним із можливих варіантів відповіді на питання, які проблеми при цьому вирішуються, може бути така відповідь: “Виробництво дверей для дачних будинків звільнить забудовників від необхідності самим виготовляти двері”. Зрозуміло, що варіантів відповідей на поставлені питання може бути багато. Для навчальних цілей достатньо запропонувати не менше 3-х варіантів відповідей.

Із наведених потенційних комерційних ідей студент вибирає ту, яка йому найбільш відома та зрозуміла. Припустимо, це буде: “Виготовлення дерев'яних дверей для дачних будинків”.

3-й крок: уточнення потенційної комерційної ідеї з врахуванням можливих змін в потребах, смаках та уподобаннях споживачів.

Потреби, смаки та уподобання споживачів протягом певного часу змінюються. Тому потенційну комерційну ідею, яка була запропонована для реалізації, потрібно скорегувати з врахуванням таких основних факторів:

- зміни в стилі життя людини;
- зміни в технологіях;
- зміни у віковій структурі населення;
- зміни в моді тощо.

Для цього потрібно задавати питання: “Яким чином кожен із названих факторів (наприклад, зміни в технологіях) може вплинути на сутність запропонованої комерційної ідеї?” Відповідаючи на поставлені питання, потрібно внести корективи в комерційну ідею, яка була раніше запропонована для реалізації.

Наприклад, зміни в стилі життя людини зумовлюють потребу в наявності індивідуального будинку; зміни в технологіях можуть стимулювати виробництво дверей підвищеної міцності; зміни у віковій структурі, а саме: збільшення кількості пенсіонерів може привести до збільшення кількості осіб, хто буде бажатиме мати власний дачний будиночок; зміни в моді можуть привести до необхідності виготовлення дверей певного стилю, конфігурації тощо.

Результати аналізу вищенаведених факторів, а також нових можливостей, які відкриваються у випадку врахування цих факторів, заносяться до таблиці (див. таблицю 10.2).

Таблиця 10.2 – Врахування змін в потребах, смаках та уподобаннях споживачів при розробці комерційної ідеї

Зміни:	Конкретні зміни	Нові можливості, які відкриваються при врахуванні змін
Стилю життя людей	1. Підвищення ролі особистості 2. Підвищення добробуту людей 3. Погіршення екологічних умов	1. Наявність окремого житла 2. Житло “на природі” 3.....
Вікової структури населення	1..... 2..... 3.....	1..... 2..... 3.....
Моди	1..... 2..... 3.....	1..... 2..... 3.....
Технологій	1. Поява нових матеріалів 2..... 3.....	1. Підвищення міцності дверей 2..... 3.....
Інші зміни	1..... 2..... 3.....	1..... 2..... 3.....

На підставі аналізу всіх цих змін формулюється уточнена комерційна ідея. Припустимо, студент сформулював її так: “Виготовлення для дачних будинків подвійних дерев’яних дверей з овальним верхом та з сигналізацією”.

4-й крок: удосконалення потенційної комерційної ідеї з метою надання їй більш привабливих рис.

Наступним кроком у формуванні комерційної ідеї є аналіз пропозицій щодо доопрацювання, удосконалення, покращення висунутої комерційної ідеї з метою надання споживачу додаткових вигод, зручностей, переваг тощо. Причому ці додаткові блага можуть надаватися споживачу за додаткову плату. Варіантами удосконалень, які можуть бути проаналізовані, доцільно вибирати: вид та спосіб доставки; інший дизайн; нова упаковка; нові, більш вигідні для споживача умови експлуатації тощо.

Наприклад, така комерційна ідея як “Виготовлення для дачних будинків подвійних дерев’яних дверей з овальним верхом та з сигналізацією” може бути конкретизована та представлена у вигляді: “Виготовлення та доставка споживачу подвійних дерев’яних дверей для дачних будинків з овальним верхом та з сигналізацією, а також їх встановлення безпосеред-

ньо виробником”, що зменшить витрати споживачів, покращить якість виконаної роботи тощо. Це і є новий, більш якісний варіант комерційної ідеї.

5-й крок: вдосконалення комерційної ідеї за рахунок внесення в цю ідею спеціальних знань та навичок самого розробника.

На цьому етапі розробки комерційної ідеї студент повинен внести в запропоновану комерційну ідею свої професійні знання, які він отримав у процесі навчання або своєї роботи в інших сферах діяльності. При цьому можна скористатись порадами знайомих і близьких людей, а також людей, які заслуговують на довіру, тощо.

Наприклад, спеціаліст, який розуміється на автоматичці, з врахуванням своїх професійних знань може запропонувати таку комерційну ідею: “Виготовлення подвійних дерев’яних дверей з овальним верхом та з сигналізацією для дачних будинків, їх доставка та встановлення, а також монтування системи, яка буде автоматично відкривати двері, орієнтуючись на голос господаря”.

Висунута комерційна ідея може, на перший погляд, викликати певне здивування. Але, знов-таки, скористаємося висловом відомого бізнесмена Г.Форда: “Єдина перешкода на шляху нових ідей – це застарілі ідеї”. Тому саме таку комерційну ідею студент може запропонувати для подальшої реалізації.

6-й крок: оцінювання комерційної ідеї на предмет можливості її реалізації.

Після того, як комерційна ідея в основному сформована, необхідно провести її оцінювання. Для цього студенту може стати в нагоді таблиця з питаннями (див. таблицю 10.3), на які потрібно відповісти. Буде добре, якщо при пошуку відповідей студенту будуть допомагати його знайомі, рідні, друзі. Це підвищить достовірність відповідей та дасть змогу зробити більш якісний прогноз щодо запропонованої комерційної ідеї.

Таблиця 10.3 – Оцінювання комерційної ідеї на предмет можливості її реалізації

Питання	Так	Ні	Чи є потреба в додатковій інформації
1. Чи буде працювати Ваша ідея?			
2. Чи буде ця ідея спрацьовувати протягом певного (визначеного) часу?			
3. Чи будуть люди за це платити?			
4. Чи достатня кількість людей буде за це платити?			
5. Чи усвідомлюєте Ви, які потреби людей при цьому задовольняються?			
6. Чи знаєте Ви, якими будуть витрати на реалізацію висунутої комерційної ідеї?			
7. Чи безпечна Ваша ідея?			
8. Чи законна Ваша ідея?			
9. Чи сподобається Ваша ідея іншим людям ?			

Продовження таблиці 10.3

Питання	Так	Ні	Чи є потреба в додатковій інформації
10. Чи можете Ви знайти необхідну кількість грошей для реалізації ідеї?			
11. Чи потрібне Вам спеціальне обладнання ?			
12. Чи володієте Ви необхідними навичками (знаннями) для реалізації ідеї?			
13. Чи потрібен Вам персонал зі спеціальними знаннями (навичками) для реалізації запропонованої ідеї?			
14. Інші... ..			

Аналізуючи відповіді на наведені питання, робиться остаточний висновок про суть комерційної ідеї та доцільність її запровадження. Наприклад, це може бути такий висновок: *“Виготовлення подвійних дерев’яних дверей для дачних будинків з овальним верхом та з сигналізацією, їх доставка та встановлення, а також монтування системи, яка буде автоматично відкривати двері, орієнтуючись на голос господаря”* – є привабливою комерційною ідеєю, яку доцільно негайно реалізувати і яка знайде свого споживача на ринку”.

10.2 Завдання для самостійного виконання

В таблиці 10.4 наведені ключові слова, які потрібно взяти для розробки комерційної ідеї.

Таблиця 10.4 – Ключові слова для розробки комерційної ідеї

Варіант	Ключове слово	Варіант	Ключове слово
1	Картопля	16	Іграшки
2	Молоко	17	Дитяче взуття
3	Капуста	18	Прикраси
4	Бавовна	19	Жіноче взуття
5	Цегла	20	Телевізори
6	Мило	21	Холодильники
7	Зимовий одяг	22	Газові плити
8	Папір	23	Крани (водогінні)
9	Кролі / м’ясо	24	Килими
10	Свині / м’ясо	25	Літній одяг
11	Електропраски	26	Риба
12	Лісові ягоди	27	Яблука
13	Дерева	28	Малина
14	Кущі	29	Апельсини
15	Кахель	30	Чоловіче взуття

Користуючись даними таблиці 10.4, необхідно:

1. Визначити об’єкт завдання (ключове слово) згідно з варіантом.

2. Скласти карту ідей та запропонувати потенційні можливості (позиції) використання в підприємницькій діяльності об'єкта завдання за трьома напрямками: виробництво (обробка, виготовлення), послуги, торгівля. Кількість запропонованих позицій для кожного напрямку не повинна бути меншою ніж 3.

3. Проаналізувати запропоновані позиції та вибрати одну, на ваш погляд, найпривабливішу та найперспективнішу.

4. Керуючись викладеною методикою формування комерційної ідеї (кроки 2...5), сформулювати та обґрунтувати комерційну ідею, яка може бути запропонована для реалізації на ринку.

5. Здійснити оцінювання запропонованої комерційної ідеї на предмет можливості її реалізації (крок 6).

6. Зробити остаточний висновок про суть, доцільність, місце та час реалізації запропонованої комерційної ідеї.

10.3 Питання для самоконтролю

1. Яке значення має приваблива комерційна ідея для підприємницької діяльності? Відповідь обґрунтуйте.

2. Назвіть основні методи пошуку комерційної ідеї.

3. Назвіть основні методи індивідуального творчого пошуку комерційної ідеї та дайте їм характеристику.

4. Назвіть основні методи колективного пошуку комерційної ідеї та дайте їм характеристику.

5. Назвіть основні методи активізації пошуку комерційної ідеї та дайте їм характеристику.

6. Що таке “карта ідей” і як вона формується?

7. Охарактеризуйте основні етапи розробки комерційної ідеї.

8. Які перешкоди можуть виникнути в процесі розробки комерційної ідеї і як їх уникнути?

9. Яким чином здійснюється перевірка комерційної ідеї на предмет можливості її реалізації?

10. Яким чином відбувається удосконалення комерційної ідеї в процесі її розробки?

11. Поясніть, чим відрізняється метод розумового штурму від методу конференції ідей.

12. Поясніть суть методу інверсії, який використовується при розробці комерційної ідеї.

13. Поясніть суть методу контрольних запитань, який використовується при розробці комерційної ідеї.

14. Поясніть суть методу фокусних об'єктів, який використовується при розробці комерційної ідеї.

15. Поясніть суть методу колективного блокноту, який використовується при розробці комерційної ідеї.

Тема: “Розробка, оформлення та реєстрація знаків для товарів і послуг”

Мета: отримання студентами теоретичних знань та набуття практичних навичок з розробки, оформлення знаків для товарів і послуг та їх реєстрації в Державному департаменті інтелектуальної власності Міністерства освіти і науки України.

11.1 Теоретична частина

Знак для товарів і послуг (надалі товарний знак) – це позначення, за яким товари і послуги одних суб’єктів підприємництва відрізняються від однорідних товарів і послуг інших суб’єктів підприємництва. Суб’єктами підприємництва можуть виступати як *фізичні, так і юридичні особи*, які займаються підприємницькою діяльністю.

Позначеннями або об’єктами охорони товарного знака можуть виступати слова, імена, літери, цифри, вирази, зображувальні елементи, кольори та комбінація кольорів, комбінація позначень тощо. В діловому спілкуванні замість поняття “товарний знак” іноді вживають поняття “торгова марка”, що є допустимим.

Товарний знак вважається офіційним, якщо він *zareєстрований в Державному департаменті інтелектуальної власності Міністерства освіти і науки України та отримав відповідне свідоцтво*.

Примітка. Історія товарних знаків нараховує тисячоліття. Приблизно з 5000 року до н.е. на глиняному посуді з’являються позначення, які можна класифікувати як товарні знаки. Посуд, який вироблявся в Китаї в період царювання імператора Хонг-То, був маркований позначеннями, які зазначали ім’я імператора та ім’я майстра, який виготовив цей посуд.

Практичне використання товарних знаків почалось з XIX сторіччя. Першим офіційним товарним знаком став знак пивоварів “Червоний трикутник “Бесс”, який був zareєстрований в Англії в 1888 році. До речі, в наш час в Англії діє 600 товарних знаків, які були zareєстровані в 1888 році, 500 знаків – в 1889-1902 роках, 600 – в 1903-1916 роках.

Товарний знак не слід плутати із *знаком обслуговування*. В якості знака обслуговування також можуть виступати імена, літери, вирази, зображувальні елементи тощо. Такі знаки застосовуються, насамперед, для ідентифікації підприємств, організацій, установ, університетів, інститутів, факультетів, кафедр, підрозділів, готелів, ресторанів, авіакомпаній, туристичних агенцій, пралень, хімчисток тощо. Знаки обслуговування *не пов’язані з продажем товару і не ставляться на упаковці товарів*, а використовуються у ділових паперах, на вивісках перед входом до організацій, з рекламною метою тощо.

Позначення, яке може використовуватись як товарний знак та знак обслуговування, має ще іншу назву – *логотип*.

Якщо використання будь-якого позначення супроводжується символом © – “копірайт”, то це означає, що дане позначення зареєстровано Державним департаментом інтелектуальної власності. Згідно із Законом України “Про авторське право і суміжні права” від 23 грудня 1993 року дане позначення може бути оскаржено в судовому порядку.

Якщо використання будь-якого позначення супроводжується символом ® – “регістрейшн”, то це означає, що дане позначення отримало свідоцтво про державну реєстрацію в якості товарного знака у Державному департаменті інтелектуальної власності і захищено Законом України “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг” від 15 грудня 1993 року.

Якщо використання будь-якого позначення супроводжується символом ™ – “трейд марк”, то це означає, що дане позначення проходить або процедуру реєстрації, або переслідує мету відрізнити товарний знак від назви підприємства, коли вони збігаються.

У підприємницькій діяльності товарний знак виконує такі *функції*:

- фіксує відмінні від інших особливості товару (або послуги);
- дає товару ім'я;
- допомагає споживачам впізнавати товар серед однотипних товарів і запам'ятовувати його;
- вказує джерело походження товару;
- символізує гарантію якості товару;
- доносить до споживача певну інформацію про товар;
- стимулює бажання купити даний товар;
- виконує рекламні функції тощо.

Для того, щоб товарний знак успішно виконував своє основне завдання стимулятора продажу товарів та послуг, він повинен бути досить оригінальним, новим, не надто складним, легко запам'ятовуватись, мати розпізнавальну здатність. Наявність “розкрученого” товарного знака рівнозначна володінню певним капіталом. Товарні знаки, які добре зарекомендували себе і отримали світову відомість, коштують дуже дорого. Так, товарні знаки “Кемел” вартують 10 млн. доларів, “Кока-Кола” – 3 млрд. доларів. Компанія “Крайслер” за товарний знак “Додж” заплатила 74 млн. доларів.

Згідно з законодавством України *об'єктами правової охорони можуть бути такі знаки*:

- словесні у вигляді слів або сполучень літер;
- зображувальні у вигляді графічних композицій будь-яких форм на площині;
- об'ємні у вигляді фігур або їх композицій у трьох вимірах;
- комбінації вищезгаданих позначень.

Товарними знаками можуть бути буква або цифра, певний вислів або гасло, емблема тощо (рис. 11.1). Деякі товарні знаки є невід’ємною частиною товару. Це, наприклад, особливий вид крайки тканини або особлива форма шийки пляшки. Останній приклад важливий, оскільки він показує, що товарні знаки можуть бути тримірними.

Слова	“Apple”, “Дніпро”
Довільні, іноді вигадані слова	“Coca-Cola”, “Kodak”, “Херох”
Імена	“Ford”
Гасла	“Everybody Needs Milk”
Конструкції	Зірка для автомобілів “Мерсерес-Бенц”
Числа	“4711” для одеколону, “777” для портвейну
Сполучення букв	BMW
Рисунки або символи	Крокодил – для одягу фірми “Лакост”
Об’ємні товарні знаки	Оригінальні види пакування (наприклад, коробки для сигарет, пляшки, фігурне мило тощо)

Рисунок 11.1 – Види товарних знаків

Знаки для товарів і послуг можуть бути звуковими, світловими, а також кольорами чи з’єднанням кольорів. Такі знаки можуть бути зареєстровані при наявності технічної можливості їх реєстрації та оприлюднення.

З 2000 року набрав чинності Закон України „Про охорону прав на походження товарів”, у відповідності з яким з’являється можливість зареєструвати товарний знак із зазначенням у ньому місця походження товару. Це може надати даному товарному знаку певні переваги в конкурентній боротьбі. Наприклад, зазначення Трускавця як місця виготовлення мінеральної води одразу посилює довіру споживача до вказаної продукції.

Світова практика свідчить, що найчастіше застосовуються *словесні товарні знаки*. Адже:

- словесний знак завжди легше вимовити, ніж передати його зображення словами;
- словесний знак легше створити, ніж намалювати малюнок;
- його простіше пов’язати з найменуванням підприємства;
- його можна використовувати в будь-якій рекламі.

Прикладом може слугувати відоме слово “SNICKERS”. Цей словесний товарний знак має оригінальну назву, певний шрифт, кольори, що стали традиційними саме для цього виробу. У поєднанні з масовою рекламною кампанією цей товарний знак став загальновідомим і забезпечує виробнику великі прибутки.

Найчастіше словесним товарним знаком є *власна назва підприємства*. В деяких випадках підприємство *додає до цієї назви певний символ*, який містить притаманну саме цьому підприємству особливість. Такий

знак у поєднанні з високою якістю товару робить підприємство та його продукцію більш відомою. Це стосується, наприклад, такої фірми, як “Мацшита електронікс”, товарні знаки якої “PANASONIC”, “NATIONAL”, “TECHNICS”, “CANON”, “SONY” загальновідомі в усьому світі.

Використання в ролі словесного товарного знака власної назви підприємства містить у собі й певну небезпеку. Ця небезпека полягає у тому, що з часом назва підприємства сприймається споживачами вже як назва певного товару чи послуги. Прикладом цього є історія фірми “XEROX”. Будучи одним із лідерів у виробництві копіювально-розмножувальної техніки, ця фірма досягла того, що її назва стала асоціюватися не з власною продукцією, а з копіювальною технікою взагалі. Нині широко використовуються вислови “зробити ксерокопію”, “відксерити” та інші. Таким чином, назва фірми нівелювалася, а кошти, які витрачаються на рекламу продукції з маркою “XEROX”, стимулюють бажання *купувати копіювально-розмножувальну техніку взагалі*.

Багато фірм використовують в ролі товарного знака *малюнок*, в якому використовуються *певні символи*. Вибір символу базується на інтуїції розробника, обумовлюється властивостями виробу, традиціями населення, місцевості тощо. Практика свідчить, що найпоширенішими у товарних знаках є символи, які легко “сприймаються” споживачами. Це такі символи як *сонце, корона, зірка, жіноча фігура, лев* та інші.

Так, *сонце* у підсвідомості людей залишається символом бога й чистоти. Фахівці рекомендують використовувати його тим фірмам, які займаються торгівлею чи надають послуги. Розміщення такого символу на продукції буде сприяти стимулюванню її збуту. Оскільки сонце є чи не найпопулярнішим символом, то зображувати його на товарному знаку бажано у поєднанні з іншими елементами.

Зірка як символ використовується як елемент державної чи військової символіки.

Жіноча фігура символізує красу, витонченість, надію. Доцільно використовувати в товарних знаках фірм, що виготовляють парфуми, жіночу білизну, прикраси тощо.

Корона вказує на ореол величності й певної таємничості. Корона символізує солідність, надійність, порядність фірми та її продукції. Застосовується в товарних знаках практично в усіх галузях виробництва.

Лев символізує владність, силу, вселяє повагу. Формує у споживачів враження про підприємство, яке випускає дану продукцію, як сильного, стабільного, поважного, ділового партнера.

До вибору символів треба ставитись з обережністю. У разі надмірного розповсюдження символи можуть перетворитись з індивідуального фактора ідентифікації товару на загальноживаний.

Розробка товарного знака починається з вибору способу створення цього знака.

Є три основні способи створення товарного знака:

- коли товарний знак повинен нести пряму інформацію про даний товар;
- коли товарний знак повинен нести опосередковану інформацію про даний товар;
- коли товарний знак взагалі не повинен нести інформацію про даний товар.

Якщо прийнято рішення про те, що товарний знак повинен нести пряму інформацію про товар, то слід вирішити, за допомогою яких символів можна передати цю інформацію. При цьому, аби нові товарні знаки мали тільки їм притаманні відмінності, необхідно вже на початковому етапі знайти відповідь на два основних питання:

- яку саме інформацію про власні вироби підприємство прагне передати за допомогою знака?
- яку інформацію про цей виріб хотіли б отримати покупці?

Тому спочатку підприємець самостійно вибирає найважливіші характеристики, які повинен нести товарний знак. Наприклад, якщо підприємство виготовляє меблі, то такими характеристиками можуть бути престижність, елегантність. Аналогічне питання вирішують на прохання підприємця і споживачі, які можуть вказати на інші, більш важливі для них характеристики. Наприклад, це можуть бути зручність, компактність тощо. Об'єднавши ці пропозиції, отримуємо вихідні дані про те, які саме характеристики меблів необхідно відобразити на товарному знаку. Наприклад, це зручність і елегантність. Приклад такого товарного знака, який використовує фірма меблів “Нойхаузен”, наведений на рис. 11.2:

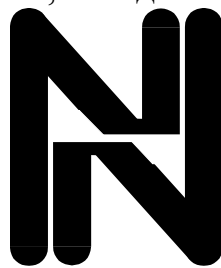


Рисунок 11.2 – Товарний знак фірми “Нойхаузен”, яка виробляє меблі

Якщо прийнято рішення про те, що товарний знак повинен нести опосередковану інформацію про товар, тоді потрібно визначитись, яким саме символом доцільно користуватись, щоб передати сутність даного товару. У більшості випадків для цього типу знаків використовують характерні зображення давньогрецької, римської, єгипетської, індійської культури. Традиційно використовуються і назви тварин, особливо для автомобілів. Наприклад, характерним є вибір зображення мустанга (дикого коня) в якості товарного знака автомобіля компанії “Форд”.

В останні роки елементами товарних знаків все частіше виступають зображення, які характеризують космонавтику, новітні галузі науки і виробництва тощо. Символи, які використовуються для цих товарних знаків,

повинні підказати споживачу, яку саме продукцію випускає дане підприємство. Приклад товарного знака підприємства, яке виготовляє різальні машини, наведений на рис. 11.3.

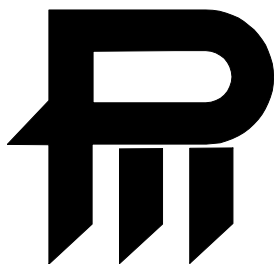


Рисунок 11.3 – Товарний знак фірми “Перфекта-Шнайд-машінен”, яка виготовляє різальні машини

Якщо прийнято рішення, що товарний знак не повинен нести ніякої інформації про товар, то його можна скласти двома методами:

- як реально існуючі слова або вирази;
- як штучно створені чи придумані слова.

При створенні товарного знака потрібно пам'ятати, що *не можуть одержати правову охорону позначення*, які імітують державні герби, прапори та інші державні символи; офіційні назви держав; емблеми, скорочені або повні найменування міжнародних міжурядових організацій; нагороди та інші відзнаки. Такі позначення можуть бути включені до знака як елементи, що *не охороняються*, якщо на це є згода відповідного компетентного органу або їх власників.

Не можуть одержати правову охорону також позначення, які не мають розрізняльної здатності; складаються лише з позначень, які є загальноживаними; складаються з даних, що вказують на вид, якість, склад, кількість, властивості, призначення, цінність товарів, місце і час їх виготовлення тощо.

Не можуть бути зареєстровані як товарні знаки такі позначення, які є тотожними або схожими настільки, що їх можна сплутати зі знаками, раніше зареєстрованими в Україні для даних або споріднених товарів; з фірмовими найменуваннями інших юридичних осіб, які відомі в Україні; зі знаками відповідності (сертифікаційними знаками), зареєстрованими у встановленому порядку.

Не реєструються як товарні знаки такі позначення, права на які в Україні належать іншим особам; назви відомих в Україні творів науки, літератури і мистецтва або цитати і персонажі з них (без згоди їх авторів або правонаступників); прізвища, імена, псевдоніми та похідні від них, портрети відомих в Україні осіб (без їх згоди).

Приклади деяких зареєстрованих в Україні товарних знаків наведені на рис. 11.4.



Рисунок 11.4 – Приклади зареєстрованих в Україні товарних знаків

Після створення товарного знака його потрібно зареєструвати в Державному департаменті інтелектуальної власності. Для цього суб'єкт підприємництва повинен подати в зазначений Департамент заявку встановленого зразка. Заявка повинна містити:

- заяву про реєстрацію знака;
- зображення знака (подається у 5...10 примірниках);
- перелік товарів і послуг, для яких заявник просить зареєструвати товарний знак;
- документ про сплату збору за подання заявки, в тому числі за експертизу (в 1997-2004 роках ця плата складала 20...25 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян);
- інші документи (наприклад, документ, що підтверджує показ експонатів з використанням заявленого знака на виставках).

Зображення знака, що заявляється на реєстрацію, подається у вигляді фотокопії або друкарського відбитка розміром 8x8 см. Якщо заявляється об'ємний знак, його фотокопія подається у такому ракурсі, який дає можливість уявити весь об'єкт в цілому. Якщо як знак заявляється етикетка, вона подається розміром, який не перевищує 14x14 см.

Разом із зображенням знака подається опис знака та його кольорової гами. Знаки, які складаються з кількох складових елементів, потребують тлумачення цих елементів.

Якщо словесний знак не має смислового значення, тоді треба вказати спосіб його утворення: наприклад, аббревіатура (тобто перші букви назви суб'єкта бізнесу чи іншої організації); вигадане слово чи початкові частини окремих слів, які утворюють нове слово.

Якщо словесний знак має смислове значення, то для випадку, коли словесне позначення не поширене в українській мові (наприклад, застаріле слово або спеціальний термін), потрібно вказати значення цього слова. Якщо словесний знак подається іноземною мовою, то для знаків, що мають смислове значення, необхідно додати його переклад українською мовою та транслітерацію літерами українського алфавіту.

У разі, коли товарний знак *має абстрактний характер*, вказується те, що він символізує. Якщо як знак заявляється виключно *колір або поєднання кольорів*, то до заявки можуть додаватися приклади їх використання.

Спрощена форма заявки на реєстрацію товарного знака, яку повинен подати суб'єкт підприємництва, наведена на рис. 11.5.

Датою подання заявки є дата одержання Державним департаментом інтелектуальної власності матеріалів, що містять клопотання про реєстрацію знака, відомості про заявника та його адресу, достатньо чітко зображення позначення, що заявляється, перелік товарів і послуг, для яких заявляється знак.

Заявник має право на пріоритет заявки протягом 6-ти місяців від дати подання попередньої заявки до Патентного відомства держави-учасниці Паризької конвенції про охорону промислової власності.

Заява	До Державного департаменту інтелектуальної власності										
про реєстрацію знака для товарів і послуг в Україні											
<p>Подаючи вказані нижче документи, прошу зареєструвати зазначене в заявці позначення як знак для товарів і послуг на ім'я заявника _____</p> <p>Заявник _____</p>											
<p>(зазначається повне ім'я або найменування заявника, його повна поштова адреса та код країни (для України - код UA), а також ідентифікаційний код заявника)</p>											
<p>Прошу встановити пріоритет даного знака за датою:</p> <ul style="list-style-type: none"> - подання заявки до Департаменту; - подання попередньої заявки в державі - учасниці Паризької конвенції; - відкриття виставки. <p>(вказується, на яку дату встановлюється пріоритет)</p>											
<p>Повна поштова адреса для листування, прізвище або найменування адресата _____</p>											
<p>Зображення знака:</p> <p>В зображенні використані стандартні символи _____</p> <p>В зображенні використані нестандартні символи _____</p> <p>Зазначення кольору знака: _____</p>											
<p>Перелік товарів і послуг, які підпадають під охорону даним знаком _____</p>											
<p>Перелік документів, що додаються:</p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 80%;">- документ про сплату збору</td> <td style="text-align: right;">1</td> </tr> <tr> <td>- комплект фотокопій знака</td> <td style="text-align: right;">5...10</td> </tr> <tr> <td>- документ про участь у виставці</td> <td style="text-align: right;">1</td> </tr> <tr> <td>- опис знака</td> <td style="text-align: right;">1</td> </tr> <tr> <td>- інші</td> <td></td> </tr> </table> <p>Додаткові відомості:</p> <p>.....</p>		- документ про сплату збору	1	- комплект фотокопій знака	5...10	- документ про участь у виставці	1	- опис знака	1	- інші	
- документ про сплату збору	1										
- комплект фотокопій знака	5...10										
- документ про участь у виставці	1										
- опис знака	1										
- інші											
Підпис заявника	Прізвище, ініціали	Дата підпису									

Рисунок 11.5 – Спрощена форма заявки для реєстрації
товарного знака

Заявник має право на пріоритет знака, який був показаний на офіційній виставці, проведеній на території держави-учасниці Паризької конвенції про охорону промислової власності, протягом 6-ти місяців від дати відкриття виставки.

Експертиза поданої заявки на реєстрацію товарного знака складається із таких етапів:

- встановлення дати подання заявки;
- експертиза заявки за формальними ознаками;
- експертиза заявки по суті позначення, що заявлено на реєстрацію як знак.

Якщо в результаті проведення експертизи поданої заявки прийнято позитивне рішення, то заявнику поданої заявки видається відповідне свідоцтво, яке засвідчує право власності на заявлений товарний знак. Інформація про видачу свідоцтва публікується в офіційному бюлетені Державного департаменту інтелектуальної власності, а сам знак заноситься до відповідного державного Реєстру.

Строк дії свідоцтва становить *10 років* від дати подання заявки. Цей строк продовжується Державним департаментом інтелектуальної власності щоразу на 10 років за клопотанням заявника. Таке клопотання повинно подаватись протягом останнього року дії свідоцтва. За видачу свідоцтва на знак для товарів і послуг заявник повинен сплатити державне мито у розмірі 5 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Свідоцтво дає його власнику виключне право *використовувати* товарний знак. Використання знака визнається нанесення його на будь-який товар, для якого знак зареєстровано, на упаковку, вивіску, етикетку, нашивку, бирку тощо; застосування його в діловій документації, в рекламі, в мережі Internet тощо. Свідоцтво надає його власнику виключне право *забороняти* іншим особам використовувати даний товарний знак без згоди власника свідоцтва.

Разом з тим, виключне право власника свідоцтва забороняти іншим особам використовувати зареєстрований товарний знак *не поширюється* на здійснення будь-якого права, що виникло:

- до дати подання заявки;
- якщо було заявлено пріоритет, то до дати пріоритету заявки;
- у випадку некомерційного використання знака;
- в усіх формах повідомлення новин і коментарів у засобах масової інформації;
- в інших випадках за рішенням суду.

Кожен суб'єкт підприємництва за бажанням може подати заявку на реєстрацію товарного знака в інших іноземних державах. Порядок подання такої заявки регулюється Мадридською угодою про міжнародну реєстрацію знаків і здійснюється за посередництвом Державного департаменту інтелектуальної власності.

11.2 Завдання для самостійного виконання

В таблиці 11.1 наведені дані щодо товарів і послуг, на які потрібно розробити товарний знак.

Таблиця 11.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Товар або послуга	Варіант	Товар або послуга
1	Виробництво легкових автомобілів	16	Виробництво ліків
2	Виробництво меблів для побуту	17	Виробництво канцелярських товарів
3	Пошиття різноманітного дитячого одягу	18	Стоматологічні послуги
4	Пошиття жіночого зимового одягу	19	Освітнянські послуги
5	Виробництво кольорових телевізорів	20	Виробництво мінеральних добрив
6	Пошиття модного чоловічого одягу	21	Ремонт взуття
7	Виробництво дитячого взуття	22	Лікувальний масаж
8	Виробництво електричних прасок	23	Виробництво міксерів
9	Виробництво мобільних телефонів	24	Виробництво калькуляторів або комп'ютерів
10	Пошиття елегантного спортивного одягу	25	Виробництво килимів
11	Виробництво харчових продуктів, наприклад, ковбаси	26	Виробництво харчових продуктів, наприклад, майонезу
12	Виробництво сучасних газових плит	27	Виробництво настільних ламп
13	Виробництво замків для осель, гаражів тощо	28	Виробництво спортивних літаків
14	Виробництво дитячих іграшок	29	Виробництво безалкогольних напоїв
15	Виробництво харчових продуктів, наприклад, джему	30	Виробництво велосипедів для підлітків

На підставі завдання, наведеного в таблиці 11.1, потрібно:

1. Визначити вид товару або послуги, для яких потрібно розробити товарний знак.
2. Вибрати спосіб розробки товарного знака.
3. Розробити товарний знак та нарисувати його.
4. Зробити опис товарного знака.
5. Скласти заявку на реєстрацію товарного знака.
6. Зробити висновки.

Примітка. За бажанням і при погодженні з викладачем студент може запропонувати для розробки товарного знака будь-які інші товари, які викликають у нього певний інтерес. Вибір товарів – необмежений, наприклад, шоколадні цукерки, побутова техніка та багато інших товарів широкого вжитку.

11.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняття “товарний знак”. Які функції він виконує?
2. Чим товарний знак відрізняється від знака обслуговування?
3. Які товарні знаки можуть бути об’єктами правової охорони в Україні?
4. Зробіть порівняльний аналіз таких позначень: ©, ® та ™.
5. Охарактеризуйте основні способи створення товарних знаків.
6. Які позначення не можуть отримати правову охорону в Україні в якості товарних знаків?
7. Які товарні знаки не можуть бути зареєстровані в Україні?
8. Дайте характеристику документів, які потрібно подати до Державного департаменту інтелектуальної власності з метою отримання свідоцтва про правову охорону товарного знака.
9. Як робиться опис товарного знака? Наведіть приклади.
10. Як визначається дата пріоритету при розгляді заявки на отримання свідоцтва про правову охорону товарного знака?
11. Що таке конвенційний та виставковий пріоритет? Як він визначається?
12. Які права отримує володар свідоцтва про правову охорону товарного знака?
13. Охарактеризуйте основні етапи експертизи заявки на реєстрацію товарного знака.
14. Чи можна продовжити дію свідоцтва про правову охорону товарного знака? Що для цього потрібно зробити?
15. Яким чином суб’єкт підприємництва може зареєструвати товарний знак в інших іноземних країнах?
16. В яких випадках власник свідоцтва на товарний знак не може застосувати своє виключне право на заборону використання зареєстрованого товарного знака іншим суб’єктам підприємництва?
17. Аналізуючи зображення знаків для товарів і послуг, які наведені на рисунку 11.4, спробуйте визначити, яким способом були створені ці знаки і яку вони несуть інформацію.

Мета: отримання студентами теоретичних знань та набуття практичних навичок зі створення бренда, використання якого повинно стимулювати збільшення збуту певної продукції або послуг.

12.1 Теоретична частина

В економічній літературі немає однозначного трактування терміну “бренд”. В класичних підручниках з маркетингу стверджується, що поняття “бренд” охоплює повний цикл розробки та виведення на ринок нового товару, починаючи з появи самої ідеї цього товару. Іншими словами, бренд складається з самого товару (тобто, його якісних характеристик), ціни, реклами та подання товару в торговельній мережі. В залежності від насиченості ринку аналогічними товарами та поведінки на ньому конкурентів виробник, за рахунок посилення однієї або декількох зазначених складових, може регулювати процес просування свого товару на ринок, досягаючи успіху з мінімальними витратами. Масована реклама в цьому випадку не завжди є головним фактором успіху.

Є й інша думка з цього приводу. Досить часто до створення *бренда* певного товару приступають лише після того, як товар вже довів свою здатність до виживання на ринку і зайняв на ньому певне місце. В цьому випадку за допомогою рекламних агенцій, які працюють за принципом “будь-яка примха на ваші гроші”, розгортається широка рекламна компанія: створюються різноманітні телевізійні ролики про переваги даного товару; назва товару з’являється на бігбордах (big board – рекламний щит); про товар активно пишуть в пресі тощо. Якщо за допомогою таких титанічних зусиль вдається досягти збільшення обсягів продажу товару, а сам товар постійно знаходиться в полі зору споживачів, то виробник разом з рекламною агенцією гонористо заявляють про народження нового бренда.

Саме тому відомий спеціаліст реклами Девід Огілві стверджує, що *бренд* – це сума властивостей товару, які не можна сприйняти дотиком, а саме: його назва, упаковка, ціна, історія, репутація та спосіб рекламування. Бренд є поєднанням враження, яке він справляє на споживачів, з результатами їх досвіду у використанні даного товару. Іншими словами – *бренд, це товарний знак плюс легенда про цей товар*.

Якщо прийняти саме таку точку зору, то потрібно проводити чітку межу в тлумаченні понять “товар”, “товарний знак” і “бренд”. *Товар* можна відчутти, доторкнутися до нього, побачити. Він має фізичні властивості, може існувати в різних моделях, відрізнятися ціною та іншими характеристиками. *Товарний знак* – це відповідний знак, символ, слово тощо, який захищений спеціальним охоронним документом – свідоцтвом. Товарний

знак зазвичай наноситься на упаковку даного товару. *Бренд* – це те, як споживачі сприймають даний товар та його товарний знак, це те, що споживачі відчувають до них: прихильність або байдужість, довіру або недовіру тощо.

Будь-який бренд товару або послуги має певні *особливості*, не властиві як товару, так і товарному знаку.

Першою з них є те, що бренд передбачає рекламування товару і його товарного знака у поєднанні з відповідними девізами (так званими *слоганами*), звуками, мелодіями, історіями, а в окремих випадках, навіть з імітацією відповідних запахів. Наприклад, слоган “Завжди “Кока-Кола” супроводжується мелодією відомої всім пісеньки. В результаті, почувши дану мелодію, споживач одразу згадує поширений в світі напій “Кока-Кола”. По-друге, бренд повинен вказувати на переваги даного товару над аналогічним “безіменним” товаром. І нарешті, бренд повинен цілеспрямовано впливати на емоції, настрої потенційного споживача, спонукаючи його зробити покупку даного товару.

В загальному вигляді алгоритм створення бренду має вигляд, наведений на рис. 12.1.



Рисунок 12.1 – Послідовність етапів робіт зі створення бренду

Як видно із рис. 12.1, створення будь-якого бренда завжди складається з двох основних частин:

- *по-перше*, це розробка товарного знака, яким буде позначений даний товар або послуга;

- *по-друге*, це формування у споживачів відповідного враження про товар, який буде маркуватись даним товарним знаком.

Отже, бренд – це своєрідна аура, образ, “душа” товару, яку необхідно створити і закласти в свідомість покупця. Якщо це вдається, то бренд надає товару додаткової привабливості, а подекуди – набуває неабиякої “самостійної” цінності.

Якщо бренд зроблений якісно, то це:

- збільшує ймовірність здійснення принаймні однієї покупки даного товару;

- полегшує роботу виробника товару з дистриб'ютерами та з роздрібною торгівлею, які з більшим бажанням працюють з товарами, що підтримуються рекламою;

- приносить більший прибуток, тому що чим більш відомий товар, тим більшу ціну згодні платити за нього споживачі;

- гарантує багаторічну прихильність споживачів до даного товару;

- дає виробнику товару певні переваги порівняно з конкурентами.

Специфіка створення бренда передбачає, що в цьому процесі повинні брати участь спеціалісти різних галузей – технологи, економісти, маркетингологи, рекламисти, дизайнери тощо. Ймовірність прорахунків про створенні бренда на кожному із етапів досить значна. Запропоновані рішення можуть так і не принести очікуваного результату, якщо допущені помилки в позиціонуванні бренда, визначенні цільової аудиторії; якщо ставка робилась не на ті переваги товару, які мають суттєве значення для споживача; якщо вибрана неефективна рекламна стратегія тощо.

За розрахунками фахівців розробка спеціалізованими агенціями бренда для товару, стратегії його просування на ринок та комунікативних прийомів спілкування зі споживачами може коштувати замовникам в середньому від 10-ти до 20-ти тисяч доларів США, а в окремих випадках – і сотні тисяч доларів.

За досвідом українських компаній середня тривалість доведення товару до стадії відомості на ринку складає два роки. Але у виняткових випадках, коли новий товар просувається на незайнятий сегмент ринку, тривалість підготовчих робіт може бути суттєво скорочена.

Вітчизняна практика розробки брендів для товарів і послуг має багато прикладів створення брендів, які набули неабиякого поширення та успіху в Україні.

Приклади розробки двох найвідоміших в Україні брендів наведені на рис. 12.2 та 12.3.

Пиво “Славутич”

Дата виведення на ринок – травень 1998 року.

Місія підприємства – задоволення потреб українців в якісному вітчизняному напої. Підвищення культури споживання пива в Україні.

Цільова аудиторія. Оскільки людину легше навчити, ніж переучити, цільова група була визначена так: освічені молоді люди віком від 18 до 35 років.

Назва. Було вирішено зробити торговою маркою існуючу назву пивкомбінату. Ім’я “Славутич” (а це стара назва Дніпра) вдало відповідало концепції пива, відображаючи національний характер продукту та його загальноукраїнське поширення.

Слоган – “Пиво найкращих часів”. В слоган не вкладався політичний або економічний підтекст, він повинен передавати споживачам атмосферу приємного, культурного спілкування на дозвіллі у колі друзів з напоєм, який допомагає зняти труднощі в спілкуванні.

Логотип. Оскільки в основі просування товару закладена культура пивопиття, логотип намагались зробити вишуканим, вибравши для написання похилий витончений шрифт. Над написом був розміщений у вигляді герба стародавній знак – двозуб, одне із трактувань якого означає весняне пробудження природи після зими. Сприйняття споживачами саме такого логотипу було досліджено ще до створення бренду (логотип вже розміщувався на продукції, яку комбінат виробляв до 1998 року).

Поширення бренду. Бренд “Славутич” був задуманий як зонтичний, тобто призначався для просування пива різних сортів. Вся продукція комбінату випускалася під однією торговою маркою, але при цьому етикетки різних сортів пива відрізнялись за кольором та написами, які їх супроводжували, хоча і були виконані в єдиному стилі.

Просування бренду. На етапі виведення бренду була вибрана стратегія агресивного маркетингу. Використовувався весь набір маркетингових та PR-заходів. Основний наголос був зроблений на активну ТВ-рекламу. Щорічно робились нові ролики. Ці ролики повинні були ненав’язливо пропагувати культурне дозвілля в компанії приємних людей.

Велика увага приділялась представленню продукції в місцях продажу. Престижним барам та ресторанам було безкоштовно поставлено відповідне обладнання для розливання пива, фірмові бокали, попільнички, підставки тощо. Для вуличної торгівлі були замовлені намети та холодильники з фірмовим логотипом. Активно проводяться так звані “свята пива”. Для стимулювання споживачів, які віддають перевагу пиву “Славутич”, щорічно проводяться акції “Збери та вииграй!”.

“Славутич” пов’язав своє просування з командою “Динамо” (Київ), ставши одним із спонсорів цього клубу.

По мірі того, як споживання пива збільшувалось, тобто, торгова марка “Славутич” поступово перетворювалась з регіональної у національну, виробник перейшов від стратегії агресивного маркетингу до виваженої політики просування, концентруючи увагу на застосуванні найефективніших прийомів впливу на споживачів. За допомогою PR-технологій виробник намагався довести до споживачів нову культуру споживання пива, роз’яснюючи, як можна самостійно визначити якість продукту, як правильно його пити, як тримати бокал, при якій температурі зберігати напій тощо.

Результати. В 1998 році обсяги реалізації пива “Славутич” збільшились на 24%, в 1999 році – на 39%, в 2000 році – на 42,5%. Питома вага ринку зросла з 11% в 1998 році до 15% в 2000 році.

Рисунок 12.2 – Основні відомості про розробку бренду пива “Славутич”

Батончики “Мажор”	
<p><i>Дата виведення на ринок.</i> Розробка бренда почалась виробником (концерном “АВК”) в 1997 році спільно з рекламним агентством “БІТА”.</p> <p><i>Початкове позиціонування</i> – продукт для тінейджерів.</p> <p><i>Слоган (рос. мовою)</i> – “С “Мажором” по жизни!”</p> <p><i>Зміна позиціонування</i> – поширення випадків застосування девізу на шкільні сніданки, вгамування голоду під час прогулянки та під час “тусовок” тощо. Продукт гарного настрою.</p> <p><i>Рекламні образи</i> – вдалий хлопчик-тінейджер, який захоплюється “Мажором”, стильно одягається, катається на роликівих ковзанах, йде в ногу з часом, підліток-лідер.</p> <p><i>Назва “Мажор”</i> несе в собі стан піднесеного настрою, юнацького запалу тощо. З метою захоплення нових сегментів цільової аудиторії в 1998-2000 роках були розроблені та виведені на ринок нові види продукції – батончики з фруктовою начинкою, кокосом, мигдалем.</p> <p>Для цього були створені нові рекламні програми:</p> <p>“З “Мажором” на відпочинок”. Рекламний образ – молодь, яка активно відпочиває;</p> <p>“Сніданок з “Мажором”. Рекламний образ – родина, яка снідає “Мажором”;</p> <p>“Більше життя”. Рекламний образ – підліток та солідний батько, які однаково захоплені “Мажором”;</p> <p>“Мажор – суперзвук & суперсмак”. Рекламний образ – молодь, яка захоплюється музикою.</p> <p>Позиціонування обставин споживання товару в цих програмах різне (спорт, відпочинок, робота, дім). Незмінною залишається лише активність споживачів.</p>	<p><i>Продукція.</i> За допомогою PR-технологій було заявлено, що “Мажор” виготовляється за технологією, яка дозволяє зберегти вітаміни початкового продукту, і тому продукт не тільки смачний, але й дуже корисний.</p> <p><i>Рекламоносії.</i> Зовнішня реклама – щити, плакати на зупинках міського транспорту.</p> <p><i>Телевізійна реклама</i> – 7 рекламних роликів, їх прокат на центральних та регіональних каналах, прокат серії телевізійних сюжетів.</p> <p><i>Поліграфічна реклама</i> – плакати, листівки, настінні календарі, наліпки тощо.</p> <p><i>Преса</i> – центральна та регіональна.</p> <p><i>Радіо</i> – 5 варіантів аудіороликів.</p> <p><i>Торговельне обладнання</i> – підлогові та настільні дисплеї.</p> <p><i>Сувенірна продукція</i> – футболки, кепки, ручки, чашки, пакети.</p> <p><i>Інші акції.</i> Акція “Більше життя” спільно з телеканалом “Інтер” в програмі “Мелорама”, з газетами “Теленеделя”, “Комсомольская правда” та мережею “Європа+”. Спонсорство чемпіонату світу серед дітей з вуличного футболу. Серії промоушен-акцій на складах дистриб’ютерів, в різних торгових точках, акції-конкурси в 175 школах. Спонсорство концертної програми А.Макаревича “Время напрокат”.</p> <p><i>Результати.</i> За 4 роки існування на ринку “Мажор” увійшов до групи лідерів за показниками „знання/споживання” та „лояльність” як в групі шоколадних батончиків, так і печива. Найвищі показники споживання серед підлітків віком 12-15 років (“Мажор” споживають 63,4% підлітків, а найближчий конкурент “Марс” – 54,2%) та молоддю віком 15-19 років (“Мажор” споживають 39,5% – п’яте місце серед лідерів).</p>

Рисунок 12.3 – Основні відомості про розробку бренда шоколадного батончика “Мажор”

Аналізуючи зміст робіт зі створення брендів “Славутич” та “Мажор”, потрібно зазначити, що тут наголос робився, насамперед, на проведенні

ефективної рекламної компанії. Разом з тим потрібно підкреслити, що класичний маркетинговий підхід до розробки бренда передбачає серйозну роботу з товаром, його якісними характеристиками, виробництвом тощо. Рекламна компанія є, безумовно, необхідною, але це далеко не перший етап в роботі над брендом. На думку ряду фахівців, успішні вітчизняні бренди з'явилися або завдяки інтуїції тих, хто їх створював, або були вдало скопійовані з західних аналогів.

12.2 Завдання для самостійного виконання

На підставі завдання, наведеного в таблиці 12.1, алгоритму створення брендів (див. рис. 12.1), а також прикладів розробки брендів, наведених на рис. 12.2 та 12.3, потрібно:

1. Визначити товар, на який необхідно розробити відповідний бренд.
2. Запропонувати товарний знак на цей товар. При виконанні цього пункту можна використати товарний знак, розроблений в попередньому завданні (див. завдання 11).
3. Розробити заходи, за допомогою яких планується створити бренд на даний товар. Запропоновані заходи об'єднати в таблицю приблизно так, як це наведено на рис. 12.2. та 12.3.

При розробці бренда звернути увагу на позиціонування товару на ринку та вибір цільової аудиторії. Потрібно сформулювати слоган, за допомогою якого буде рекламуватися товар; розробити рекламні заходи та програми просування товару на ринок тощо.

4. Зробити висновки.

Таблиця 12.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Товар або послуга	Варіант	Товар або послуга
1	2	3	5
1	Автомобіль, наприклад, автомобіль для великої сім'ї	16	Ліки, наприклад, ліки від безсоння
2	Елемент меблів – стілець для роботи з комп'ютером	17	Один із видів канцтоварів, наприклад, капілярна або кулькова ручка
3	Елемент дитячого одягу, наприклад, зимова куртка	18	Послуги стоматолога, який запропонував нові методи лікування зубів
4	Елемент жіночого одягу, наприклад, норкова шуба	19	Освітнянські послуги, наприклад, новий метод вивчення іноземної мови
5	Новий вид телевізора	20	Мінеральні добрива, які використовуються для вирощування картоплі або іншої культури
6	Елемент чоловічого одягу, наприклад, краватка (галстук)	21	Новий метод ремонту взуття, який забезпечує підвищення його зносостійкості

Продовження таблиці 12.1

1	2	3	5
7	Дитяче взуття, наприклад, черевика на підошві зі зносостійкого матеріалу	22	Нові методи лікувального масажу
8	Новий вид праски	23	Новий вид міксера
9	Новий вид мобільного телефону	24	Новий вид калькулятора
10	Новий вид спортивного одягу, наприклад, спортивний костюм з нового матеріалу	25	Новий вид килимного покриття для офісів або приватних осель
11	Новий вид харчових продуктів, наприклад, ковбаса, балик, буженина тощо	26	Новий вид харчових продуктів, наприклад, майонез
12	Новий вид газової плити	27	Новий вид настільної електричної лампи
13	Новий вид замків для осель	28	Спортивний літак для заможних людей
14	Дитяча іграшка, наприклад, конструктор	29	Новий безалкогольний напій для молоді
15	Новий харчовий продукт, наприклад, джем	30	Новий вид велосипедів для підлітків

Примітка. За бажанням і при погодженні з викладачем, студент може запропонувати для розробки відповідного бренда будь-які інші товари, які викликають у нього певний інтерес. Вибір товарів – необмежений.

12.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняття “бренд”. Наведіть різні думки з приводу того, як доцільно визначати поняття “бренд”. Сформулюйте власну позицію з цього питання.

2. Наведіть порівняльну характеристику понять “товар”, “товарний знак” та “бренд”. Назвіть особливості, які характерні для бренда.

3. Наведіть основні етапи робіт зі створення бренда для товарів і послуг. Охарактеризуйте задачі, які вирішуються в ході виконання цих етапів.

4. Як ви розумієте такі поняття як “позиціонування бренда на ринку”, “розробка елементів бренда”, “стратегія просування бренда”.

5. Які переваги може дати виробнику вдало створений бренд товару, який він виробляє?

Тема: “Вибір оптимального місця розташування підприємства”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички із визначення оптимального місця розташування підприємства, яке б забезпечувало отримання максимального прибутку.

13.1 Теоретична частина

До стратегічних питань підприємницької діяльності відноситься вибір оптимального місця розташування підприємства. При цьому потрібно розрізнити такі питання:

- вибір місця розташування офісу підприємства;
- вибір місця розташування самого підприємства.

Зрозуміло, що основний вплив на результати діяльності підприємства має місце розташування самого підприємства.

Місцем розташування підприємства є те місце, де знаходяться його виробничі, торговельні та інші підрозділи, які найбезпосереднішим чином впливають на отримання доходів. Якщо ці приміщення розташовані за різними адресами, тобто підприємство має декілька місць розташування, то прийнято говорити про “фірму”, представлену багатьма підприємствами.

Вибір місця розташування підприємства може бути обмеженим або вільним. *Обмежений* вибір характерний для вугільних копалин, гідроелектростанцій тощо, тобто таких підприємств, які “прив’язані” до джерел сировини або енергії. Всі інші підприємства мають *вільний* вибір місця розташування, тобто можуть знайти собі таке місце, яке буде здаватися їм найкращим.

На вибір місця знаходження підприємства впливають такі *основні фактори*:

- витрати на транспортування матеріалів, сировини, комплектуючих, товарів тощо;
- витрати на заробітну плату в місці знаходження підприємства;
- витрати на оренду приміщень (або побудову нових);
- відрахування за діючою системою оподаткування в місці розташування підприємства;
- вплив інфраструктури тощо.

Аналізуючи зазначені фактори, потрібно враховувати, що всі вони мають різний вплив для підприємств різних видів діяльності. Так, для підприємств, які *надають послуги*, важливо, щоб клієнтура мала вільний та зручний доступ до них. Для *промислових підприємств* потрібно, щоб витрати на доставку матеріалів, сировини, робочої сили, комунальні послуги,

витрати на транспортування готової продукції до споживачів були мінімальними. Для підприємств *торгівлі* потрібно, щоб до них могли потрапити якомога більше покупців, щоб ці покупці мали високу купівельну спроможність, щоб витрати на оренду приміщень, транспортування товарів до торгових точок, витрати на рекламу цих товарів тощо були найнижчі. Потрібно також враховувати наявність поблизу підприємства конкурентів, які можуть відтягувати на себе певну кількість потенційних покупців тощо.

Основна проблема вибору місця розташування підприємства полягає в тому, що ні результати діяльності цього підприємства, ні відповідні витрати не можна розрахувати точно. *Всі вони будуть мати певну невизначеність*, тому вибране місце розташування підприємства може виявитись неоптимальним. Із цього виходить, що вибір місця розташування підприємства – це проблема прийняття рішень в умовах невизначеності, яку слід вирішувати шляхом зіставлення альтернативних розрахунків, на основі яких вибирається найкращий варіант.

Найважче оцінити такий фактор, як вплив інфраструктури. Так, недостатній розвиток мережі вулиць, залізниць, портів, енергопостачання, з одного боку, збільшує витрати на доставку матеріалів, сировини тощо, а з іншого боку, зменшує витрати на заробітну плату. Все це характерно для країн, що розвиваються, де рівень зарплати низький. Окрім цього недостатньо розвинута транспортна система вимагає наявності більш містких складів, що потребує додаткових витрат на їх оренду, обслуговування тощо.

Вплив зовнішніх факторів на величину витрат підприємства в залежності від його місцезнаходження наведений на рис. 13.1.

Фактор		Вплив на витрати
Розвинута інфраструктура	⇒	Збільшення витрат на заробітну плату
Розвинута система освіти та медичного обслуговування	⇒	Збільшення рівня нарахувань на заробітну плату
Високий рівень наукових досліджень		Скорочення робочого часу
Високий рівень екологічної безпеки	⇒	Збільшення рівня оподаткування
Висока продуктивність праці		Збільшення витрат на енергоносії

Рисунок 13.1 – Вплив зовнішніх факторів на величину витрат підприємства

Загальне правило вибору оптимального місця розташування підприємства можна сформулювати так: *“Підприємство повинно бути розташовано там, де результати його роботи, які залежать безпосередньо від*

місця знаходження підприємства, в найбільшій мірі перевищували б відповідні витрати”.

Іншими словами, кращим буде таке місце розташування підприємства, де так званий *брutto-прибуток* БП, тобто прибуток, який безпосередньо залежить від місцезнаходження підприємства, буде найбільшим. Тобто, повинна виконуватись умова:

$$\boxed{\text{БП} = \text{Д} - \text{В} \rightarrow \text{максимум} ,} \quad (13.1)$$

де Д – виручка підприємства за рік, грн./рік;

В – річні витрати, які безпосередньо залежать від місця розташування підприємства, грн./рік.

В свою чергу, річні витрати В, які безпосередньо залежать від місця розташування підприємства, розраховуються за формулою:

$$\text{В} = \text{В}_1 + \text{В}_2 + \text{В}_3 + \text{В}_4 + \text{В}_5 , \quad (13.2)$$

де В₁ – витрати на транспортування матеріалів та сировини, комплектуючих, готової продукції від джерел постачання до місця розташування підприємства, грн./рік;

В₂ – витрати на заробітну плату персоналу, грн./рік;

В₃ – витрати на оренду приміщень, грн./рік;

В₄ – величина податку на капітал, грн./рік;

В₅ – величина податків з виручки від підприємницької діяльності, грн./рік.

Розглянемо фактори, які впливають на вибір оптимального місця розташування підприємства, більш докладно.

Витрати та транспортування матеріалів та сировини, комплектуючих, готової продукції від джерел постачання до місця розташування підприємства В₁ можна розрахувати за формулою:

$$\text{В}_1 = \text{K}_1 \sum_1^n \alpha_i \cdot \text{L}_i \cdot \text{Q}_i , \quad (13.3)$$

де α_i – вартість транспортування 1 тонно-км вантажу даного виду, грн./тонно-км;

L_i – відстань від джерела постачання до місця розташування підприємства, км;

Q_i – маса матеріалів, сировини, комплектуючих, готової продукції, які постачаються на підприємство від джерела постачання за рік, тонн;

n – кількість видів сировини, матеріалів, готової продукції, комплектуючих тощо;

K_1 – коефіцієнт, який враховує додаткові витрати на переміщення транспортних засобів від джерел постачання до місця знаходження підприємства, включаючи оплату проїзду транспорту порожняком. При цьому потрібно враховувати, що:

- якщо підприємство знаходиться в елітному, центральному районі з дуже розвинутою інфраструктурою, то $K_1 = 1,25 \dots 1,5$;

- якщо підприємство знаходиться в районі з розвинутою інфраструктурою, то $K_1 = 1,1 \dots 1,25$;

- якщо підприємство знаходиться в звичайному районі або у вільній економічній зоні, то $K_1 = 1,00 \dots 1,10$.

Витрати на заробітну плату персоналу підприємства V_2 , включаючи її доставку до місця роботи, можна розрахувати за формулою:

$$V_2 = K_2 \cdot \sum_1^m Z_i \cdot (1 + \beta) \cdot N_i \cdot 12, \quad (13.4)$$

де Z_i – середньомісячна заробітна плата одного працівника даної професії та спеціальності, грн./місяць;

β – коефіцієнт, який враховує відрахування підприємства в обов'язкові державні соціальні фонди, у відносних одиницях;

N_i – кількість працівників даної професії або спеціальності;

12 – число місяців в році;

K_2 – коефіцієнт, який враховує додаткові витрати на заробітну плату у випадку, коли підприємство знаходиться в певному районі інфраструктури. При цьому потрібно враховувати, що:

- якщо підприємство знаходиться в елітному, центральному районі з дуже розвинутою інфраструктурою або у вільній економічній зоні, то $K_2 = 1,15 \dots 1,3$;

- якщо підприємство знаходиться в районі з розвинутою інфраструктурою, то $K_2 = 1,05 \dots 1,15$;

- якщо підприємство знаходиться в звичайному районі, то $K_2 = 1,00 \dots 1,05$;

m – число професій або спеціальностей працівників.

Витрати на оренду приміщень V_3 можна розрахувати за формулою:

$$V_3 = K_3 \cdot d \cdot S \cdot 12, \quad (13.5)$$

де d_i – розцінка, тобто плата за оренду 1 кв. м. приміщень за місяць, яка діє в даний час, грн./кв.м;

S – площа приміщень, які орендуються, кв.м.;

12 – число місяців в році;

K_3 – коефіцієнт, який враховує збільшення орендної плати при наближенні до центральних районів, тобто до розвинутої інфраструктури. При цьому потрібно враховувати, що:

- якщо підприємство знаходиться в елітному, центральному районі з дуже розвинутою інфраструктурою, то $K_3 = 1,3 \dots 1,6$;
- якщо підприємство знаходиться в районі з розвинутою інфраструктурою, то $K_3 = 1,1 \dots 1,3$;
- якщо підприємство знаходиться в звичайному районі або у вільній економічній зоні, то $K_3 = 1,0$.

Величина податків на капітал V_4 розраховується за формулою:

$$V_4 = K \cdot \frac{\lambda}{100} \cdot K_4, \quad (13.6)$$

де K – вартість основного капіталу, який задіяний в бізнесі, грн.;

λ – загальна ставка податку на основний капітал, в %;

K_4 – коефіцієнт, який враховує зменшення податків при розташуванні підприємства в певному районі інфраструктури. При цьому потрібно враховувати, що:

- якщо підприємство знаходиться в районі вільної економічної зони, то коефіцієнт $K_4 = 0,2 \dots 0,5$;
- якщо підприємство знаходиться в інших районах, то $K_4 = 1,0$;

Примітка: В Україні в 1992-2005 роках цей вид податку не застосовувався.

Величина податків з виручки V_5 розраховується за формулою:

$$V_5 = D \cdot \frac{\delta}{100} \cdot K_4, \quad (13.7)$$

де D – виручка підприємства за рік, грн./рік;

δ – загальна ставка податку з обороту (непрямі та прямі податки на бізнес) та податку на прибуток, в %;

K_4 – коефіцієнт, який враховує зменшення податків при розташуванні підприємства в певному районі інфраструктури. При цьому потрібно враховувати, що:

- якщо підприємство знаходиться в районі вільної економічної зони, то $K_4 = 0,2 \dots 0,5$;
- якщо підприємство знаходиться в інших районах, то $K_4 = 1,0$.

В свою чергу, *виручка підприємства* D за рік розраховується за формулою:

$$D = c \cdot P \cdot K_5 \cdot K_6, \quad (13.8)$$

де c – середня ціна одиниці товару, грн.;

P – кількість потенційних покупців, які мешкають в даному районі;

K_5 – коефіцієнт, який враховує, скільки саме покупців, які проживають в районі, завітають до магазину підприємства.

При цьому потрібно враховувати, що:

- якщо підприємство знаходиться в елітному, центральному районі з дуже розвинутою інфраструктурою, то $K_5 = 0,3 \dots 0,4$;

- якщо підприємство знаходиться в районі з розвинутою інфраструктурою або у вільній економічній зоні, то $K_5 = 0,1 \dots 0,15$;

- якщо підприємство знаходиться в звичайному (не елітному), районі, то $K_5 = 0,025 \dots 0,05$;

K_6 – коефіцієнт, який враховує, скільки покупок зроблять потенційні покупці, зайшовши до даного підприємства. При цьому потрібно врахувати, що:

- якщо підприємство знаходиться в елітному, центральному районі з дуже розвинутою інфраструктурою, то $K_6 = 0,1 \dots 0,15$;

- якщо підприємство знаходиться в районі з розвинутою інфраструктурою або у вільній економічній зоні, то $K_6 = 0,12 \dots 0,17$;

- якщо підприємство знаходиться в звичайному районі (не елітному), то $K_6 = 0,15 \dots 0,2$.

13.2 Завдання для самостійного виконання

В місті “Х”, карта якого наведена на рис. 13.2, є 24 пункти, де можна розмістити підприємство, та 4 джерела “А”, “Б”, “В” та “Г”, звідки до підприємства можуть доставлятися сировина та матеріали.

Масштаб схеми: 1 см = 1 км.

Підприємство буде виготовляти продукцію, яка буде продаватися в фірмовому магазині, розташованому біля підприємства.

Бізнесмену запропонували 4 пункти, де він може розмістити своє підприємство, та одне джерело, звідки він зможе отримувати сировину та матеріали (див. таблицю 13.1 та 13.2).

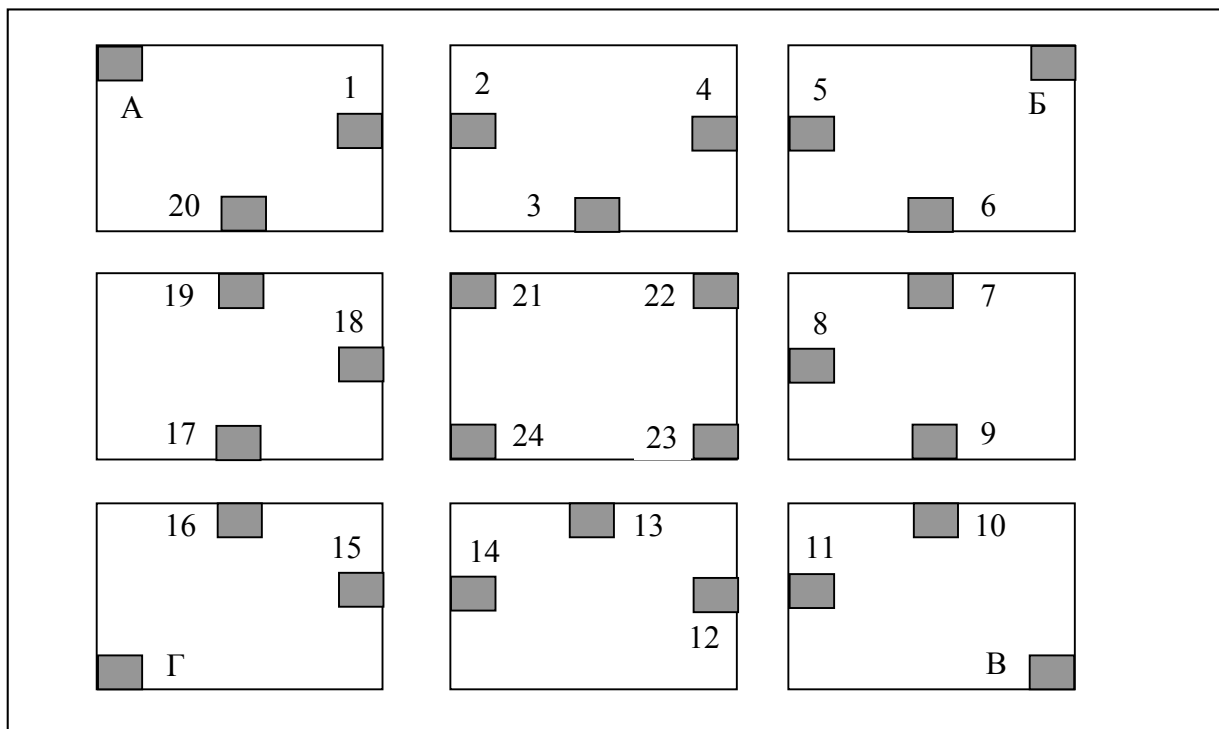


Рисунок 13.2 – Карта району, де можна розташувати підприємство

Підприємства 21, 22, 23 та 24 знаходяться в елітному, центральному районі з дуже розвинутою інфраструктурою;

- підприємства 7, 8, 9, 17, 18 та 19 знаходяться в районі з розвинутою інфраструктурою;

- підприємства 1, 5, 6, 12, 13, 14 та 20 знаходяться в звичайному районі;

- підприємства 2, 3, 4, 10, 11, 15 та 16 знаходяться в вільній економічній зоні.

Пункти розміщення підприємств та джерела постачання в залежності від варіанта завдання наведені в таблиці 13.1.

Таблиця 13.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Джерела постачання	Пункти, де можна розташувати підприємство	Варіант	Джерела постачання	Пункти, де можна розташувати підприємство
1	А	1, 21, 9, 11	16	В	1, 23, 9, 12
2	А	20, 3, 22, 19	17	В	3, 24, 14, 19
3	А	2, 6, 23, 17	18	В	2, 6, 21, 9
4	А	3, 24, 8, 13	19	В	3, 22, 8, 13
5	А	4, 21, 7, 14	20	В	5, 21, 7, 10
6	А	5, 8, 11, 23	21	В	4, 13, 23, 19
7	А	22, 12, 18, 2	22	В	21, 16, 20, 8
8	А	7, 10, 23, 14	23	В	7, 11, 23, 14
9	Б	21, 9, 12, 16	24	Г	23, 9, 14, 4
10	Б	20, 4, 22, 19	25	Г	20, 2, 22, 18
11	Б	2, 24, 17, 12	26	Г	2, 7, 17, 24
12	Б	4, 23, 8, 13	27	Г	1, 23, 9, 11
13	Б	21, 7, 16, 20	28	Г	3, 21, 7, 13
14	Б	11, 22, 14, 18	29	Г	5, 9, 11, 22
15	Б	23, 12, 18, 4	30	Г	6, 23, 19, 15

Конкретні показники, які характеризують економічну діяльність підприємства, наведені в таблиці 13.2.

Таблиця 13.2 - Показники, що характеризують діяльність підприємства

Варіант	α_i , грн/ тонно- км	Z_i , грн./ міс.	β ,	N_i , чол.	d_i , грн./ кв.м	S_i , кв.м	K_i , тис. грн.	λ , %	δ , %	P_i , тис. чол.	ψ , грн.	M_i , кг
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	1	150	0,4	5	2,5	100	100	1,3	30	1000	30	2,7
2	1,1	160	0,34	4	2,6	110	110	1,2	28	1005	25	2,4
3	1,2	145	0,38	5	2,7	115	116	1,3	31	1100	26	1,9
4	1,3	154	0,42	4	2,8	99	102	1,0	27	980	32	2,2
5	1,15	184	0,3	5	2,4	101	120	1,1	26	1002	28	2,1
6	1,1	150	0,41	5	2,3	120	100	1,3	25	1007	30	2,4
7	1,1	160	0,33	4	2,6	121	110	1,2	28	1003	25	1,4
8	1,24	146	0,38	5	2,9	115	117	1,3	31	1120	26	1,97
9	1,31	154	0,42	4	2,8	98	102	1,0	27	990	32	2,24

Продовження таблиці 13.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
10	1,16	154	0,31	5	3,2	103	91	1,1	26	1107	28	2,17
11	1,06	160	0,3	5	3,5	100	88	1,3	31	1100	28	2,6
12	1,09	120	0,33	4	3,6	110	90	1,2	29	1105	24	2,5
13	1,21	135	0,33	5	3,7	115	96	1,3	32	1200	23	1,98
14	1,35	174	0,43	4	3,8	99	92	1,0	28	1180	31	2,1
15	1,15	185	0,34	5	3,4	101	90	1,1	27	1102	26	2,2
16	1,16	155	0,4	5	3,3	120	90	1,3	26	1107	27	2,3
17	1,19	165	0,34	4	3,6	121	90	1,2	29	1103	23	1,84
18	1,2	145	0,32	5	3,9	115	97	1,3	32	1220	25	1,92
19	1,11	104	0,42	4	3,8	98	92	1,0	28	1190	30	2,2
20	1,56	109	0,3	5	3,2	103	91	1,1	27	1107	27	2,1
21	1,26	120	0,3	5	3,5	105	78	1,9	30	1150	25	2,5
22	1,29	130	0,33	4	3,6	115	80	1,8	28	1155	24	2,51
23	1,31	175	0,33	5	3,7	119	86	1,8	31	1250	26	1,9
24	1,45	174	0,43	4	3,8	129	82	1,9	29	1150	31	2,11
25	1,55	145	0,34	5	3,4	121	80	1,78	27	1152	23	2,21
26	1,66	195	0,4	5	3,3	130	80	1,67	25	1157	27	2,31
27	1,79	145	0,34	4	3,6	131	80	1,76	28	1153	25	1,74
28	1,8	135	0,32	5	3,9	135	87	1,85	32	1250	25	1,94
29	1,61	134	0,42	4	3,8	99	82	1,85	29	1150	31	2,24
30	1,86	149	0,3	5	3,2	109	81	1,56	27	1157	28	2,15

Керуючись даними таблиць 13.1 та 13.2, а також картою району, яка наведена на рис. 13.2, потрібно:

1. Для кожного із варіантів можливого розташування підприємства нарисувати схеми руху, за якими матеріали та сировина можуть доставлятися з пункту, який визначає джерело постачання, до точок, в яких планується розмістити підприємство.

При цьому пам'ятати, що транспортні засоби можуть рухатися тільки вулицями і не можуть проїжджати через житлові квартали.

2. Керуючись масштабом карти та схемами вибраних маршрутів доставки матеріалів та сировини, розрахувати довжину маршрутів L для кожного із варіантів, в км.

3. Розрахувати масу матеріалів та сировини, яка буде перевозитись за рік за кожним із варіантів маршрутів, за формулою:

$$Q = \frac{P \cdot K_5 \cdot K_6 \cdot M}{1000} \text{ тонн,} \quad (13.9)$$

де M – маса одного виробу, кг;

P – кількість потенційних покупців, які мешкають в регіоні;

K_5 – коефіцієнт, який враховує, скільки саме покупців, які проживають в регіоні, завітають до підприємства;

K_6 – коефіцієнт, який враховує, скільки потенційних покупців зроблять покупки, зайшовши до даного підприємства.

Значення коефіцієнтів K_5 та K_6 аналогічні тим, які були наведені в формулі 13.8.

4. За формулою 13.8 для кожного із варіантів розміщення підприємства розрахувати виручку Д підприємства за рік.

5. За формулами 13.3...13.7 для кожного із варіантів розрахувати витрати, які залежать від місця розташування підприємства.

6. За формулою 13.2 для кожного із варіантів розрахувати загальні витрати, які залежать від місця розташування підприємства.

7. За формулою 13.1 для кожного із варіантів розрахувати *брутто-прибуток* БП та вибрати найкращий варіант місця розташування підприємства. Результати розрахунків звести до таблиці 13.3.

Таблиця 13.3 – Зведена таблиця розрахунків брутто-прибутку

Варіанти	Д, грн.	В ₁ , грн.	В ₂ , грн.	В ₃ , грн.	В ₄ , грн.	В ₅ , грн.	$\sum V$, грн.	БП, грн.	Ви- сновак
1									
2									
3									
4									

8. Зробити висновки.

13.3 Питання для самоконтролю

1. Поясніть різницю понять “місце розташування офісу” та “місце розташування підприємства”.

2. Що означають поняття “обмежений” та “вільний” вибір місця розташування підприємства?

3. Охарактеризуйте фактори, які впливають на вибір місця розташування підприємства в залежності від виду діяльності цього підприємства, а саме: надання послуг, промислове виробництво, торгівля.

4. Охарактеризуйте вплив факторів інфраструктури району, де розміщується підприємство, на величину витрат цього підприємства.

5. Сформулюйте правило вибору оптимального місця розташування підприємства.

6. Що таке брутто-прибуток і як він розраховується?

7. Як розраховуються витрати на транспортування матеріалів і сировини, комплектуючих та готової продукції в залежності від району інфраструктури, де знаходиться підприємство?

8. Як розраховуються витрати на заробітну плату персоналу в залежності від району інфраструктури, де знаходиться підприємство?

9. Як розраховуються витрати на оренду приміщень в залежності від району інфраструктури, де знаходиться підприємство?

10. Як розраховується величина податків з доходу підприємства в залежності від району інфраструктури, де воно знаходиться?

14

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Тема: “Розрахунок потреби в капіталі, необхідного для початку підприємницької діяльності”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички розрахунку величини стартового капіталу та капіталу покриття, необхідного для початку підприємницької діяльності, а також визначення джерел покриття потреби в капіталі.

14.1 Теоретична частина

Для здійснення підприємницької діяльності необхідно мати певний капітал. Без наявності останнього не може бути підприємництва. Мудре правило ділових людей, котрі поважають свою професію, гласить: “Без грошей у підприємстві нічого не досягнеш” [30, с. 94]. Чим потужнішим є капітал підприємця, тим масштабнішими можуть бути результати його діяльності.

Під *капіталом* прийнято розуміти матеріальні і грошові кошти, об’єкти права інтелектуальної власності і організаторські навички (гудвіл), котрі використовуються в процесі виробництва і виступають джерелом отримання прибутку.

До основних капіталоутворювальних елементів відносяться:

- *засоби виробництва*: будівлі, споруди, устаткування, транспорт, інструменти тощо, які використовуються підприємцем як об’єкти власності або на правах оренди, лізингу тощо;

- *матеріальні оборотні елементи виробництва*: сировина, матеріали, пристосування, інструменти одноразового та короткострокового користування тощо;

- *оплата праці працівників*: робітників, управлінців тощо;

- *оборотні кошти у грошовій формі*: гроші в касі, грошові кошти на рахунках в комерційних банках тощо.

Можна характеризувати капітал і так: під *капіталом* розуміють гроші, за які всі капіталоутворювальні елементи можна купити.

Стартовий (початковий) капітал – це капітал, який вкладається у будь-яку підприємницьку справу з самого початку практичної реалізації комерційної ідеї. Величина стартового капіталу залежить від змісту комерційної ідеї, виду продукції або послуги, масштабів виробництва, тривалості виробничого циклу виготовлення продукції. Чим складніша продукція, чим триваліший виробничий цикл, тим більшою повинна бути величина стартового капіталу.

В найбільш загальному вигляді потребу в *стартовому (початковому) капіталі* K , який необхідний для початку підприємництва, можна розрахувати за формулою:

$$K = \Gamma_o + \Gamma_{c-m} + \Gamma_n + \Gamma_i, \quad (14.1)$$

де Γ_o – грошові кошти на придбання (оренду) будівель, споруд, передавальних пристроїв, машин, обладнання, обчислювальної техніки, інструменту, транспортних засобів тощо;

Γ_{c-m} – грошові кошти на оплату сировини, матеріалів, напівфабрикатів, палива, енергії тощо;

Γ_n – грошові кошти для оплати праці найманих працівників;

Γ_i – грошові кошти на оплату інформаційних послуг, рекламу, придбання об'єктів інтелектуальної власності та інші кошти.

Практично завжди *стартовий капітал* складається із *власного капіталу*, який вноситься засновниками справи, та *капіталу покриття*, який вкладається у справу на умовах, обумовлених іншими особами: інвесторами, комерційними банками, кредиторами тощо.

Величину *стартового капіталу* та *капіталу покриття* розраховують на основі економічних розрахунків. Одна із методик визначення величини стартового капіталу та капіталу покриття [40, с. 363-374] передбачає здійснення таких етапів робіт:

1-й крок: визначають загальну величину витрат на придбання або оренду будівель, споруд, передавальних пристроїв, машин, обладнання, обчислювальної техніки, інструменту, транспортних засобів тощо, необхідних для початку підприємництва. При цьому робиться аналіз можливих варіантів вкладання грошей та обґрунтовується вибір найефективнішого варіанта.

Якщо грошові кошти будуть витрачатись для придбання засобів виробництва протягом певного періоду часу, то після вибору найефективнішого варіанта *визначаються терміни, в які будуть використані ці кошти*. Такі витрати можуть робитися щомісячно або в конкретні періоди часу (див. таблицю 14.1).

Таблиця 14.1 – Визначення величини витрат на придбання або оренду будівель, споруд, устаткування тощо (цифри умовні)

Елементи капіталу	Можливі джерела	Загальні витрати, тис. грн.	Кращий варіант	Терміни, в які будуть зроблені витрати
Будівлі	Оренда	100	+	Щомісяця по... грн.
	Купівля	6000	-	--
Споруди	Оренда	200	+	Щомісяця по ... грн.
	Будівництво	90000	-	--
Устаткування	Купівля	500	-	-
	Лізинг	10	+	В січні – 10 тис. грн.
Верстати, прилади	Купівля	400	-	-
	Лізинг	90	+	В лютому – 45 тис. грн., в квітні – 45 тис. грн.
Транспорт	Купівля	50	+	В травні - 50 тис. грн.
	Лізинг	60	-	-
Інші

2-й крок: визначають щомісячні витрати на оплату праці працівників з урахуванням обов'язкових виплат в державні соціальні фонди; щомісячні витрати на покупку сировини, матеріалів, палива, енергії тощо, які необхідні для налагодження технологічного процесу виготовлення продукції; щомісячні витрати на рекламу тощо.

Ці розрахунки можна зробити на основі використання чинних посадових окладів спеціалістів, прогнозованих масштабів виробництва, тривалості виробничого циклу виготовлення продукції тощо.

3-й крок: розраховують загальні щомісячні витрати підприємця, необхідні для реалізації комерційної ідеї. Ці витрати визначаються підсумовуванням даних, отриманих в п.1. та п. 2.

4-й крок: будують графік зміни щомісячних загальних витрат у часі. Для цього по осі ОУ у масштабі відкладають загальні щомісячні витрати Γ , а по осі ОХ – час t (у місяцях).

Наприклад, якщо в перший місяць підприємець планує витратити 1 млн. грн., у другий – 1,4 млн. грн., в третій – 0,9 млн. грн., в четвертий – 0,6 млн. грн., а починаючи з п'ятого місяця – по 0,3 млн.грн. щомісяця, то графік зміни щомісячних витрат буде мати вигляд, наведений на рис. 14.1.

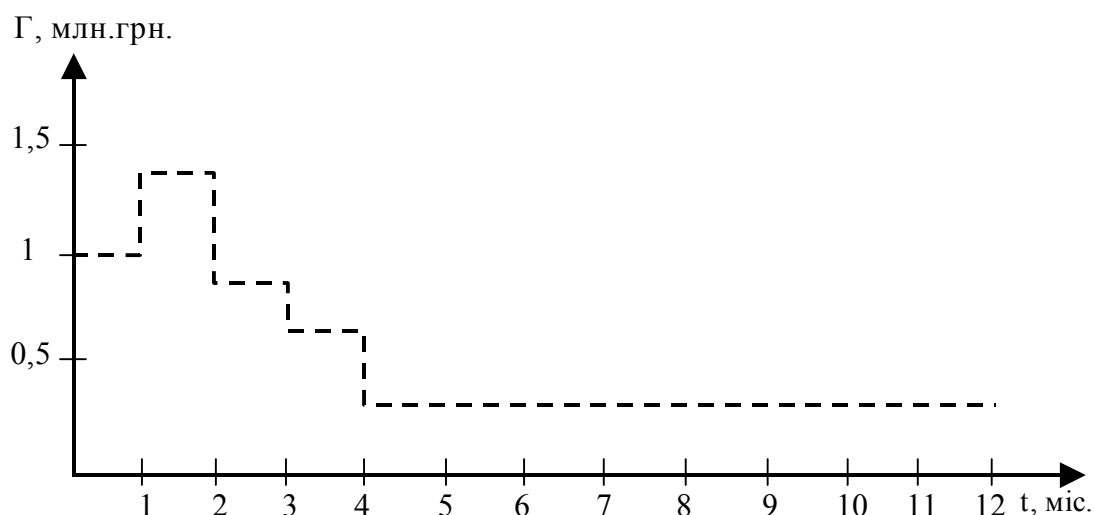


Рисунок 14.1 – Графік зміни загальних щомісячних витрат

5-й крок: прогнозують, з якого часу підприємець почне отримувати виручку за продукцію, яку він буде виготовляти, а також її можливу величину.

Припустимо, що перша продукція буде реалізована вже в третьому місяці, за яку після сплати податків надійде 0,2 млн. грн.. В четвертому місяці прогнозуються надходження (після сплати податків) в сумі 0,3 млн. грн. Далі надходження грошей (після сплати податків) планується щомісяця по 0,4 млн. грн. Зрозуміло, що це зменшить реальну потребу в капіталі.

6-й крок: будують графік щомісячної потреби у капіталі. Для побудови такого графіка визначають реальну щомісячну потребу в капіталі.

Так, в перший місяць ця потреба складе $(1 - 0) = 1$ млн. грн., у другий місяць $(1,4 - 0) = 1,4$ млн. грн., в третій місяць потреба в капіталі зменшиться і складе $(0,9 - 0,2) = 0,7$ млн. грн., в четвертий місяць потреба в капіталі складе $(0,6 - 0,3) = 0,3$ млн. грн. А починаючи з п'ятого місяця підприємець почне отримувати щомісячний прибуток, про що буде сигналізувати від'ємне значення витрат, а саме: $(0,3 - 0,4) = -0,1$ млн. грн.

Графік щомісячної потреби у капіталі, необхідного для реалізації комерційної ідеї, буде мати вигляд, наведений на рис. 14.2. Як видно із графіка, потреба у капіталі буде відчуватись тільки протягом перших чотирьох місяців.

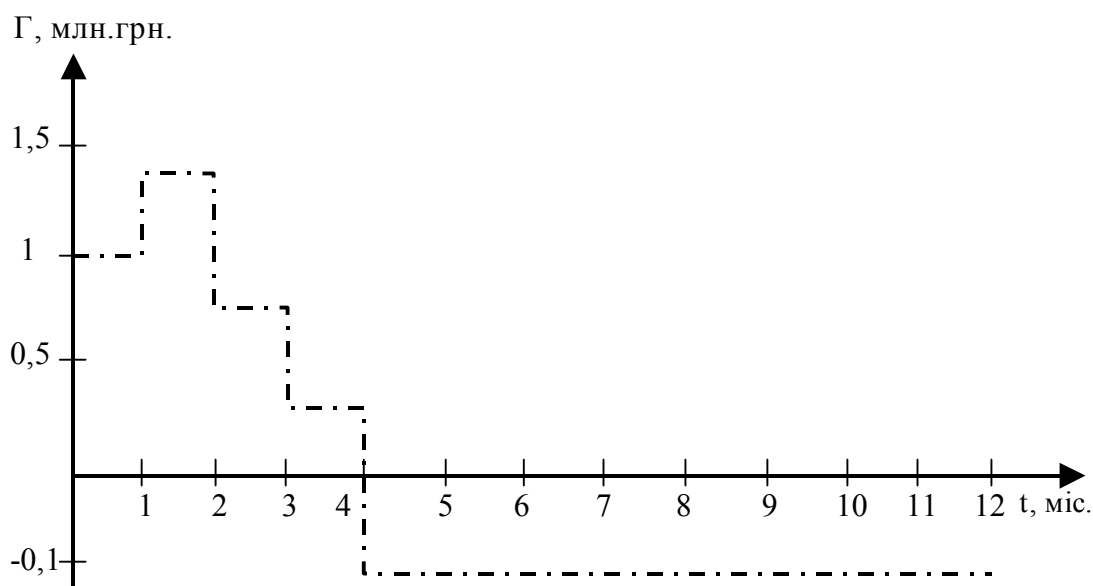


Рисунок 14.2 – Графік щомісячної потреби у капіталі

7-й крок: визначають величину *стартового капіталу*. Для нашого прикладу ця величина складе: $1,0+1,4+0,7+0,3=3,4$ млн. грн. Якщо у підприємця немає власного капіталу, то розрахована величина *стартового капіталу* буде дорівнювати величині *капіталу покриття*.

8-й крок: розраховують величину *капіталу покриття* за умови, що у підприємця є певний *власний капітал*, який він збирається вкласти в реалізацію комерційної ідеї. Для розрахунку величини капіталу покриття потрібно від величини щомісячної потреби у капіталі відрахувувати кошти, якими володіє підприємець. Цю операцію потрібно здійснювати до тих пір, поки у підприємця не залишиться власного капіталу.

Це здійснюється таким чином. Припустимо, у підприємця є власний капітал величиною 2,1 млн. грн. Тоді в перший місяць реалізації комерційної ідеї величина капіталу покриття складе $(1,0-1,0)=0$ грн., бо 1 млн. грн., потрібних для початку справи, підприємець може покрити за рахунок власного капіталу. Після цього у підприємця залишиться $(2,1 - 1,0) = 1,1$ млн. грн. власних коштів.

В другий місяць реалізації комерційної ідеї величина капіталу покриття буде складати $(1,4 - 1,1) = 0,3$ млн. грн., де 1,4 млн. грн. – це потреба в капіталі протягом другого місяця, а 1,1 млн. грн. – це власний капітал підприємця, який у нього ще залишився.

В третій місяць величина капіталу покриття складе 0,7 млн. грн., що відповідає потребам у капіталі на реалізацію комерційної ідеї, а в четвертий місяць – 0,3 млн. грн. Власного капіталу у підприємця вже не залишилось.

В результаті загальна величина *капіталу покриття* для підприємця складе: $0 + 0,3 + 0,7 + 0,3 = 1,3$ млн.грн.

9-й крок: будують графік щомісячної потреби *капіталу покриття*. Аналізуючи умови попередньої задачі, можна побачити, що, починаючи з п'ятого місяця, підприємець буде мати щомісячні від'ємні витрати (або щомісячний прибуток). Величина цих від'ємних витрат буде складати $(0,3 - 0,4) = - 0,1$ млн. грн., що еквівалентно прибутку в сумі 0,1 млн. грн. Графік щомісячної потреби в *капіталі покриття* буде мати вигляд, наведений на рис. 14.3.

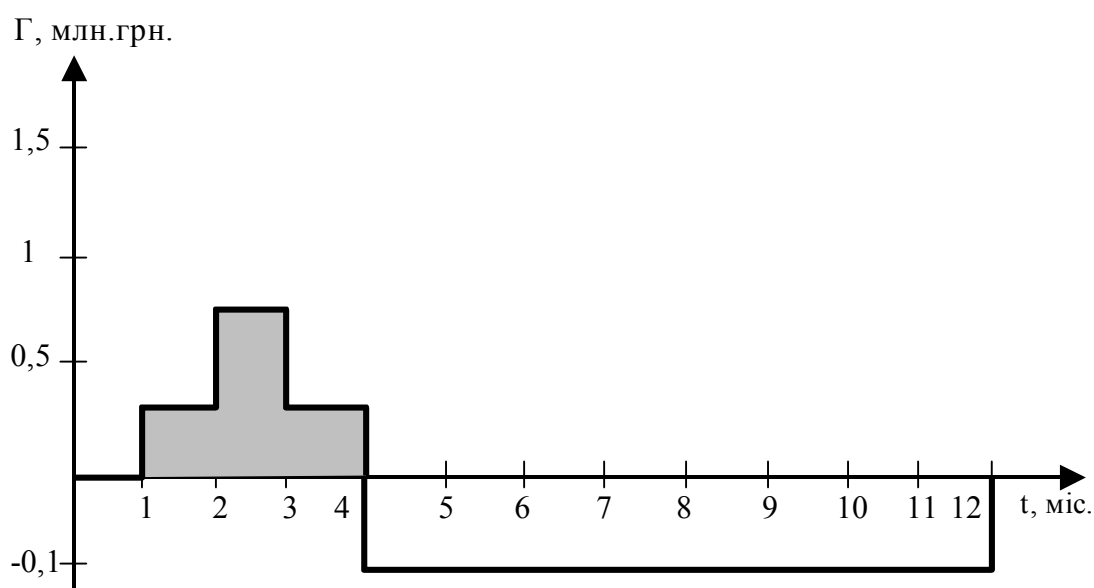


Рисунок 14.3 – Графік щомісячної потреби капіталу покриття (заштрихована ділянка)

Аналіз графіка щомісячної потреби *капіталу покриття* показує, що підприємцю для налагодження своєї справи потрібно отримати додаткові кошти в сумі 1,3 млн. грн. протягом 3-х місяців (лютий-березень-квітень).

10-й крок: визначають реальні джерела покриття потреб підприємця в капіталі. Це можуть бути, наприклад, позики, кредити комерційних банків, інвестиції зацікавлених осіб тощо.

Позика – це вид господарсько-економічної операції, у процесі здійснення якої одна сторона передає іншій (позичальнику) у тимчасову влас-

ність гроші або товари (речі), а позичальник зобов'язується повернути таку ж суму грошей чи кількість товару в обумовлений час. Позика надається завжди на умовах повернення, але без комерційного зиску [30, с. 98].

Кредит – господарсько-економічна операція з надання однією стороною іншій (позичальнику) грошей чи певного товару в борг і за певну плату. Кредит надається завжди на умовах повернення при наявності певного комерційного зиску.

Інвестиції – це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємництва з метою отримання прибутку. Зазвичай, це довгострокові вкладення.

11-й крок: розраховують термін повернення підприємцем взятого кредиту або позики. Для нашого прикладу виходить, що величина кредиту повинна дорівнювати 1,3 млн. грн., а починаючи з п'ятого місяця підприємець почне отримувати щомісячний прибуток в 0,1 млн. грн. Якщо припустити, що 50% цієї суми, тобто, 0,05 млн. грн. він зможе спрямовувати на повернення кредиту, то термін повернення кредиту буде дорівнювати: $T = (1,3 : 0,05) = 26$ місяців.

Тоді загальний термін, на який потрібно взяти кредит або позику, складе $3+26=29$ місяців $\approx 2,5$ роки (3 місяці – це термін безпосереднього використання коштів, а 26 місяців – це термін повернення взятого кредиту).

Зрозуміло, що зроблені нами розрахунки є приблизними. Вони не враховують величину процентних ставок у комерційних банках, інфляцію тощо. Більш точні розрахунки можна зробити, застосовуючи теорію фінансового менеджменту. Але на етапі початку підприємництва, коли є велика невизначеність як витрат, так і результатів, зроблених розрахунків в принципі достатньо для розрахунку потреби підприємця в коштах, необхідних для започаткування власної справи.

14.2 Завдання для самостійного виконання

Підприємець розпочинає свою справу. Він підрахував, що для цього йому потрібно взяти в оренду приміщення, сплачуючи щомісячно по Γ_{o1} (грн.); купити певне обладнання, прилади, устаткування тощо, витративши на це Γ_{o2} (грн.); найняти кваліфікованих працівників, сплачуючи їм щомісяця (з урахуванням обов'язкових відрахувань в державні соціальні фонди) по Γ_n (грн.); купувати матеріали, сировину, паливо тощо, сплачуючи за це щомісячно Γ_{c-m} (грн.); здійснювати витрати на рекламу, витрачаючи на це щомісяця по Γ_i (грн.).

Конкретні величини прогнозованих витрат підприємця за січень, а також коефіцієнти K_i , які змінюють ці витрати по інших місяцях року, наведені в таблицях 14.1 та 14.2.

Таблиця 14.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Г, тис. грн. (за січень)				
	Г ₀₁	Г ₀₂	Г _н	Г _{с-м}	Г _і
1	50	200	10	23	8
2	55	189	8	32	9
3	48	190	9	27	10
4	54	201	7,9	30	9
5	53	220	9	25	10
6	53	230	8	24	11
7	47	245	9	23	6
8	45	264	7	22	5
9	39	264	8	21	4
10	50	234	9	20	7
11	47	245	7	24	5
12	48	276	8	32	7
13	46	300	9	28	6
14	63	276	7	29	7
15	64	285	6	43	5
16	63	257	7	23	6
17	54	265	8	24	7
18	60	277	6	37	8
19	46	321	8	38	7
20	47	312	9	35	6
21	48	303	6	25	4
22	49	308	7	26	3
23	50	298	8	27	4
24	53	287	7	28	5
25	52	290	6	29	6
26	47	274	10	32	7
27	39	265	11	30	6
28	40	287	12	31	3
29	41	250	13	32	4
30	42	220	14	33	5

Таблиця 14.2 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Г	К ₁	К ₂	К ₃	К ₄	К ₅	К ₆	К ₇	К ₈	К ₉	К ₁₀	К ₁₁	К ₁₂
		січ.	лют.	бер.	квіт.	трав.	черв.	лип.	серп.	вер.	жовт.	лист.	груд.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1-5	Г ₀₁	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Г ₀₂	1	1,2	1,4	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Г _н	1	1	1,1	1	0,95	1	1	1,2	1,2	1,1	1,3	1,1
	Г _{с-м}	1	0	0	1	1,2	1,2	1,3	1,2	1,4	1,1	1,5	1,6
	Г _і	1	1	1	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0	0
6-10	Г ₀₁	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Г ₀₂	1	1,2	1,4	1,5	1	0	0	0	0	0	0	0
	Г _н	1	1	1,1	1	0,95	1,1	1	1,3	1,2	1,2	1,1	1,3
	Г _{с-м}	1	1	0	1,1	1,1	1,5	0,9	1,2	1,4	0,98	1,5	1
	Г _і	1	2	2	1	0,7	0,3	0,4	0,3	0,2	0,2	0,1	0
11-15	Г ₀₁	1	1,1	1	1	1	1,2	1,1	1	1	1,1	1	1,1
	Г ₀₂	1	1,6	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	Г _н	1	1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
	Г _{с-м}	1	1	0	1,1	1,1	1,5	0,9	1,2	1	1	1	1
	Г _і	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0

Продовження таблиці 14.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
16-20	Γ_{o1}	1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
	Γ_{o2}	1	3	1	1,3	0	0	0	0	0	0	0	0
	Γ_n	1	0,8	0,8	0,8	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
	Γ_{c-m}	1	1	0	1,1	1,1	1,5	0,9	1,2	1	1	1	1
	Γ_i	1	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
21-25	Γ_{o1}	1	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
	Γ_{o2}	1	3	1	1,3	0	0	0	0	0	0	0	0
	Γ_n	1	0,7	0,7	0,7	1,13	1,2	1,13	1,1	1,1	1,13	1,13	1,13
	Γ_{c-m}	1	1	0	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
	Γ_i	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
26-30	Γ_{o1}	1	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
	Γ_{o2}	1	1,5	1,9	1,6	1,2	0	0	0	0	0	0	0
	Γ_n	1	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9
	Γ_{c-m}	1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
	Γ_i	1	1	1	1	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0

Підприємець підрахував, що з певного місяця він зможе виготовляти щомісяця по N виробів, отримуючи від реалізації кожного виробу чистий прибуток величиною P (грн.). У підприємця є також власний капітал BK , який він збирається вкласти в бізнес (див. таблицю 14.3).

Таблиця 14.3 – Початкові дані для виконання завдання

Вар.	P , грн.	N , тис. шт. (по місяцях)									BK , тис. грн.
		4-й	5-й	6-й	7-й	8-й	9-й	10-й	11-й	12-й	
1	50	0	1	1,1	1,1	1,14	1,2	2,3	2,4	2,5	1000
2	51	0	0	1	1,05	1,1	1,15	2,15	2,17	2,2	1100
3	52	0	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	2,1	2,1	2,1	1050
4	53	0,2	1	1,1	1,2	1,2	1,3	1,3	2,3	2,3	890
5	54	0,1	0,4	0,6	0,8	1	1,4	2,6	2,7	2,7	700
6	55	0,2	0,3	0,5	0,6	0,8	1	2,7	2,9	3	800
7	56	0	0,6	0,9	1,3	1,6	1,6	2,6	2,8	3	1200
8	57	0,1	0,3	1	2	2	2	2,8	2,9	3	1260
9	58	0	1	2	3	3	3	3,9	4	4	600
10	58	1	1,1	1,3	1,3	1,4	1,4	3,5	3,5	3,5	890
11	60	0	0	1	1	1	1	3	3	3	1600
12	61	0,1	1,1	1,1	1,1	1,3	1,32	3,33	3,34	3,35	1090
13	62	0	0	1,2	1,5	1,1	1,5	4,5	4,7	4,72	1000
14	63	0	1,15	1,15	1,25	1,25	1,25	3,25	3,15	3,15	700
15	64	0,2	1	1,19	1,29	1,29	1,39	3,39	3,39	3,39	1300
16	65	0,1	0,3	0,6	0,8	1	1,4	3,6	3,9	3,9	1280
17	66	0,2	0,31	0,51	0,61	0,81	1	3,7	4	4,1	900
18	64	0	0,65	0,95	1,35	1,65	1,65	3,65	4,1	4,1	1500
19	63	0,1	0,3	1,1	2,1	2,1	2,1	4,1	4,2	4,2	1200
20	62	0	1	2	3,1	3,1	3,1	4,1	4,1	4,1	1600
21	61	1	1,12	1,32	1,32	1,42	1,42	4,52	5,52	5,6	1300
22	60	0	0	1,2	1,3	1,3	1,4	4,5	4,5	4,5	2000
23	58	1,1	1,14	1,34	1,34	1,44	1,44	4,5	4,7	4,9	1890
24	56	0	0	0	2	2	2	4	4,2	4,2	1600
25	54	0,1	1,1	1,15	1,15	1,35	1,35	4,1	4,35	4,5	1290
26	53	0	0	1,29	1,59	1,91	1,95	4,5	4,6	5	1000
27	49	0	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	3	4	5	700
28	48	0,2	1	1,15	1,25	1,25	1,35	4	5	6	1350
29	47	0,1	0,3	0,61	0,81	1	1,41	2	3	4	1290
30	45	0,2	0,41	0,71	0,61	0,81	1,1	2	4	6	1200

Керуючись даними таблиць 14.1, 14.2 та 14.3, потрібно:

1. Визначити початкові дані для здійснення розрахунків згідно з заданим варіантом.
2. З врахуванням значень коефіцієнтів K_i розрахувати щомісячні витрати підприємця протягом року (з січня по грудень), які необхідно здійснити для реалізації комерційної ідеї.
3. Побудувати у масштабі графік зміни щомісячних витрат підприємця (за зразком, наведеним на рис. 14.1).
4. Розрахувати щомісячний чистий прибуток, який буде отримувати підприємець (з заданого у завданні часу) у випадку реалізації комерційної ідеї.
5. Побудувати у масштабі графік щомісячної потреби у капіталі (за зразком, наведеним на рис. 14.2).
6. Визначити величину стартового капіталу, необхідного для початку підприємницької діяльності.
7. З врахуванням величини власного капіталу розрахувати загальну величину капіталу покриття, який необхідний для реалізації комерційної ідеї.
8. Побудувати графік щомісячної потреби капіталу покриття (за зразком, наведеним на рисунку 14.3).
9. Підрахувати загальну величину чистого прибутку, який може отримати підприємець протягом року.
10. Розрахувати середньомісячний прибуток. Це можна зробити, якщо загальну величину чистого прибутку розділити на число місяців, протягом яких підприємець отримує цей прибуток.
11. Підрахувати, за скільки місяців підприємець може повернути кредит. При цьому прийняти, що на повернення кредиту підприємець буде використовувати 30 ...50% середньомісячного прибутку.
12. Зробити висновки.

14.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте означення поняття “капітал”. Назвіть основні капіталоутворювальні фактори.
2. Дайте означення та зробіть порівняльний аналіз понять “стартовий капітал” та “капітал покриття”.
3. Охарактеризуйте методику розрахунку величини стартового капіталу, який потрібен для початку підприємницької діяльності.
4. Охарактеризуйте методику розрахунку величини капіталу покриття, який потрібен для початку підприємницької діяльності.
5. Назвіть джерела покриття потреб підприємця в капіталі, який необхідний для початку підприємницької діяльності.
6. Зробіть порівняльний аналіз понять “кредит” та “позика”.

15

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Тема: “Розрахунок теперішньої та майбутньої вартості грошей”

Мета: отримання студентами теоретичних знань і практичних навичок з розрахунку теперішньої та майбутньої вартості грошей, що є підґрунтям для проведення підприємцем ефективних фінансових операцій з грішми та цінними паперами, здійснення кредитування, інвестування тощо.

15.1 Теоретична частина

Досить часто у підприємницькій діяльності трапляються такі ситуації, коли витрати на виробництво та отримані результати, інвестиції і доходи від них, надані послуги та оплата за ці послуги тощо значно різняться за часом. Це може привести до того, що одна із сторін підприємницької угоди може отримати незароблені доходи, а протилежна – непередбачені збитки. Наприклад, підприємець поставив продукції на суму 1 млн. грн., а взамін отримав вексель з терміном сплати зазначеної суми через рік. Зрозуміло, що внаслідок інфляційних процесів отримана підприємцем через рік сума в 1 млн. грн. може вже не покрити витрати на виробництво цієї продукції та не гарантувати певних прибутків, на які очікував підприємець.

Щоб вирівняти ризики сторін підприємницьких угод, унеможливити непередбачені фінансові втрати підприємців внаслідок інфляційних процесів, змін депозитних та кредитних ставок в комерційних банках тощо, застосовують спеціальні математичні розрахунки, в основі яких лежить визначення понять “теперішня вартість грошей” та “майбутня вартість грошей”.

Теперішня вартість грошей (present value - PV) – це така кількість грошей, за які можна купити певну річ (товар, послугу тощо) в даний час, тобто сьогодні. *Майбутня вартість грошей* (future value - FV) – це така кількість грошей, за які можна буде купити таку ж саму річ (товар, послугу тощо) через певний проміжок часу.

Можна сказати і інакше. *Теперішня вартість грошей* – це їх початкова кількість в даний час, тобто сьогодні. *Майбутня вартість грошей* – це кількість грошей, яка була вкладена в справу, через певний час з врахуванням нарахованих процентів.

Теперішня та майбутня вартості грошей пов’язані між собою через “номінальну річну ставку дохідності” або через “номінальну річну дисконтну ставку”.

Номінальна річна ставка дохідності α (в відносних одиницях) визначається за формулою:

$$\alpha = \frac{FV - PV}{PV}, \quad (15.1)$$

де PV – теперішня вартість грошей, тобто, кількість грошей в даний час, сьогодні;

FV – майбутня вартість грошей через рік, тобто, кількість грошей через рік.

Номінальна річна дисконтна ставка або дисконт β (в відносних одиницях) визначається за формулою:

$$\beta = \frac{FV - PV}{FV}. \quad (15.2)$$

Аналізуючи формули 15.1 та 15.2, можна бачити, що *дохідність* розраховується від початкової (тобто теперішньої) вартості грошей, а *дисконт* – від кінцевої (майбутньої) вартості грошей, тобто характеризує певну знижку з кінцевої вартості грошей.

Показники α та β пов'язані між собою співвідношеннями:

$$\alpha = \frac{\beta}{1 - \beta} \quad \text{або} \quad \beta = \frac{\alpha}{1 + \alpha}. \quad (15.3)$$

Приклад 1.

Гроші в кількості 800 грн. були взяті в борг та віддані через рік в кількості 1200 грн. Потрібно розрахувати річну номінальну ставку дохідності та річну номінальну дисконтну ставку.

Розв'язування задачі:

$$\alpha = \frac{1200 - 800}{800} = 0,5, \quad \beta = \frac{1200 - 800}{1200} = 0,33.$$

Розрахунки можна перевірити за формулами 15.3:

$$\alpha = \frac{\beta}{1 - \beta} = \frac{0,33}{1 - 0,33} = 0,5 \quad \beta = \frac{\alpha}{1 + \alpha} = \frac{0,5}{1 + 0,5} = 0,33.$$

На практиці *майбутню вартість* грошей визначають у випадку, коли підприємець, наприклад, тримає гроші на депозиті в комерційному банку з метою визначення кінцевої суми грошей. Ставкою дохідності в цьому випадку виступає депозитна ставка комерційного банку. Майбутню вартість грошей визначають також і у випадку отримання кредиту в комерційному банку з метою визначення суми грошей, яку треба повернути кредитору.

Ставкою дохідності в цьому випадку виступає процентна ставка комерційного банку. Майбутню вартість грошей підраховують також з метою визначення вартості тієї чи іншої послуги в майбутньому з урахуванням інфляційних процесів в країні тощо. Ставкою дохідності в цьому випадку виступає прогнозований рівень інфляції (в відносних одиницях) в країні.

Теперішню вартість грошей визначають у випадку, коли підприємець має певні цінні папери (векселі або облігації) з терміном погашення у майбутньому та збирається їх терміново реалізувати і отримати гроші.

Майбутня вартість грошей може бути розрахована за методикою простих або складних процентів.

Методика простих процентів передбачає, що дохідність грошових вкладень завжди визначається відносно початкової суми вкладень (або теперішньої вартості грошей). *Методика складних процентів* передбачає, що дохідність грошових вкладень визначається відносно тієї суми грошей, яка накопичилась на момент проведення розрахунків.

Існує 4 основних випадки застосування методики простих або складних процентів, а саме: коли

а) термін, на які вкладаються гроші, менше одному року і проценти нараховуються один раз на рік;

б) термін, на які вкладаються гроші, менше одному року і проценти нараховуються декілька раз на рік;

в) термін, на які вкладаються гроші, дорівнює одному року або більше і проценти нараховуються один раз на рік;

г) термін, на які вкладаються гроші, дорівнює одному року або більше і проценти нараховуються декілька раз на рік.

При застосуванні методики *простих процентів* майбутня вартість грошей FV для всіх випадків розраховується за однією формулою:

$$FV = PV \cdot \left(1 + \frac{t}{12} \cdot \alpha\right), \quad (15.4)$$

де t – термін, на який вкладаються гроші, в місяцях;

12 – число місяців в році;

α – річна номінальна ставка дохідності (депозитна ставка, процентна ставка, рівень інфляції тощо), у відносних одиницях.

При застосуванні методики *складних процентів* майбутня вартість грошей FV розраховується за різними формулами в залежності від того, скільки раз на рік нараховуються проценти.

Якщо проценти нараховуються *один раз на рік* (тобто, для випадків “а” та “в”), то майбутня вартість грошей FV розраховується за формулою:

$$FV = PV \cdot (1 + \alpha)^{\frac{t}{12}}. \quad (15.5)$$

Якщо проценти нараховуються *декілька разів на рік* (тобто, для випадків “б” та “г”), то майбутня вартість грошей розраховується за формулою:

$$FV = PV \cdot \left(1 + \frac{\alpha}{m}\right)^n, \quad (15.6)$$

де m – можлива кількість нарахувань процентів протягом року:

$m = \frac{12}{t^1}$, де t^1 – період, за який нараховуються проценти, місяців;

n – загальна кількість нарахувань процентів протягом всього терміну вкладення грошей:

$n = \frac{t}{t^1}$, де t – термін, на який вкладаються гроші, в місяцях.

Аналіз формул 15.5 та 15.6 дозволяє зробити висновки, які будуть корисні для підприємців, що беруть або позичають гроші в борг.

Якщо термін вкладень грошей менше одного року і проценти нараховуються 1 раз на рік (випадок “а”), то при однаковій номінальній ставці дохідності *нарахування за методикою простих процентів дають більшу дохідність, ніж при нарахуванні за складними процентами*. Тобто, за таких умов підприємець, якщо позичає гроші в борг, повинен добиватися розрахунку їх майбутньої вартості за методикою простих процентів. І навпаки, якщо бере гроші в борг, то повинен домагатися розрахунку їх майбутньої вартості за методикою складних процентів.

В усіх інших випадках (випадки “б”, “в”, “г”) при однаковій номінальній ставці дохідності *нарахування за методикою простих процентів дають меншу дохідність ніж при нарахуванні за складними процентами*. Тому в цих випадках підприємець, якщо позичає гроші в борг, повинен добиватися розрахунку їх майбутньої вартості за методикою складних процентів. І навпаки, якщо бере гроші в борг, то повинен запропонувати робити розрахунок їх майбутньої вартості за методикою простих процентів.

Розрахунок майбутньої вартості грошей за різними методиками викликає певну незручність для підприємців, оскільки потребує здійснення постійних перерахунків та порівнянь. З метою усунення цих недоліків застосовується так звана ефективна ставка дохідності.

Ефективна річна ставка дохідності – це така номінальна ставка дохідності, яка характеризує одноразове (тобто, один раз на рік) нарахування процентів за методикою складних процентів і дає такий же результат, що і нарахування процентів за раніше вибраною схемою. Чим вищою буде ефективна ставка дохідності, тим більшою буде майбутня вартість грошей.

Ефективна (річна) ставка дохідності γ розраховується за формулою:

$$\gamma = \left(\frac{FV}{PV} \right)^{\frac{12}{t}} - 1, \quad (15.7)$$

де FV – майбутня вартість грошей, розрахована за прийнятою схемою нарахувань;

PV – теперішня вартість грошей;

t – число місяців вкладення грошей.

При застосуванні ефективної ставки дохідності діє таке правило.

Якщо ефективна ставка дохідності буде вища за номінальну, то вигідніше виступати кредитором, тобто віддавати гроші в борг. Якщо ж ефективна ставка буде нижча за номінальну, то краще виступати позичальником, тобто брати гроші в борг.

Приклад 2.

Підприємець отримав в комерційному банку кредит 2 млн. грн. терміном на 3 місяці під номінальну ставку дохідності 0,45. Процент простий і нараховується один раз на рік. Потрібно розрахувати річну ефективну ставку дохідності.

Розв'язування задачі:

Спочатку розрахуємо майбутню вартість грошей за вибраною схемою нарахувань процентів:

$$FV = 2 \cdot \left(1 + \frac{3}{12} \cdot 0,45 \right) = 2,225 \text{ млн. грн.}$$

Далі розрахуємо річну ефективну ставку дохідності:

$$\gamma = \left(\frac{2,225}{2} \right)^{\frac{12}{3}} - 1 = 0,531, \text{ що вище за номінальну ставку } 0,45.$$

Приклад 3.

Підприємець отримав в комерційному банку кредит 2 млн. грн. терміном на 9 місяців під номінальну ставку дохідності 0,4. Процент простий і нараховується 4 рази на рік. Потрібно розрахувати річну ефективну ставку дохідності.

Розв'язування задачі:

Спочатку розрахуємо майбутню вартість грошей за вибраною схемою нарахувань процентів:

$$FV = 2 \cdot \left(1 + \frac{9}{12} \cdot 0,4 \right) = 2,6 \text{ млн. грн.}$$

Далі розрахуємо річну ефективну ставку дохідності:

$$\gamma = \left(\frac{2,6}{2}\right)^{\frac{12}{9}} - 1 = 0,4167, \text{ що вище за номінальну ставку } 0,4.$$

Аналізуючи приклади 2 та 3, можна зробити висновок.

Якщо гроші вкладаються на термін менше одного року і проценти нараховуються один або декілька разів на рік (див. випадки “а” та “б”), то при використанні методики простих процентів річна *ефективна ставка дохідності* буде вища за річну номінальну, під яку вкладаються гроші. Тобто, в цьому випадку краще виступати кредитором, ніж позичальником.

Розглянемо ще два приклади.

Приклад 4.

Підприємець отримав в комерційному банку кредит 2 млн. грн. терміном на 15 місяці під номінальну ставку дохідності 0,45. Процент простий і нараховується один раз на рік. Потрібно розрахувати річну ефективну ставку дохідності.

Розв'язування задачі:

Спочатку розрахуємо майбутню вартість грошей за вибраною схемою нарахувань процентів:

$$FV = 2 \cdot \left(1 + \frac{15}{12} \cdot 0,45\right) = 3,125 \text{ млн. грн.}$$

Далі розрахуємо річну ефективну ставку дохідності:

$$\gamma = \left(\frac{3,125}{2}\right)^{\frac{12}{15}} - 1 = 0,4287, \text{ що нижче за номінальну ставку } 0,45.$$

Приклад 5.

Підприємець отримав в комерційному банку кредит 2 млн. грн. терміном на 15 місяців під номінальну ставку дохідності 0,4. Процент простий і нараховується 4 рази на рік. Потрібно розрахувати річну ефективну ставку дохідності.

Розв'язування задачі:

Спочатку розрахуємо майбутню вартість грошей за вибраною схемою нарахувань процентів:

$$FV = 2 \cdot \left(1 + \frac{15}{12} \cdot 0,4\right) = 3,0 \text{ млн. грн.}$$

Далі розрахуємо річну ефективну ставку дохідності:

$$\gamma = \left(\frac{3,0}{2}\right)^{\frac{12}{15}} - 1 = 0,3831, \text{ що нижче за номінальну ставку } 0,4.$$

Аналізуючи приклади 4 та 5, можна зробити висновок.

В випадках, коли гроші вкладаються на термін більше одного року і проценти нараховуються один або декілька разів на рік (див. випадки “в” та “г”), при застосуванні методики простих процентів річна *ефективна ставка дохідності* буде нижча за річну номінальну, під яку вкладаються гроші. Тобто, в цьому випадку краще виступати позичальником, ніж кредитором.

Аналогічним способом можна довести і таке правило.

При застосуванні методики складних процентів і нарахуванні процентів один раз на рік (випадки “а” та “в”) річна *ефективна ставка дохідності* буде дорівнювати річній номінальній. Якщо ж проценти нараховуються декілька разів на рік (випадки “б” та “г”), то річна *ефективна ставка дохідності* буде вища за річну номінальну, під яку вкладаються гроші.

Але слід зазначити, що і ефективна ставка дохідності не дає повну інформацію про майбутню вартість грошей. Справа в тому, що для будь-якої країни характерні певні інфляційні процеси, які в тій чи іншій мірі знецінюють вартість грошей. Для того, щоб отримати більш достовірну інформацію про майбутню вартість грошей, застосовують так звану річну реальну ставку дохідності τ .

Реальна річна ставка дохідності τ – це річна ефективна ставка дохідності, скоригована на рівень інфляції в країні. Реальна річна ставка дохідності розраховується за формулою:

$$\tau = \left(\frac{FV}{PV \cdot I}\right)^{\frac{12}{t}} - 1, \quad (15.8)$$

де FV – майбутня вартість грошей, розрахована за певними схемами розрахунків;

PV – теперішня вартість грошей;

I – індекс інфляції в країні за час, за який визначається майбутня вартість грошей;

t – термін, за який визначається майбутня вартість грошей, в місяцях.

Приклад 6.

Під яку річну номінальну ставку дохідності потрібно вкласти гроші в банк, щоб через один рік при індексі інфляції за цей період в 1,4 рази мо-

жнa було б купити товарів на 20% більше ніж в даний час. Процент складний і нараховується один раз на рік.

Розв'язування задачі:

Позначимо теперішню вартість грошей як PV.

Тоді майбутня вартість грошей може бути розрахована як:

$$FV = PV \cdot (1 + \alpha)^1.$$

Вислів “через рік можна було б купити товарів на 20% більше ніж в даний час” означає, що реальна річна ставка дохідності дорівнює 0,2.

Тоді складемо рівняння:

$$\tau = 0,2 = \left(\frac{PV \cdot (1 + \alpha)^1}{PV \cdot 1,4} \right)^{12} - 1; \quad 0,2 = \frac{1 + \alpha}{1,4} - 1; \quad \alpha = 0,68.$$

Відповідь: при річній номінальній ставці дохідності 0,68 та індексі інфляції в країні в 1,4 рази гроші, покладені в комерційний банк терміном на один рік, дозволять через рік купити товарів на 20% більше ніж в даний час.

Примітка. Студент повинен усвідомлювати різницю між поняттями “індекс інфляції” та “рівень інфляції”.

Річний індекс інфляції “I” (або індекс інфляції за рік) розраховується за формулою:

$$I = \frac{Ц_2}{Ц_1}, \quad (15.9)$$

де $Ц_1$ – рівень цін в країні (загальний або за певними групами товарів) за попередній рік;

$Ц_2$ – рівень цін в країні (загальний або за певними групами товарів) в даному році.

Рівень інфляції “i” за рік (в процентах) розраховується за формулою:

$$i = \frac{Ц_2 - Ц_1}{Ц_1} \cdot 100\% = (I - 1) \cdot 100\%. \quad (15.10)$$

Аналогічно формулам 15.9 та 15.10 розраховуються індекси інфляції та рівні інфляції за будь-які інші терміни, які відрізняються від року.

Примітка. В практичній роботі сучасних комерційних банків нарахування процентів на внесений вклад здійснюється щомісяця виходячи із кількості днів, протягом який вклад знаходився на рахунку комерційного банку. При цьому першим днем нарахування процентів вважається наступний день після внесення вкладу, а останнім днем нарахування процентів – день, що передує зняттю грошей з рахунку.

15.2 Завдання для самостійного виконання

Підприємець поклав гроші в комерційний банк на депозит. Термін вкладення грошей t (в місяцях), річна номінальна ставка дохідності α , спосіб нарахування процентів, термін нарахуванням процентів t^1 (в місяцях), величина початкового вкладу PV (грн.), а також індекс інфляції I за час знаходження грошей на депозиті наведені в таблиці 15.1.

Таблиця 15.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	PV , тис.грн.	Процент	t , міс.	t^1 , міс.	α	I
1	10	Простий	36	12	0,14	1,6
2	40	Простий	36	6	0,2	1,5
3	35	Складний	48	12	0,21	1,7
4	53	Складний	48	6	0,16	1,4
5	76	Простий	9	12	0,3	1,1
6	100	Простий	9	3	0,25	1,2
7	46	Складний	36	12	0,27	1,47
8	78	Складний	36	3	0,19	1,59
9	35	Простий	48	12	0,14	1,4
10	28	Простий	48	6	0,13	1,5
11	124	Складний	60	12	0,16	1,8
12	152	Складний	60	6	0,32	2,3
13	168	Простий	6	12	0,25	1,05
14	326	Простий	6	3	0,09	1,04
15	427	Складний	24	12	0,1	1,3
16	36	Складний	24	4	0,11	1,2
17	86	Простий	24	12	0,24	1,32
18	110	Простий	24	6	0,26	1,42
19	243	Складний	36	12	0,21	1,52
20	532	Складний	36	6	0,19	1,74
21	142	Простий	4	12	0,2	1,1
22	86	Простий	4	2	0,27	1,04
23	97	Складний	72	12	0,19	2,2
24	76	Складний	72	6	0,14	2,1
25	460	Простий	60	12	0,13	1,7
26	33	Простий	60	6	0,16	1,59
27	365	Складний	48	12	0,32	1,41
28	130	Складний	48	3	0,28	1,42
29	54	Простий	8	12	0,08	1,12
30	700	Простий	8	4	0,13	1,13

Керуючись даними таблиці 15.1, потрібно:

1. Для вибраного варіанта завдання, враховуючи спосіб нарахування процентів, терміни нарахування та терміни вкладення грошей, розрахувати майбутню вартість грошей FV .

2. Розрахувати річну ефективну ставку дохідності, порівняти її з номінальною та зробити рекомендації для підприємця щодо операцій з грошми, а саме: про вигідність (або не вигідність) брати або давати гроші в борг.

3. Розрахувати річну реальну ставку дохідності. Зробити висновки щодо доцільності зберігання грошей в комерційних банках.

4. Зробити висновки.

15.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте означення понять “теперішня вартість грошей” та “майбутня вартість грошей”.
2. Як розраховується номінальна річна ставка дохідності?
3. Як розраховується номінальна річна дисконтна ставка?
4. Як пов’язані між собою номінальна річна ставка дохідності та номінальна річна дисконтна ставка? В чому полягає принципова різниця між цими ставками?
5. Наведіть приклади із практичної діяльності підприємця, коли доцільно розраховувати майбутню вартість грошей? Що в цьому випадку виступає ставкою дохідності?
6. Наведіть приклади із практичної діяльності підприємця, коли доцільно розраховувати теперішню вартість грошей? Що в цьому випадку виступає дисконтною ставкою?
7. Зробіть порівняльний аналіз сутності методик простих і складних процентів, які використовуються при нарахуванні процентів в комерційних банках.
8. Назвіть основні випадки застосування методики простих процентів та наведіть формули, за якими здійснюється нарахування процентів.
9. Назвіть основні випадки застосування методики складних процентів та наведіть формули, за якими здійснюється нарахування процентів.
10. Якщо термін вкладання грошей менше одного року, а проценти нараховуються один раз на рік, то застосування якої методики нарахування процентів (за схемою простих чи складних процентів) повинен вимагати кредитор, щоб мати найбільшу вигоду від того, що віддав гроші в борг?
11. Якщо термін вкладання грошей менше одного року, а проценти нараховуються один раз на рік, то застосування якої методики нарахування процентів (за схемою простих чи складних процентів) повинен вимагати позичальник, щоб мати найбільшу вигоду від того, що взяв гроші в борг?
12. Якщо термін вкладання грошей більше одного року, а проценти нараховуються один раз на рік, то застосування якої методики нарахування процентів (за схемою простих чи складних процентів) повинен вимагати кредитор, щоб мати найбільшу вигоду від того, що віддав гроші в борг?
13. Якщо термін вкладання грошей більше одного року, а проценти нараховуються один раз на рік, то застосування якої методики нарахування процентів (за схемою простих чи складних процентів) повинен вимагати позичальник, щоб мати найбільшу вигоду від того, що взяв гроші в борг?
14. Якщо термін вкладання грошей менше одного року, а проценти нараховуються декілька разів на рік, то застосування якої методики нарахування процентів (за схемою простих чи складних процентів) повинен вимагати кредитор, щоб мати найбільшу вигоду від того, що віддав гроші в борг?

15. Якщо термін вкладання грошей менше одного року, проценти нараховуються декілька разів раз на рік, то застосування якої методики нарахування процентів (за схемою простих чи складних процентів) повинен вимагати позичальник, щоб мати найбільшу вигоду від того, що взяв гроші в борг?

16. Якщо термін вкладання грошей більше одного року, проценти нараховуються декілька разів на рік, то застосування якої методики нарахування процентів (за схемою простих чи складних процентів) повинен вимагати кредитор, щоб мати найбільшу вигоду від того, що віддав гроші в борг?

17. Якщо термін вкладання грошей більше одного року, проценти нараховуються декілька разів на рік, то застосування якої методики нарахування процентів (за схемою простих чи складних процентів) повинен вимагати позичальник, щоб мати найбільшу вигоду від того, що взяв гроші в борг?

18. Дайте означення поняття “ефективна ставка дохідності”. Як вона розраховується?

19. Якщо ефективна ставка дохідності вища за номінальну, то ким краще виступати: кредитором чи позичальником?

20. Якщо ефективна ставка дохідності нижча за номінальну, то ким краще виступати: кредитором чи позичальником?

21. Назвіть при яких термінах вкладання грошей, схемах нарахування процентів та кількості нарахувань ефективна ставка дохідності завжди буде вища за номінальну.

22. Назвіть при яких термінах вкладання грошей, схемах нарахування процентів та кількості нарахувань ефективна ставка дохідності завжди буде нижча за номінальну.

23. Назвіть при яких термінах вкладання грошей, схемах нарахування процентів та кількості нарахувань ефективна ставка дохідності завжди буде дорівнювати номінальній.

24. Дайте означення поняття “реальна ставка дохідності”. Як вона розраховується?

25. Дайте означення понять “індекс інфляції” та “рівень інфляції”.

26. Наведіть вираз, за яким індекс інфляції та рівень інфляції будуть пов’язані між собою.

15.4 Задачі для самостійного розв’язання

1. Гроші в сумі 1000 грн., які були вкладені у справу, через рік забезпечили річну ставку дохідності 0,6.

Розрахуйте річну номінальну дисконтну ставку та майбутню вартість грошей.

2. Підприємцю через рік гарантували повернення грошей в сумі 1000 грн., які за рік повинні забезпечити річну дисконтну ставку 0,4.

Розрахуйте теперішню вартість грошей та річну номінальну ставку дохідності.

3. Мінімальний вклад в комерційний банк – 1 млн. грн., річна номінальна дисконтна ставка – 0,3.

Розрахуйте майбутню вартість грошей через один рік та річну номінальну ставку дохідності.

4. Через рік в комерційному банку можна отримати 2 млн. грн., якщо покласти туди певну суму грошей. Річна номінальна ставка дохідності, яку гарантує банк, складає 0,25.

Розрахуйте початкову суму вкладень та річну номінальну дисконтну ставку.

5. Підприємець отримав в комерційному банку кредит 1 млн. грн. терміном на 2 місяці при річній ставці дохідності 0,6. Проценти нараховуються один раз на рік.

Розрахуйте, скільки грошей потрібно повернути підприємцю у випадках застосування методики простих та складних процентів.

6. Підприємець отримав в комерційному банку кредит 2 млн. грн. терміном на 1,5 року при річній номінальній ставці дохідності 0,3. Проценти нараховуються один раз на рік.

Розрахуйте, скільки грошей потрібно повернути підприємцю у випадках застосування методики простих та складних процентів.

7. Підприємець отримав в комерційному банку кредит 3 млн. грн. терміном на 9 місяців при річній номінальній ставці дохідності 0,4. Період нарахування процентів - 3 місяці.

Розрахуйте, скільки грошей потрібно повернути підприємцю у випадках застосування методики простих та складних процентів.

8. Підприємець отримав кредит 5 млн. грн. терміном на 2,5 року при річній номінальній ставці дохідності 0,2. Період нарахування процентів – 3 місяці.

Розрахуйте, скільки грошей потрібно повернути підприємцю у випадках застосування методики простих та складних процентів.

9. Комерційний банк пропонує клієнтам такі послуги:

а) прийом вкладів терміном на 6 місяців з річною номінальною ставкою дохідності 0,3 та терміном нарахування процентів кожні 3 місяці;

б) прийом вкладів терміном на 6 місяців з річною номінальною ставкою дохідності 0,275 та терміном нарахування процентів кожні 2 місяці.

Визначте найбільш вигідний варіант для підприємця, який бажає покласти гроші в банк на депозит. Процент нарахування – складний.

10. Комерційний банк пропонує такі послуги клієнтам:

а) прийом вкладів терміном на 4 роки з річною номінальною ставкою дохідності 0,3 та терміном нарахування процентів кожні 6 місяці;

б) прийом вкладів терміном на 4 роки з річною номінальною ставкою дохідності 0,29 та терміном нарахування процентів кожні 3 місяці.

Визначте найбільш вигідний варіант для підприємця, який бажає покласти гроші в банк на депозит. Процент нарахування – складний.

11. Комерційний банк пропонує клієнтам прийом вкладів під річну номінальну ставку дохідності 0,3. Процент складний і нараховується один раз на рік.

Який повинен бути початковий вклад, щоб через 4 роки мати на рахунку 1 млн. грн?

12. Підприємець має вільні кошти в 10 тис. грн. Через 4 роки він бажає мати 50 тис. грн., поклавши свої гроші в комерційний банк на депозит.

Якою повинна бути річна номінальна ставка дохідності в такому банку, щоб бажання підприємця здійснилось? Процент складний і нараховується один раз на рік.

13. Комерційний банк пропонує клієнтам 2 варіанти вкладення грошей терміном на один рік:

а) за номінальною ставкою дохідності 0,25 та нарахуванням процентів один раз на рік;

б) за номінальною ставкою дохідності 0,23 та нарахуванням процентів 4 рази на рік.

Виберіть найбільш привабливий варіант для вкладника. Процент нарахувань – складний.

14. Підприємець отримав в комерційному банку кредит в 200 тис. грн. терміном на 1,5 року під річну номінальну ставку дохідності 0,5. Процент складний і нараховується 4 рази за рік.

Розрахуйте, скільки грошей повинен повернути підприємець.

15. Підприємець намагається взяти в комерційному банку кредит в сумі 10 тис. грн. терміном на 3 місяці під річну номінальну ставку дохідності 0,48. Процент нарахування – складний. Умовою надання кредиту є сплата підприємцем процентів одразу при отриманні кредиту.

Розрахуйте скільки грошей повинен сплатити підприємець при отриманні кредиту.

16. Підприємець отримав в комерційному банку кредит в 500 тис. грн. терміном на 6 місяців під річну номінальну ставку дохідності 0,3. Процент нарахування – простий. Термін нарахування процентів – 3 місяці.

Розрахуйте річну ефективну ставку дохідності.

17. Підприємець отримав в комерційному банку кредит в 200 тис. грн. терміном на 2 роки під річну номінальну ставку дохідності 0,4. Процент нарахування – простий. Термін нарахування процентів складає 6 місяців.

Розрахуйте річну ефективну ставку дохідності.

18. Підприємець отримав в комерційному банку кредит в 600 тис. грн. терміном на 4 роки під річну номінальну ставку дохідності 0,5. Процент нарахування – простий. Термін нарахування процентів складає один раз на рік.

Розрахуйте річну ефективну ставку дохідності.

19. Підприємець отримав в комерційному банку кредит в 100 тис. грн. терміном на 6 місяців під річну номінальну ставку дохідності 0,5. Процент нарахування – складний. Термін нарахування процентів – 3 місяці.

Розрахуйте річну ефективну ставку дохідності.

20. Підприємець отримав в комерційному банку кредит в 700 тис. грн. терміном на 6 місяців під річну номінальну ставку дохідності 0,2. Процент нарахування – складний. Проценти нараховуються один раз на рік.

Розрахуйте річну ефективну ставку дохідності.

21. Вклад у сумі 1000 грн. внесений в банк на депозит терміном на 2 роки під ставку дохідності 0,4. Процент складний і нараховується кожні 6 місяців.

Розрахуйте річну ефективну ставку дохідності.

22. Вклад у сумі 2000 грн. внесений в банк на депозит терміном на 9 місяців під ставку дохідності 0,4. Процент складний і нараховується кожні 3 місяці.

Розрахуйте річну ефективну ставку дохідності.

23. Гроші в сумі 1000 грн. були покладені в комерційний банк на 2 роки під річну номінальну ставку дохідності 0,3. Процент складний і на-

раховується один раз на рік. Через 2 роки з'ясувалось, що реальна річна ставка дохідності склала 0,2.

Розрахуйте індекс та рівень інфляції за 2 роки.

24. Два підприємці поклали свої гроші на депозити в комерційні банки різних країн терміном на 2 роки. Перший – поклав гроші під річну номінальну ставку дохідності 0,4, а другий – під 0,6. Процент складний і нараховується один раз на рік. Через 2 роки з'ясувалось, що реальна річна ставка дохідності склала для вкладу першого підприємця – 0,1, а для вкладу другого підприємця – 0,3.

Розрахуйте загальний рівень інфляції в кожній із країн за 2 роки.

25. Розрахуйте, під яку річну номінальну ставку дохідності були вкладені гроші в комерційний банк на депозит, якщо через 4 роки при загальному рівні інфляції 50% вдалося забезпечити реальну річну ставку дохідності 0,14. Процент складний і нараховується один раз на рік.

26. Розрахуйте, під яку річну номінальну ставку дохідності були вкладені гроші в комерційний банк на депозит, якщо через 4 роки при щорічному рівні інфляції 10% вдалося забезпечити реальну річну ставку дохідності 0,3. Процент складний і нараховується один раз на рік.

27. Розрахуйте, під яку річну номінальну ставку дохідності були вкладені гроші в комерційний банк на депозит, якщо через 4 роки при щорічному рівні інфляції 15% вдалося забезпечити реальний рівень дохідності (за 4 роки) 40%. Процент складний і нараховується один раз на рік.

28. Підприємець поклав в комерційний банк 100 тис. грн., а через рік отримав 144 тис. грн. Процент нарахування – складний. Проценти нараховувались 2 рази на рік.

Розрахуйте, під яку номінальну ставку дохідності були вкладені гроші. Визначте, якою була ефективна та реальна ставка дохідності, якщо індекс інфляції за цей час склав 1,1.

29. Підприємець поклав в комерційний банк 200 тис. грн., а через рік отримав 288 тис. грн. Процент нарахування – складний; проценти нараховувались 2 рази на рік.

Розрахуйте, під яку номінальну та ефективну ставку дохідності були вкладені гроші. Визначте рівень інфляції за рік, якщо реальна річна ставка дохідності була 0,3.

30. Підприємець поклав в комерційний банк певну суму грошей терміном на 4 роки з річною номінальною ставкою дохідності, яка відповідає

річній номінальній дисконтній ставці 0,2. Процент складний і нараховується один раз на рік. За цей період індекс інфляції в країні склав 1,177.

Розрахуйте річну реальну ставку дохідності.

31. Підприємець поклав в комерційний банк гроші з річною номінальною ставкою дохідності, яка відповідає річній номінальній дисконтній ставці 0,25. Процент складний і нараховується один раз на рік.

Розрахуйте, на який термін були вкладені гроші, якщо річна реальна ставка дохідності склала 0,2, а індекс інфляції за цей час в країні склав 1,5224.

32. Підприємець поклав в банк 1 млн. грн. терміном на 4 роки під річну номінальну ставку дохідності 0,08. Процент простий і нараховується один раз на рік.

Розрахуйте, на скільки б більше отримав підприємець грошей через 4 роки, якщо б процент нарахування був складний і проценти нараховувались би двічі на рік.

33. Підприємець бажає через 4 роки мати 100 тис. грн. для купівлі нового обладнання. Річна номінальна ставка дохідності – 0,1.

Розрахуйте, яку суму грошей потрібно покласти в банк при простому нарахуванні процентів, щоб накопичити цю суму? На скільки меншим був би внесок підприємця, якщо б процент нарахувань був складний, а самі проценти нараховувались двічі на рік?

15.5 Відповіді на задачі

1. 0,375; 1600 грн.
2. 600 грн.; 0,667.
3. 1,428 млн. грн.; 0,428.
4. 1,6 млн. грн.; 0,2.
5. 1,1 млн. грн. та 1,08148 млн. грн.
6. 2,9 млн. грн. та 2,9644 млн. грн.
7. 3,9 млн. грн. та 3,993 млн. грн.
8. 7,5 млн. грн. та 8,1445 млн. грн.
9. $FV_1=1,155625$; $FV_2=1,143898$; кращий 1-й варіант.
10. $FV_1=3,059022$; $FV_2=3,064478$; кращий 2-й варіант.
11. 0,350127 млн. грн.
12. 0,495.
13. $FV_1=1,25$; $FV_2=1,2506$; кращий 2-й варіант.
14. 405,457 тис. грн.
15. 1029,74 грн.
16. 0,3225.
17. 0,3416.
18. 0,316.
19. 0,6.
20. 0,2.
21. 0,44.
22. 0,464.
23. 1,173; 17,3%.
24. 61,98% та 51,47%.
25. 0,26.
26. 0,43.
27. 0,25.
28. 0,4; 0,44; 0,309.
29. 0,4; 0,44; 0,11.
30. 0,2.
31. 4 роки.
32. $\Delta = 0,0485$ млн. грн.
33. 71428,57 грн.; $\Delta = 3744,64$ грн.

Мета: отримання студентами теоретичних знань та практичних навичок з розрахунку аннуїтету, що є підґрунтям для проведення підприємцем ефективних фінансових операцій з грошми та цінними паперами, здійснення кредитування, інвестування тощо.

16.1 Теоретична частина

Досить часто в практиці підприємницької діяльності виникає потреба вносити платежі (або, навпаки, отримувати кошти) рівними або нерівними частинами протягом всього періоду здійснення тих чи інших грошових операцій.

Послідовність платежів, які здійснюються регулярно через однакові (або різні) відрізки часу, називається *аннуїтетом* (лат. annuitus – щорічні платежі). Аннуїтетом можуть бути платежі або інвестиції щорічні, щопіврічні, щоквартальні, щомісячні тощо. Наприклад, аннуїтетом може бути щомісячна сплата по закладній під будинок, щоквартальні внески на навчання дитини, періодичні сплати за позику тощо.

Застосування аннуїтету потребує розрахунку відповідних показників. Основними показниками є: загальна вартість всіх платежів, які були здійснені протягом певного часу; величина платежу, який необхідно регулярно вносити, щоб накопичити певну суму грошей; теперішня загальна вартість всіх платежів; величина платежу, який необхідно регулярно вносити, щоб сплатити суму боргу тощо.

Розрахунок цих показників залежить від того, в який саме час здійснюються платежі – на початку або в кінці року, від річної номінальної ставки дохідності, від регулярності внесення платежів та інших чинників. Розрахунки цих показників здійснюються за складними формулами або із застосуванням спеціальних банківських таблиць.

Так, *майбутня вартість всіх платежів* Б, тобто сума, яка буде накопичена до кінця терміну платежів (якщо всі платежі рівні, щорічні та робляться в кінці року), розраховується за формулою:

$$B = A \cdot \left[\frac{(1 + \alpha)^T - 1}{\alpha} \right], \quad (16.1)$$

де А – величина щорічного регулярного платежу;

α – річна номінальна ставка дохідності, в відносних одиницях;

T – число років, за які здійснюються грошові платежі (або робляться грошові накопичення) – так званий *період аннуїтету*.

Величина регулярного платежу A , який потрібно вносити, щоб накопичити до кінця терміну платежів бажану суму грошей (якщо всі платежі рівні, щорічні та робляться в кінці року), розраховується за формулою:

$$A = B \cdot \left[\frac{\alpha}{(1 + \alpha)^T - 1} \right]. \quad (16.2)$$

Теперішня вартість всіх платежів C (якщо всі платежі рівні, щорічні та робляться в кінці року), розраховується за формулою:

$$C = A \cdot \left[\frac{(1 + \alpha)^T - 1}{\alpha \cdot (1 + \alpha)^T} \right]. \quad (16.3)$$

Величина регулярного щорічного платежу A , який необхідно сплачувати, щоб віддати борг (якщо всі платежі рівні, щорічні та робляться в кінці року), розраховується за формулою:

$$A = C \cdot \left[\frac{\alpha \cdot (1 + \alpha)^T}{(1 + \alpha)^T - 1} \right]. \quad (16.4)$$

Разом з тим слід зазначити, що наведені формули 16.1...16.4 обмежені умовою рівності щорічних платежів і не дають можливість розрахувати всі показники, характерні для аннуїтету. Є більш зручна, проста і надійна методика розрахунку основних показників аннуїтету.

Основний принцип цієї методики полягає в тому, що *кожний платіж розраховується окремо від інших* за відомими формулами (див. формули 15.4...15.6), а потім розраховується їх загальна вартість таким чином, щоб отримати показники, які нас цікавлять.

В загальному вигляді методика розрахунку основних показників аннуїтету передбачає:

1 крок: будується вісь часу, на якій через рівні відрізки робляться риси, які показують цілі роки, починаючи від 0 (тобто даний час) і закінчуючи терміном аннуїтету.

2 крок: між рисками показується номінальна річна ставка дохідності α , яка діяла в той чи інший час. Для спрощення будемо вважати, що ця ставка буде однаковою за весь час аннуїтету.

3 крок: доверху або донизу відносно осі у вигляді прапорців (або інших позначок) відкладаються платежі, які були здійснені за час аннуїтету. Кожен прапорець ставиться на осі в тому місці, коли був здійснений відповідний платіж. Причому платежі, які йдуть, наприклад, від банку, відкладаються догори, а платежі, які йдуть від підприємця, донизу (хоча це не принципово).

4 крок: вибирається *розрахункова точка*, тобто той момент часу, на який будуть робитися розрахунки. Це може бути, наприклад, нульова точка (тобто, розрахунки робляться на даний час), або точка, коли був здійснений останній платіж, або будь-яка інша проміжна точка. Вибір розрахункової точки *визначається умовами задачі*.

5 крок: всі платежі, які були здійснені сторонами за час аннуїтету, перераховуються відносно розрахункової точки. Причому платежі, які знаходяться ліворуч від розрахункової точки, перераховуються за формулою *компаундингу*; платежі, які збігаються з розрахунковою точкою, перерахунку не підлягають; а платежі, які знаходяться праворуч від розрахункової точки, перераховуються за формулою *дисконтування*.

Формула *компаундингу* має вигляд:

$$FV = PV \cdot (1 + \alpha)^m, \quad (16.5)$$

де FV – майбутня вартість грошей;

PV – теперішня вартість грошей;

α – річна номінальна ставка дохідності, в відносних одиницях;

m – період часу, який являє собою кількість років між розрахунковою точкою та точкою (часом), коли був здійснений даний конкретний платіж.

Формула *дисконтування* має вигляд:

$$PV = \frac{FV}{(1 + \alpha)^m}. \quad (16.6)$$

6 крок: перераховані відносно розрахункової точки всі платежі підсумовуються, причому окремо підсумовуються платежі банку, а окремо – платежі підприємця. Отримані суми порівнюються і робляться розрахунки тих показників, які нас цікавлять.

Приклад.

Припустимо, що комерційний банк надає підприємцю кредит в вигляді щорічних платежів по 100 тис. грн. протягом 3-х років. Платежі здійснюються на початку кожного року. Підприємець згідно з договором з банком повертає цей кредит частинами (внесками) в кінці 3-го, 4-го і 5-го року відповідно в сумі 100 тис. грн., 200 тис. грн. та 110 тис. грн. Річна номінальна ставка дохідності дорівнює 0,1.

Потрібно визначити, чи повністю підприємець розрахується з банком за виданий кредит.

Розв'язування задачі.

Спочатку нарисуємо вісь часу, позначимо на ній роки та щорічні платежі банку і підприємця так, як про це сказано в кроках 1,2 та 3 (дивися рисунок 16.1).

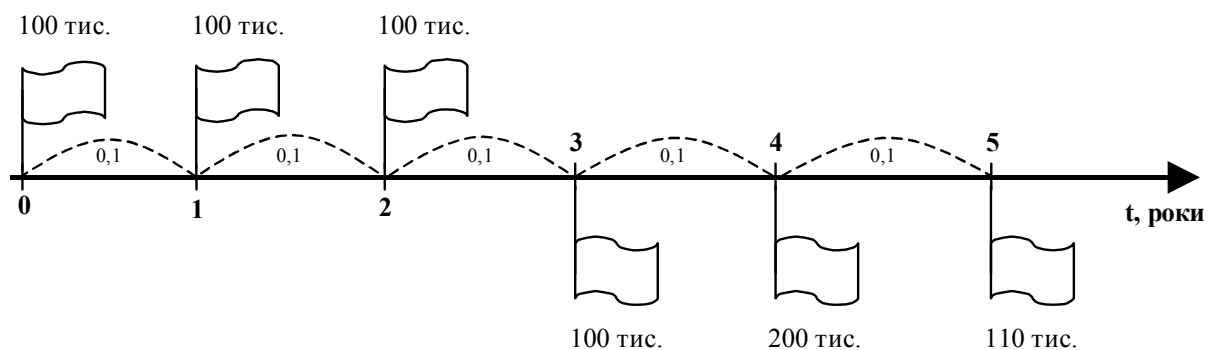


Рисунок 16.1 – Розподіл платежів банку та підприємця за часом
 ("0" – початок 1-го року; "1" – кінець 1-го року або початок 2-го року;
 "2" – кінець 2-го року або початок 3-го року; ... "5" – кінець 5-го року)

Далі виберемо розрахункову точку. Оскільки в задачі немає конкретних вказівок на це, виберемо за розрахункову точку початок розрахунків (початок першого року), тобто точку "0".

Здійснимо перерахунок всіх платежів банку та підприємця відносно розрахункової точки. Оскільки всі платежі знаходяться праворуч від цієї точки, то потрібно скористатися формулою дисконтування.

Для платежів банку маємо:

$$\begin{aligned} \text{1-й платіж} - PV_1 &= \frac{100}{(1 + 0,1)^0} = 100 \text{ тис. грн.}; \\ \text{2-й платіж} - PV_2 &= \frac{100}{(1 + 0,1)^1} = 90,909 \text{ тис. грн.}; \\ \text{3-й платіж} - PV_3 &= \frac{100}{(1 + 0,1)^2} = 82,644 \text{ тис. грн.} \end{aligned}$$

Для платежів підприємця маємо:

$$\begin{aligned} \text{1-й платіж} - PV_1 &= \frac{100}{(1 + 0,1)^3} = 75,131 \text{ тис. грн.}; \\ \text{2-й платіж} - PV_2 &= \frac{200}{(1 + 0,1)^4} = 136,602 \text{ тис. грн.}; \\ \text{3-й платіж} - PV_3 &= \frac{110}{(1 + 0,1)^5} = 68,301 \text{ тис. грн.} \end{aligned}$$

Підрахуємо, скільки грошей сплатив банк, а скільки грошей повернув підприємець (нагадаємо, що розрахунки робляться в теперішній вартості грошей).

Банк сплатив підприємцю $100 + 90,909 + 82,644 = 273,533$ тис. грн.

Підприємець повернув комерційному банку таку суму грошей: $75,131+136,602+68,301=280,034$ тис. грн.

Тобто, підприємець переоплатив банку $280034-273533=6501$ грн., якщо розрахунки вести в теперішній вартості грошей.

Задачу можна вирішити і іншим способом. Наприклад, виберемо за розрахункову точку момент останнього платежу підприємця. Тобто, це буде точка, яка характеризує кінець 5-го року (тобто, точка 5).

Перерахуємо всі платежі відносно цієї точки. Оскільки всі платежі лежать ліворуч від розрахункової точки, то потрібно користуватися формулою компаундингу.

Платежі банка складуть:

$$1\text{-й платіж} - FV_1 = 100 \cdot (1 + 0,1)^5 = 161,051 \text{ тис. грн.};$$

$$2\text{-й платіж} - FV_2 = 100 \cdot (1 + 0,1)^4 = 146,41 \text{ тис. грн.};$$

$$3\text{-й платіж} - FV_3 = 100 \cdot (1 + 0,1)^3 = 133,1 \text{ тис. грн.}$$

Платежі підприємця складуть:

$$1\text{-й платіж} - FV_1 = 100 \cdot (1 + 0,1)^2 = 121 \text{ тис. грн.};$$

$$2\text{-й платіж} - FV_2 = 200 \cdot (1 + 0,1)^1 = 220 \text{ тис. грн.};$$

$$3\text{-й платіж} - FV_3 = 110 \cdot (1 + 0,1)^0 = 110 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, комерційний банк сплатив підприємцю загальну суму грошей $161,051+146,41+133,1=440,561$ тис. грн. (у вартості грошей, що буде через 5 років).

Підприємець повернув банку $121+220+110=451$ тис. грн. (у вартості грошей, що буде через 5 років), тобто повернув суму грошей більшу, ніж отримав. Було б чесно, якщо б комерційний банк в кінці 5-го року повернув підприємцю гроші в сумі $451000 - 440561=10439 \approx 10400$ грн. (у вартості грошей, що буде через 5 років).

Зазначену суму грошей можна було розрахувати і інакше. Раніше ми визначили, що підприємець переоплатив банку суму в 6501 грн. в теперішній вартості грошей. Через 5 років ця сума складе:

$$FV = 6501 \cdot (1 + 0,1)^5 = 10469 \approx 10400 \text{ грн.}$$

Неважко побачити, що розраховані суми збігаються. Незначні розбіжності результатів пояснюються постійним округленням розрахунків при піднесенні чисел до степеня.

16.2 Завдання для самостійного виконання

Комерційний банк надає підприємцю кредит частинами на початку 1-го, 2-го, 3-го та 4-го року, а підприємець повертає цей кредит частинами

в кінці 4-го, 5-го, 6-го та 7-го років. Вартість платежів банку, вартість платежів підприємця (окрім одного, який позначений літерою “X”), річна номінальна ставка дохідності наведені в таблиці 16.1.

Таблиця 16.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Платежі банку, тис. грн.				Платежі підприємця, тис. грн.				α
	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	4-й рік	5-й рік	6-й рік	7-й рік	
1	100	120	200	130	140	“X”	300	270	0,2
2	120	130	300	190	160	200	“X”	310	0,25
3	300	120	130	180	170	180	380	“X”	0,26
4	260	145	150	160	190	“X”	390	290	0,27
5	140	410	140	300	500	100	“X”	280	0,28
6	320	160	260	400	280	300	480	“X”	0,29
7	100	200	300	400	390	“X”	300	390	0,3
8	280	240	500	230	360	510	“X”	200	0,21
9	270	220	100	450	290	300	200	“X”	0,22
10	300	340	500	100	“X”	300	200	510	0,23
11	240	190	170	300	300	“X”	200	180	0,24
12	400	100	200	230	200	590	“X”	190	0,3
13	280	210	100	300	300	200	340	“X”	0,29
14	200	210	190	300	“X”	200	150	180	0,28
15	300	390	440	500	600	“X”	490	590	0,27
16	250	260	270	300	400	450	“X”	410	0,26
17	100	90	80	70	120	110	100	“X”	0,25
18	90	80	70	60	“X”	110	120	100	0,24
19	50	60	70	80	90	“X”	10	120	0,23
20	60	70	80	90	100	110	“X”	110	0,22
21	70	80	90	100	120	130	125	“X”	0,21
22	80	90	120	140	“X”	120	170	180	0,2
23	100	120	40	160	180	“X”	200	180	0,19
24	120	130	140	150	170	160	“X”	180	0,18
25	200	210	220	230	240	250	220	“X”	0,17
26	260	280	300	100	“X”	300	200	210	0,16
27	400	410	420	430	500	“X”	500	540	0,15
28	300	320	340	360	400	380	“X”	410	0,14
29	250	300	200	300	400	320	310	“X”	0,13
30	200	210	240	500	“X”	400	600	100	0,12

Керуючись даними таблиці 16.1, потрібно:

1. Побудувати вісь часу та відкласти на ній час здійснення платежів та їх величини як для банку, так і для підприємця, користуючись порадами, які були наведені вище.

2. Вибрати за розрахункову точку “0”, звести до неї всі платежі як банку, так і підприємця.

3. Прирівняти суму платежів банку і суму платежів підприємця та розрахувати величину платежу “X”, при якому підприємець повністю розрахується за кредит банку.

4. Вибрати за розрахункову точку таку, яка збігається з терміном “X” сплати платежу підприємцем. Звести до неї всі платежі як банку, так і підприємця.

5. Прирівняти суму платежів банку і суму платежів підприємця та розрахувати величину платежу “X”, при якому підприємець повністю розраховується за кредит банку.

6. Вибрати за розрахункову точку кінець 7-го року, звести до неї всі платежі як банку, так і підприємця.

7. Прирівняти суму платежів банку і суму платежів підприємця та розрахувати величину платежу “X”, при якому підприємець повністю розраховується за кредит банку.

8. Зрівняти зроблені розрахунки та зробити висновки.

16.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте означення поняття “аннуїтет”. Наведіть приклади його застосування.

2. Наведіть формулу, за якою розраховується майбутня вартість всіх платежів. Поясніть значення останнього терміну.

3. Наведіть формулу, за якою розраховується величина платежу, який потрібно регулярно вносити, щоб накопичити бажану суму грошей. Поясніть значення цього терміну.

4. Наведіть формулу, за якою розраховується теперішня вартість всіх платежів. Поясніть значення останнього терміну.

5. Наведіть формулу, за якою розраховується величина платежу, який необхідно регулярно сплачувати, щоб віддати борг. Поясніть значення цього терміну.

6. Наведіть методику, за якою можна здійснювати розрахунки всіх показників аннуїтету.

7. Наведіть формули компаундингу та дисконтування. В яких випадках застосовуються ці формули?

16.4 Задачі для самостійного розв’язання

1. Розрахуйте, що вигідніше: одразу отримати 4000 доларів США або щорічно отримувати по 1200 доларів США протягом 4-х років. Гроші в сумі 1200 доларів виплачуються в кінці кожного року. Комерційні банки гарантують річну номінальну ставку дохідності 0,1. Процент складний і нараховується один раз на рік.

2. Розрахуйте, що вигідніше: одразу отримати 4000 доларів США або щорічно отримувати по 1200 доларів США протягом 4-х років. Гроші в сумі 1200 доларів виплачуються на початку кожного року. Комерційні банки гарантують річну номінальну ставку дохідності 0,1. Процент складний і нараховується один раз на рік.

3. Підприємець щорічно вкладає в комерційний банк на депозит по 10 тис. грн. Річна номінальна ставка дохідності – 0,2. Гроші вкладаються протягом 10 років в кінці кожного року. Процент нараховується складний і нараховується один раз на рік.

Розрахуйте, скільки грошей буде накопичено на рахунку підприємця через 10 років.

4. Підприємець взяв в комерційному банку кредит в 60000 грн. терміном на 4 роки під річну номінальну ставку дохідності 0,3. Процент складний і нараховується один раз на рік.

Розрахуйте, скільки грошей щорічно повинен вносити підприємець (гроші вносяться в кінці кожного року рівними частинами), щоб повністю погасити борг.

5. Навчання в університеті коштує 8000 доларів. Керівництво навчального закладу, занепокоєне інфляцією в країні, запропонувало студентам сплачувати цю суму частинами, на початку кожного року. Внески були визначені так: 1-й рік – 2000 доларів, 2-й рік – 2200 доларів 3-й рік – 2400 доларів, 4-й – 2600 доларів. Номінальні річні ставки дохідності в комерційних банках прогнозуються на цей час на рівні 0,1. Процент складний і нараховується один раз на рік.

Розрахуйте що вигідніше: сплатити одразу всю суму грошей за навчання чи сплачувати цю суму частинами.

6. Підприємцю потрібно накопичити 100 тис. грн. за 10 років. Річна номінальна ставка дохідності складає в комерційному банку 0,2. Процент складний і нараховується один раз на рік. Внески робляться в кінці кожного року. Величина внесків повинна бути однаковою.

Розрахуйте, які внески щорічно повинен робити підприємець на свій рахунок, щоб накопичити цю суму.

7. В комерційному банку був взятий кредит терміном на 5 років на суму 100000 грн. Річна номінальна ставка дохідності 0,1. Процент складний і нараховується один раз на рік.

Розрахуйте, скільки грошей необхідно повертати в кінці кожного року, щоб в кінці 5-го року залишився борг 10 000 грн. Сума грошей, яка повертається щороку, повинна бути однаковою.

8. Вкладник поклав в комерційний банк гроші в сумі 1 тис. грн. при річній номінальній ставці дохідності 0,2. Процент складний і нараховується один раз на рік.

Розрахуйте, яку суму грошей він повинен щорічно знімати з рахунку, щоб через 3 роки на його рахунку нічого не залишилось. Гроші знімаються з рахунку в кінці року рівними частинами.

9. Підприємець поклав в комерційний банк 1 млн. грн. при річній номінальній ставці дохідності 0,2. Процент складний і нараховується один раз на рік.

Розрахуйте, яку суму підприємець може щорічно знімати з рахунку, щоб через 3 роки на його рахунку залишилось ще 100 тис. грн. Гроші знімаються з рахунку в кінці кожного року рівними частинами.

10. Підприємець отримував гроші від комерційного банку в борг частинами в 1000 грн., 2000 грн. та 5000 грн. протягом 3-х років під річну номінальну ставку дохідності 0,2. Процент складний і нараховується один раз на рік.

Першу суму підприємець отримав на початку першого року, а другу та третю – в кінці, відповідно, другого та третього року.

Розрахуйте, скільки грошей повинен повертати підприємець в кінці 4-го, 5-го та 6-го року, щоб повністю віддати борг. Суми грошей, що повертаються, повинні бути однаковими.

11. Підприємець взяв в комерційному банку кредит 100 тис. грн. терміном на 3 роки під річну номінальну ставку дохідності 0,2. Процент складний і нараховується один раз на рік. Підприємець повертав кредит частинами по 40 тис. грн. в кінці кожного року.

Розрахуйте, яку суму грошей підприємець залишиться винним банку через 3 роки.

12. Банк видав підприємцю кредит 50 млн. грн. терміном на 4 роки під річну номінальну ставку дохідності 0,4. Процент складний і нараховується один раз на рік. Кредит повертався частинами протягом 4-х років щорічними внесками в кінці кожного року в пропорції 1:2:3:4 та був повернутий повністю.

Розрахуйте величини внесків підприємця, які він робив в кінці кожного року.

13. Банк видав підприємцю кредит 200 тис. грн. терміном на 4 роки під річну номінальну ставку дохідності 0,2. Процент складний і нараховується один раз на рік. Кредит повертався частинами протягом 4-х років щорічними внесками в кінці кожного року в пропорції 1:2:3:4.

Розрахуйте величини внесків підприємця в кінці кожного року, якщо через 4 роки кредит не був повернутий повністю і ще залишився борг в сумі 10 тис. грн.

14. Підприємець поклав в комерційний банк певну кількість грошей під річну номінальну ставку дохідності 0,2 терміном на 4 роки. Процент складний і нараховується один раз на рік. Щорічно в кінці року підприємець знімав гроші частинами в пропорції 1:4:3:2.

Розрахуйте, скільки грошей поклав підприємець в комерційний банк, якщо в останній рік він зняв з рахунку 3000 грн., а на ньому ще залишилось 1104 грн.

15. Підприємець взяв в комерційному банку кредит при річній номінальній ставці дохідності 0,3 терміном на 4 роки. Процент складний і нараховується один раз на рік. Щорічно (в кінці року) підприємець повертав гроші внесками в пропорції 1:4:2:2.

Розрахуйте, скільки грошей взяв підприємець в борг, якщо в останній рік він повернув комерційному банку 4000 грн., але залишився ще винним банку 1447 грн.

16. Протягом 4-х років підприємець щорічно вкладав в банк на початку кожного року по 17280 грн. під річну номінальну ставку дохідності 0,2. Процент складний і нараховується один раз на рік. Партнер по бізнесу даного підприємця щорічно (в кінці кожного року) знімав гроші частинами в пропорції 1:4:3:2 таким чином, що в кінці 4-го року на рахунку підприємця залишилось 6606,84 грн.

Розрахуйте, скільки грошей було знято з рахунку підприємця в кінці 1-го, 2-го, 3-го та 4-го років.

17. Підприємець отримав в комерційному банку кредит терміном на 5 років в сумі 500 тис. грн. при річній номінальній ставці дохідності 0,3. Процент складний і нараховується один раз на рік. Кредит повертався рівними частинами в кінці кожного року. В результаті з'ясувалось, що підприємець “переплатив” комерційному банку 42586 грн.

Розрахуйте, скільки грошей сплачував підприємець кожного року банку.

16.5 Відповіді на задачі

1. 4000 доларів одразу.
2. По 1200 доларів протягом 4-х років.
3. ≈ 259500 грн.
4. 27697 грн.
5. Частинами.
6. 3852 грн.
7. 24746 грн.
8. 474,72 грн.
9. 447 255 грн.
10. 4333,66 грн.
11. 27,2 тис. грн.
12. 12,922; 25,844; 38,766; 51,688 млн. грн.
13. 33,15; 66,30; 99,45; 132,60 тис.грн.
14. 10 тис. грн.
15. 10 тис. грн.
16. 8000 грн.; 32000 грн.; 24000 грн.; 16000 грн.
17. 210 тис. грн.

Тема: “Розрахунок економічної вигоди від здійснення лізингових операцій”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички з розрахунку економічної вигоди, яку можуть отримати підприємці від здійснення лізингових операцій.

17.1 Теоретична частина

Підприємець, який в певні відрізки часу відчуває нестачу вільних коштів, повинен знати, що є інші способи фінансування господарської діяльності, які можуть виявитися значно вигіднішими за банківський кредит. До таких способів фінансування відноситься, зокрема, *лізинг*.

Вперше слово “лізинг” (англ.- “to lease”) було запроваджено в 1877 році, коли телефонна компанія “Белл” прийняла рішення не продавати виготовлені нею телефонні апарати, а здавати їх в оренду.

Виникнення відносин лізингу обумовлено певними економічними обставинами. Уявимо собі, що є підприємець “А”, якому потрібне певне обладнання (зазвичай – це унікальне, складне, коштовне обладнання), але грошей для придбання такого обладнання у підприємця в даний час немає. Такі гроші підприємцю “А” міг би дати комерційний банк “Б” у вигляді кредиту, але у керівництва банку можуть виникнути підозри в платоспроможності підприємця або сума кредиту настільки значна, що це робить кредитну угоду надто ризикованою. Разом з тим, є виробник “В”, який може виготовити обладнання, яке потрібно підприємцю “А”. Але оскільки у підприємця “А” грошей немає сплатити за це обладнання, а комерційний банк не дає кредиту на придбання даного обладнання, то виробник “В” не може налагодити виробництво цього обладнання через те, що його ніхто не купить.

Виникає замкнуте коло: є виробник унікального обладнання, є потенційний споживач цього обладнання, є комерційний банк, який міг би надати кредит, але не робить цього через високу ризикованість кредитної угоди – а в результаті ніхто із зазначених суб’єктів не може реалізувати свої інтереси і несе при цьому значні економічні збитки.

Чи можливо позитивно розв’язати дану проблему?

Так, сучасна ринкова економіка знайшла вихід із такої ситуації. І таким виходом виявився *лізинг*.

Лізинг – це трьохсторонній договір між *продавцем* певної продукції, *лізингодавцем* (комерційним банком або лізинговою компанією) та *лізингоодержувачем* (фізичною або юридичною особою), згідно якого лізингодавець за дорученням лізингоодержувача купує у *продавця (виробника)*

певне обладнання (або бере його в оренду з правом викупу) і здає це обладнання лізингоодержувачу на правах оренди.

Таким чином, всі учасники даної лізингової угоди задовольняють свої інтереси і отримують певні економічні вигоди:

- *виробник* має змогу виробляти та реалізовувати за ринковими цінами своє коштовне та унікальне обладнання, отримуючи при цьому відповідний прибуток, тобто усуваються перешкоди на шляху розвитку виробництва, науково-технічного прогресу тощо;

- *лізингоодержувач*, тобто *підприємець*, не маючи на власних рахунках відповідних коштів, отримує потрібне йому для експлуатації обладнання, що дозволяє задовольняти відповідні суспільні потреби та отримувати певні прибутки. За цю послугу лізингоодержувач сплачує орендну плату. При цьому величина сплаченої підприємцем орендної плати завжди буде меншою ніж сплата процентів за отриманий банківський кредит, який повинен був би взяти підприємець для купівлі даного обладнання;

- *лізингодавець* (*лізингова компанія або комерційний банк*), виступивши одночасно покупцем та орендодавцем унікального, коштовного обладнання, стає власником цього обладнання і отримує вигоду від цього у вигляді надходжень орендної плати, яку сплачує підприємець, якому дане обладнання передається в оренду. Окрім цього, ставши власником обладнання, лізингодавець значно знижує рівень ризику від здійснення даної операції, оскільки у випадку банкрутства підприємця-орендаря лізингодавець може або продати дане обладнання та покрити можливі збитки, або здати дане обладнання іншому орендарю. Вигода лізингодавця збільшується, якщо він сплачує виробнику одразу не всю вартість цього обладнання, а здійснює таку плату частинами, так званими лізинговими внесками.

Лізинг буває двох основних видів: *фінансовий* та *оперативний*.

Фінансовий лізинг – це така трьохстороння угода, яка укладається між сторонами на строк, який збігається зі *строком служби обладнання*. Після закінчення строку лізингу обладнання або повертається лізингодавцю (лізинговій компанії), або викупається лізингоодержувачем (підприємцем) за залишковою вартістю.

Оперативний лізинг – це така трьохстороння угода, яка укладається між сторонами на строк, менший за *строк служби обладнання* (тобто *обладнання здається як би напрокат*). Після закінчення строку лізингу дане обладнання повертається лізингодавцю, який вирішує його подальшу долю.

Лізингові угоди оформлюються у вигляді договору, в якому визначають основні права і обов'язки сторін. Реальна тривалість такого договору складає зазвичай 3...5 років. Лізингові договори є так званими незавершеними договорами [21, с. 86] і не враховуються в бухгалтерському балансі як лізингоодержувачем, так і лізингодавцем. Це означає, що виплати внесків лізингоодержувачем не дебетуються на його рахунках як зо-

бов'язання, а у лізингодавця – не значаться як вимоги. Обопільному розрахунку підлягають лише несплачені внески.

В Україні лізингові відносини регулюються Законом України “Про фінансовий лізинг” від 16 грудня 1997 року. За даним законом *предметом* лізингу в Україні може бути будь-яка неспоживча річ, віднесена законодавством до основних фондів. Разом з тим, не можуть бути предметом лізингу земельні ділянки та інші природні об'єкти, єдині майнові комплекси підприємств та їх відокремлені структурні підрозділи (філії, цехи, дільниці).

Лізинг може бути організований за допомогою укладання 2-х окремих договорів. Лізингодавець (лізингова компанія або комерційний банк) замовляє у продавця виготовлення певного обладнання і бере його в оренду з правом викупу. За таку послугу лізингодавець щоквартально (щомісячно або в інші терміни) сплачує продавцю лізингові внески. Далі, лізингодавець укладає з лізингоодержувачем договір оренди, згідно якого передає йому в оренду отримане від продавця обладнання. За це лізингоодержувач щоквартально (щомісячно або в інші терміни) сплачує лізингодавцю орендну плату.

Економічна доцільність лізингових угод має місце тільки тоді, коли річна процентна ставка за лізинговими операціями буде знаходитись в проміжку між річною банківською депозитною ставкою та річною банківською кредитною ставкою.

Щоб оцінити ефективність застосування лізингу для сторін лізингової угоди, потрібно розрахувати такі показники:

- вартість лізингових внесків лізингодавця (лізингової компанії, комерційного банку);
- вартість орендних платежів лізингоодержувача;
- економічний ефект для лізингодавця (лізингової компанії, комерційного банку);
- вартість платежів, які повинен був би робити лізингоодержувач, якби він взяв кредит в комерційному банку;
- економічний ефект для лізингоодержувача.

Вартість лізингових внесків A_1 лізингодавця розраховується за формулою:

$$A_1 = B \cdot \left[\frac{\frac{\alpha}{n} \cdot \left(1 + \frac{\alpha}{n}\right)^{T \cdot n}}{\left(1 + \frac{\alpha}{n}\right)^{T \cdot n} - 1} \right], \quad (17.1)$$

де B – загальна вартість лізингу, грн.;

α – річна ставка банківського проценту при здійсненні операцій по залученню коштів (депозитних операцій), в відн. одиницях;

T – число років дії лізингової угоди;

n – число платежів, які здійснюються протягом року. Якщо внески здійснюються щоквартально, то $n = 4$; якщо щомісячно – то $n = 12$; якщо два рази на рік, то $n = 2$, тощо.

Вартість орендних платежів A_2 лізингоодержувача розраховується за формулою:

$$A_2 = B \cdot \left[\frac{\frac{\beta}{n} \cdot \left(1 + \frac{\beta}{n}\right)^{T \cdot n}}{\left(1 + \frac{\beta}{n}\right)^{T \cdot n} - 1} \right], \quad (17.2)$$

де β – річна ставка банківського проценту при здійсненні лізингових операцій, в відн. одиницях.

Якщо кількість лізингових внесків, які здійснює лізингодавець протягом року, дорівнює кількості орендних платежів, які лізингодавець отримує від лізингоодержувача, то *річний економічний ефект для лізингодавця* $E_{лд}$ розраховується за формулою:

$$E_{лд} = (A_2 - A_1) \cdot n. \quad (17.3)$$

Вартість платежів A_3 , які повинен був би робити лізингоодержувач у випадку, коли б він для купівлі необхідного обладнання взяв кредит в комерційному банку, розраховується за формулою:

$$A_3 = B \cdot \left[\frac{\frac{\delta}{n} \cdot \left(1 + \frac{\delta}{n}\right)^{T \cdot n}}{\left(1 + \frac{\delta}{n}\right)^{T \cdot n} - 1} \right], \quad (17.4)$$

де δ – річна ставка банківського проценту при здійсненні кредитних операцій, в відн. одиницях.

Якщо кількість орендних платежів, які здійснює лізингоодержувач протягом року, дорівнює кількості платежів, які лізингоодержувач повинен був би сплачувати комерційному банку за отриманий кредит, то *річний економічний ефект для лізингоодержувача* $E_{ло}$ розраховується за формулою:

$$E_{ло} = (A_3 - A_2) \cdot n. \quad (17.5)$$

Якщо кількість лізингових внесків, які здійснює лізингодавець протягом року, не збігається з кількістю орендних платежів, які лізингодавець отримує від лізингоодержувача, або кількість орендних платежів, які здійснює лізингоодержувач протягом року, не збігається з кількістю платежів, які лізингоодержувач повинен був би сплачувати комерційному банку за отриманий кредит, то формули 17.3 та 17.5 можна представити у такому вигляді:

$$E_{лд} = A_2 \cdot n_2 - A_1 \cdot n_1, \quad (17.6)$$

$$E_{ло} = A_3 \cdot n_3 - A_2 \cdot n_2, \quad (17.7)$$

де n_1 – кількість платежів протягом року лізингодавця;
 n_2 – кількість платежів протягом року лізингоодержувача;
 n_3 – кількість платежів протягом року, які повинен був би здійснювати лізингоодержувач у випадку отримання кредиту в банку.

Приклад. Комерційний банк, який виступає в ролі лізингодавця, придбав у виробника пасажирський літак вартістю 100 млн. грн. Термін експлуатації літака – 8 років. Оплату за літак банк здійснює щоквартальними лізинговими внесками. Цей літак був переданий в оренду суб'єкту підприємства – лізингоодержувачу терміном на 8 років при умові сплати лізингодавцю орендної плати щоквартальними внесками. Річна ставка банківського проценту при залученні грошових коштів – 4%, при здійсненні лізингових операцій – 8%, а при здійсненні кредитних операцій – 12%.

Потрібно розрахувати річний економічний ефект (економічну вигоду) для комерційного банку та для підприємця у випадку укладання лізингової угоди.

Розв'язання задачі:

Щоквартальні лізингові внески комерційного банку складуть:

$$A_1 = 100 \cdot \frac{\frac{0,04}{4} \cdot \left(1 + \frac{0,04}{4}\right)^{8 \cdot 4}}{\left(1 + \frac{0,04}{4}\right)^{8 \cdot 4} - 1} = 3,667 \text{ млн. грн.}$$

Щоквартальні орендні платежі лізингоодержувача складуть:

$$A_2 = 100 \cdot \frac{\frac{0,08}{4} \cdot \left(1 + \frac{0,08}{4}\right)^{8 \cdot 4}}{\left(1 + \frac{0,08}{4}\right)^{8 \cdot 4} - 1} = 4,261 \text{ млн. грн.}$$

Щоквартальні платежі підприємця, які він повинен був би робити у випадку, коли для купівлі необхідного обладнання взяв би кредит в комерційному банку, складуть:

$$A_3 = 100 \cdot \frac{\frac{0,12}{4} \cdot \left(1 + \frac{0,12}{4}\right)^{8 \cdot 4}}{\left(1 + \frac{0,12}{4}\right)^{8 \cdot 4} - 1} = 4,905 \text{ млн. грн.}$$

Річний економічний ефект для лізингодавця (лізингової компанії, комерційного банку) складе:

$$E_{\text{лд}} = (4,261 - 3,667) \cdot 4 = 2,376 \text{ млн. грн.}$$

Річний економічний ефект для лізингоодержувача складе:

$$E_{\text{ло}} = (4,905 - 4,261) \cdot 4 = 2,564 \text{ млн. грн.}$$

Таким чином, можна зробити висновок, що лізинг відкриває можливість в умовах конкуренції виживати малим, середнім та великим під-

приємствам, які в даний час не мають достатніх коштів для забезпечення нормального ходу виробничого процесу, купівлі необхідного обладнання тощо. Але, на жаль, ця форма фінансування суб'єктів підприємництва не набула ще в Україні значного поширення.

17.2 Завдання для самостійного виконання

Три суб'єкти підприємницької діяльності: виробник унікального обладнання "А", лізингодавець (комерційний банк) "Б" та користувач обладнання – лізингоодержувач "В" уклали між собою лізинговий договір, згідно якого лізингодавець "Б" (за проханням лізингоодержувача "В") замовляє та купує у виробника "А" відповідне обладнання та здає його в оренду лізингоодержувачу "В". Термін дії лізингового договору дорівнює строку експлуатації обладнання.

За придбане обладнання лізингодавець "Б" сплачує виробнику "А" лізингові внески. Кількість внесків протягом року дорівнює n_1 . За отримане в оренду обладнання лізингоодержувач "В" сплачує лізингодавцю "Б" оренду плату. Кількість орендних платежів протягом року дорівнює n_2 . У випадку, коли б лізингоодержувач "В" взяв кредит в комерційному банку, він би сплачував проценти за взятий кредит. Кількість таких платежів протягом року дорівнювала би величині n_3 .

Вартість лізингового договору V , термін дії договору T , чинні в даний момент депозитна α , лізингова β та кредитна δ ставки комерційного банку, а також величини n_1 , n_2 та n_3 наведені в таблиці 17.1.

Таблиця 17.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	V , млн. грн.	T , років	α , %	β , %	δ , %	n_1	n_2	n_3
1	120	4	3	8	20	4	3	2
2	130	3	4	7	24	3	6	12
3	140	5	5	6	22	2	3	4
4	150	6	4	7	24	6	4	3
5	160	5	3	8	25	4	3	2
6	170	8	2	9	20	2	3	4
7	200	5	3	8	24	6	4	3
8	240	6	4	7	26	12	12	2
9	320	3	5	6	18	2	12	12
10	260	4	4	7	16	4	3	3
11	400	5	3	8	17	3	4	4
12	490	4	2	9	19	2	6	6
13	500	5	3	8	20	6	6	2
14	600	6	4	12	30	6	3	4
15	700	8	5	10	26	6	4	3
16	800	5	4	9	24	4	4	6
17	900	3	3	8	25	12	4	12
18	570	4	2	7	24	4	12	3
19	390	5	3	8	20	4	6	3
20	850	4	4	12	24	3	4	6
21	960	5	5	14	28	12	6	4
22	250	6	4	7	18	3	2	12
23	150	8	3	8	20	2	12	4

Продовження таблиці 17.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
24	920	3	2	10	24	3	4	6
25	560	4	3	12	26	12	4	3
26	120	5	4	11	24	2	12	4
27	100	4	5	10	20	4	3	12
28	400	3	4	11	25	2	4	6
29	500	8	3	12	30	12	6	3
30	100	5	9	15	30	4	12	3

Керуючись даними таблиці 17.1, потрібно:

1. Розрахувати вартість лізингових внесків, які здійснює лізингодавець “Б” на користь виробника.
2. Розрахувати вартість орендних платежів, які здійснює лізингоодержувач “В” на користь лізингодавця.
3. Розрахувати вартість платежів, які повинен був би робити лізингоодержувач “В” у випадку, коли б для купівлі необхідного обладнання йому довелося б взяти кредит в комерційному банку.
4. Розрахувати річний економічний ефект, який буде мати лізингодавець “Б” від участі в лізинговому договорі.
5. Розрахувати річний економічний ефект, який буде мати лізингоодержувач “В” від участі в лізинговому договорі.
6. Зробити висновки.

17.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте означення поняття “лізинг”. Які проблеми вирішуються при укладанні лізингових договорів?
2. Доведіть доцільність та економічну ефективність лізингових операцій.
3. Поясніть, які економічні вигоди отримують виробник, лізингодавець та лізингоодержувач від укладання та виконання лізингового договору.
4. Зробіть порівняльну характеристику понять “фінансовий” та “оперативний” лізинг.
5. Якими нормативними актами регулюються лізингові відносини в Україні?
6. Що може (а що не може) бути предметом лізингу в Україні?
7. Наведіть формули, за якими розраховується вартість лізингових та орендних платежів, які повинні здійснювати відповідно лізингодавець та лізингоодержувач.
8. Як ви вважаєте, чому ставка банківського проценту при здійсненні лізингових операцій завжди менша за ставку банківського проценту при здійсненні кредитних операцій.
9. В яких межах повинна знаходитись річна процентна ставка за лізинговими операціями по відношенню до річної депозитної процентної та річної кредитної процентної ставки комерційного банку?

Тема: “Розрахунок економічної вигоди від здійснення факторингових операцій”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички з розрахунку економічної вигоди (економічного ефекту), яку можуть отримати суб'єкти підприємницької діяльності від здійснення факторингових операцій.

18.1 Теоретична частина

Ефективним способом фінансування господарської діяльності суб'єктів підприємництва може виявитись така операція кредитного типу як *факторинг*.

Виникнення відносин факторингу обумовлено певними економічними обставинами. Уявимо собі, що є підприємець “А”, якому потрібне певне обладнання, але грошей для придбання такого обладнання у підприємця “А” в даний час немає. Необхідна кількість грошей у підприємця “А” з'явиться лише через певний проміжок часу, наприклад, через півроку. Разом з тим, є виробник “Б”, який може виготовити обладнання, потрібне підприємцю “А”. Не виключено, що може трапитись так, що виробник “Б” погодиться виготовити та поставити підприємцю “А” необхідне обладнання з оплатою через півроку. У цьому випадку виробник “Б” стає кредитором, а підприємець “А” – боржником.

Але після того, як виробник “Б” виготовить та поставить обладнання, не отримавши за це грошей, у нього можуть виникнути певні фінансові складнощі. Де взяти гроші для термінового здійснення фінансових операцій? Зрозуміло, що їх можна взяти в комерційному банку у вигляді кредиту. Але не виключено, що комерційний банк таку операцію оцінить як надто ризиковану та відмовить в кредиті.

Разом з тим вихід із даної ситуації може бути знайдений шляхом укладання так званої *факторингової угоди*.

Факторинг – це купівля спеціалізованою факторинговою фірмою (або комерційним банком) вимог кредитора до його боржника.

Тобто, виробник “Б”, який виготовив та поставив обладнання підприємцю “А”, продає факторинговій фірмі “В” за факторинговою угодою свої вимоги до підприємця “А”. Факторингова фірма “В”, яка купує ці вимоги, одразу виплачує виробнику “Б” до (70...90)% вартості поставленого обладнання та приймає на себе права власника на це обладнання. Після цього факторингова фірма свої вимоги звертає до підприємця “А”, який відтепер повинен сплачувати вартість отриманого обладнання вже не виробнику “А”, а факторинговій фірмі “В”. Решту частину вартості облад-

нання (10...30)% факторингова фірма "В" повертає виробнику "Б" після того, як покупець "А" сплатить факторинговій фірмі всю вартість отриманого обладнання.

За таку фінансову послугу виробник "Б" сплачує факторинговій фірмі "В" комісійні за ставкою (0,5...3)% від вартості факторингового договору, а також проценти за надану *факторингову послугу*.

Всі учасники факторингової угоди задовольняють свої інтереси й отримують певні економічні вигоди:

- *виробник* має змогу виробити відповідне обладнання та отримати оплату за поставлене обладнання в межах (70...90)% його вартості. Це дає змогу виробнику вирішувати фінансові проблеми та продовжувати виробництво необхідної продукції. За таку послугу виробник сплачує факторинговій фірмі комісійні та проценти, загальна ставка яких буде нижчою за ставку процентів, які б сплачував виробник у випадку отримання кредиту в комерційному банку;

- *підприємець*, не маючи в даний момент необхідної кількості грошей, отримує потрібне йому обладнання. Оплату за отримане обладнання підприємець здійснює через певний проміжок часу вже не виробнику безпосередньо, а факторинговій фірмі, що є для підприємця абсолютно несуттєвим моментом;

- *факторингова фірма*, сплативши виробнику до (70...90)% вартості обладнання, стає власником цього обладнання. Це дає змогу факторинговій фірмі значно знизити рівень ризику від здійснення даної операції, оскільки у випадку банкрутства підприємця факторингова фірма може продати дане обладнання та покрити можливі збитки. Окрім цього факторингова фірма отримує від виробника комісійні та проценти за надану факторингову послугу.

Факторингові угоди оформлюються у вигляді договору, в якому визначаються основні права та обов'язки сторін. Реальна тривалість такого договору складає менше одного року. Укладаючи з виробником факторингову угоду факторингова фірма повинна вивчити фінансовий стан підприємця, який отримав відповідне обладнання від виробника. Тільки після перевірки платоспроможності підприємця факторингова фірма укладає з виробником факторинговий договір.

Економічна доцільність факторингових угод має місце тільки тоді, коли сума річної процентної ставки за факторинговою операцією та ставки комісії буде меншою за річну процентну ставку за кредитними операціями комерційних банків.

Щоб оцінити ефективність факторингової угоди, потрібно розрахувати такі показники:

- вартість, яку повинен сплатити підприємець виробнику в момент настання терміну сплати за поставлене обладнання;

- вартість комісійних, які повинен сплатити виробник факторинговій фірмі за надану факторингову послугу;

- процент, який повинен сплатити виробник факторинговій фірмі за факторингову послугу;
- загальну величину винагороди, яку повинен сплатити виробник факторинговій фірмі. Величина цієї винагороди буде складати економічною вигоду (економічний ефект) для факторингової фірми;
- процент, який повинен був би сплатити виробник у випадку отримання кредиту в комерційному банку;
- економічний ефект для виробника від здійснення факторингової операції.

Вартість Φ , яку повинен сплатити підприємець виробнику за поставлене обладнання, розраховується за формулою:

$$\Phi = Ц \cdot \left(1 + \frac{\delta \cdot T_{\phi}}{100 \cdot 365}\right), \quad (18.1)$$

де $Ц$ – ціна обладнання, яке виробник поставив підприємцю, грн.;

δ – річна процентна ставка комерційних банків за депозитними операціями, в %;

T_{ϕ} – кількість днів від моменту поставки виробником обладнання підприємцю до моменту настання погодженого строку сплати за це обладнання;

365 – кількість днів в році (для високосного року – 366).

Вартість комісійних K , які повинен сплатити виробник факторинговій фірмі за надану факторингову послугу, розраховується за формулою:

$$K = \frac{k\%}{100\%} \cdot \mu \cdot \Phi, \quad (18.2)$$

де $k = (0,5 \dots 3)\%$ – ставка комісійних за надану факторингову послугу, %;

$\mu = (0,7 \dots 0,9)$ – частина вартості факторингової угоди, яку факторингова фірма виплачує виробнику, грн.

Процент Π , який повинен сплатити виробник факторинговій фірмі за надану факторингову послугу, розраховується за формулою:

$$\Pi = \frac{\eta \cdot \mu \cdot \Phi \cdot D_{\Pi}}{100 \cdot 365}, \quad (18.3)$$

де η – річна процентна ставка за факторинговими операціями, яка включає ставку прибутку факторингової фірми та ризик факторингової операції, %;

D_{Π} – кількість днів від здійснення факторингового платежу факторинговою фірмою на адресу виробника до моменту настання строку сплати за поставлене обладнання підприємцем.

Економічна вигода E_{ϕ} (економічний ефект), яку отримає факторингова фірма, розраховується за формулою:

$$E_{\Phi} = K + \Pi. \quad (18.4)$$

Процент Π_k , який повинен був би сплатити виробник у випадку отримання кредиту в комерційному банку, розраховується за формулою:

$$\Pi_k = \frac{\beta \cdot \mu \cdot \Phi \cdot D_k}{100 \cdot 365}, \quad (18.5)$$

де D_k – кількість днів від отримання виробником кредиту до моменту настання строку сплати за поставлене обладнання підприємцем; зрозуміло, що $D_{\Pi} = D_k$;

β – річна процентна ставка комерційних банків за кредитними операціями, в %.

Економічний ефект для виробника E_B розраховується за формулою:

$$E_B = \Pi_k - E_{\Phi} = \Pi_k - (\Pi + K). \quad (18.6)$$

Приклад.

Виробник поставив підприємцю обладнання вартістю 100 тис. грн., узгодивши термін оплати за це обладнання через 120 днів після його поставки. Через декілька днів після цього у виробника виникла гостра потреба в грошах. Для виходу із фінансової кризи виробник уклав факторингову угоду з факторинговою фірмою, за якою ця фірма за 100 днів до узгодженого строку сплати за обладнання підприємцем переводить на рахунок виробника одразу 80 тис. грн. Ставка комісійних визначена 2%, річна процентна ставка комерційних банків за кредитними операціями – 30%, за факторинговими операціями – 20%, а за депозитними операціями – 10%.

Потрібно розрахувати економічну вигоду для виробника та факторингової фірми у випадку укладання факторингової угоди.

Розв'язання задачі:

Вартість Φ , яку повинен сплатити підприємець виробнику за поставлене обладнання, складе:

$$\Phi = 100 \cdot \left(1 + \frac{10 \cdot 120}{100 \cdot 365}\right) = 103,28 \text{ тис. грн.}$$

Вартість комісійних K , які повинен сплатити виробник факторинговій фірмі за надану факторингову послугу, складе:

$$K = \frac{2\%}{100\%} \cdot 80 = 1,6 \text{ тис. грн.}$$

Процент Π , який повинен сплатити виробник факторинговій фірмі за надану факторингову послугу, складе:

$$\Pi = \frac{20 \cdot 80 \cdot 100}{100 \cdot 365} = 4,38 \text{ тис. грн.}$$

Економічний ефект E_f , який отримає факторингова фірма, складе:

$$E_f = 1,6 + 4,38 = 5,98 \text{ тис. грн.}$$

Процент P_k , який повинен був би сплатити виробник у випадку отримання кредиту в комерційному банку, складе;

$$P_k = \frac{30 \cdot 80 \cdot 100}{100 \cdot 365} = 6,575 \text{ тис. грн.}$$

Економічний ефект (економічна вигода) для виробника E_v складе:

$$E_v = 6,575 - 5,98 = 0,595 \text{ тис. грн.}$$

Примітка. У випадку, якщо підприємець в момент настання строку сплати за отримане обладнання не виконує свої зобов'язання перед факторинговою фірмою, факторингова компанія звертає свої вимоги до цього підприємця і стягує з нього процент з суми платежу як за наданий кредит за всі дні затримки розрахунків.

18.2 Завдання для самостійного виконання

Виробник поставив підприємцю обладнання вартістю C з оплатою за це обладнання через певний проміжок часу T_f . В силу фінансових складнощів виробник вимушений був укласти факторингову угоду з факторинговою фірмою, яка сплатила виробнику певну частину вартості обладнання. Основні показники цієї угоди та інші показники, необхідні для здійснення розрахунків (показники C , T_f , D_p , k , δ , η , μ та β), наведені в таблиці 18.1.

Керуючись даними таблиці 18.1, потрібно:

1. Розрахувати величину вартості, яку повинен сплатити підприємець виробнику в момент настання терміну сплати за поставлене обладнання.
2. Розрахувати вартість факторингу.
3. Розрахувати вартість комісійних, які повинен сплатити виробник факторинговій фірмі за надану факторингову послугу.
4. Розрахувати процент, який повинен сплатити виробник факторинговій фірмі за факторингову послугу.
5. Розрахувати загальну величину винагороди, яку повинен сплатити виробник факторинговій фірмі. Величина цієї винагороди буде економічною вигодою для факторингової фірми.
6. Розрахувати процент, який повинен був би сплатити виробник у випадку отримання кредиту в комерційному банку.
7. Розрахувати економічний ефект для виробника від здійснення факторингової операції.
8. Зробити висновки.

Таблиця 18.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Ц, тис. грн.	T _ф , дні	D _п , дні	k, %	δ, %	η, %	β, %	μ
1	300	180	120	0,5	10	21	30	0,7
2	400	200	230	0,6	11	23	31	0,71
3	500	220	190	0,7	13	20	32	0,72
4	600	240	180	0,8	12	19,5	31	0,73
5	700	150	120	0,9	12,5	20,1	30	0,74
6	800	225	140	1,0	11	21	29	0,9
7	900	270	150	1,1	10	10	28	0,89
8	1000	180	160	1,2	9	23	27	0,88
9	1100	230	170	1,3	8	22	26	0,87
10	1200	210	180	1,4	9	18	25	0,86
11	1300	200	100	1,5	10	17	24	0,85
12	1400	190	120	1,6	11	16	25	0,84
13	1500	180	160	1,7	12	16,5	26	0,83
14	1600	200	80	1,8	13	12	27	0,82
15	1700	210	120	1,9	14	21	28	0,81
16	1800	215	100	2,0	15	20	29	0,8
17	1900	225	60	2,1	12	24	30	0,79
18	2000	230	170	2,2	11	20,5	31	0,78
19	2100	300	180	2,3	10	21	32	0,77
20	2200	310	180	2,4	9	23	33	0,76
21	2300	330	190	2,5	8	18	25	0,75
22	2400	260	100	2,6	7	17	26	0,9
23	2500	280	120	2,7	8	19	27	0,85
24	2600	290	195	2,8	9	20	28	0,81
25	2700	170	185	2,9	10	19	29	0,78
26	2800	160	75	3,0	11	21	30	0,84
27	2900	175	80	1,5	12	23	31	0,74
28	3000	230	100	1,8	13	24	33	0,73
29	3100	310	220	2,0	14	23	34	0,71
30	3200	280	205	1,2	11	19	30	0,75

18.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте означення поняття “факторинг”.
2. Поясніть, які проблеми вирішуються при укладанні факторингових угод?
3. Доведіть доцільність та економічну ефективність факторингових угод.
4. Поясніть, які економічні вигоди отримують виробник, факторингова фірма та підприємець від укладання факторингової угоди.
5. Наведіть формули, за якими розраховуються економічні ефекти для виробника та факторингової фірми у випадку укладання факторингової угоди.
6. Як ви вважаєте, чому ставка банківського проценту при здійсненні факторингових операцій завжди менша за ставку банківського проценту при здійсненні кредитних операцій.
7. В якому співвідношенні повинна знаходитись сума річної процентної ставки за факторинговими операціями та ставки комісійних по відношенню до річної процентної ставки комерційного банку за кредитними операціями?

Тема: “Оцінювання інвестиційної привабливості галузей та регіонів”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички з оцінювання інвестиційної привабливості регіонів та галузей, яке є підґрунтям для прийняття рішень про започаткування бізнесу та здійснення інвестицій.

19.1 Теоретична частина

Складовою частиною підприємницької діяльності є так звана інвестиційна діяльність.

Інвестиційна діяльність – це сукупність дій (заходів) громадян, юридичних осіб, держави щодо здійснення інвестицій. *Інвестиції* – це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об’єкти підприємницької діяльності з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту. *Об’єктами інвестиційної діяльності* є основні фонди, науково-технічна продукція, інтелектуальні цінності тощо. *Суб’єктами інвестиційної діяльності* є держава, юридичні особи, громадяни.

Інвестиції можна класифікувати за такими ознаками:

1. *За об’єктами вкладення коштів* – інвестиції поділяються на реальні та фінансові. *Реальні* – це вкладення капіталу у відтворення матеріальних або нематеріальних активів фірми. Такі інвестиції ще називаються виробничими (або капітальними вкладеннями). *Фінансові* інвестиції – це вкладення коштів у придбання різних цінних паперів, які випускаються підприємствами та державою.

2. *За характером участі в інвестуванні* – всі інвестиції поділяються на прямі і непрямі. *Прямі* – це вкладення коштів у певні об’єкти інвестиційної діяльності самостійно без допомоги посередників. *Непрямі* – це вкладення коштів через посередників.

3. *За формою власності* – інвестиції бувають приватними, державними, іноземними та спільними. *Спільні* – це інвестиції у вигляді інвестиційних сертифікатів, які випускаються в обіг інвестиційними компаніями та фондами.

4. *За функціональною спрямованістю* – інвестиції бувають валові та чисті. *Валові* – це інвестиції на повне відтворення виробничих фондів та об’єктів соціальної інфраструктури. *Чисті інвестиції* – це витрати лише на їх розширене відтворення.

При започаткуванні бізнесу та в ході його здійснення у підприємців постійно виникають питання *про доцільність, ефективність, вигідність здійснення інвестицій* в будь-яку галузь народного господарства, регіон, проект тощо.

Для отримання відповіді на ці питання підприємець повинен проаналізувати чинне законодавство, яке регулює інвестиційну діяльність в країні, визначитись із джерелами інвестування, оцінити інвестиційну привабливість економіки в цілому, галузей народного господарства, регіонів тощо.

Так, в Україні інвестиційна діяльність *регулюється* Законом “Про інвестиційну діяльність” від 18 вересня 1991 року та Законом “Про режим іноземного інвестування” від 19 березня 1996 року. Держава визначає пріоритетні напрямки вкладення коштів, встановлює пільгові ставки оподаткування, надає пільгові кредити, здійснює відповідну амортизаційну політику тощо. Наприклад, в 2004 році держава установила 4 групи основних фондів та відповідні норми амортизаційних відрахувань для них, які наведені таблиці 19.1.

Таблиця 19.1 – Норми амортизаційних відрахувань (за квартал)

Група	Склад основних фондів	Норма амортизаційних відрахувань, %
1	Будівлі, споруди тощо	1,25...2
2	Автомобільний транспорт, меблі, побутові електронні, оптичні, електромеханічні прилади та інструменти, інше конторське обладнання, устаткування та прилади до них тощо	6,25...10
3	Все те, що не входить до 1,2 та 4 груп	3,75...6
4	Електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичної обробки інформації, їх програмне забезпечення, інформаційні системи, телефони, мобільні телефони, рації тощо	15

Окрім того, підприємствам дозволено здійснювати прискорену амортизацію обладнання, збільшуючи ставки амортизації в два рази з метою скорішого перенесення вартості обладнання на виготовлену продукцію.

Важливим питанням є визначення джерел інвестування. В загальному вигляді всі інвестиційні ресурси поділяються на власні, позичкові та залучені.

Власні ресурси – це прибуток, що залишається після сплати податків; амортизаційні відрахування, які залежать від обсягу основних фондів та прийнятої амортизаційної політики; кошти від продажу частини основних фондів та оборотних активів тощо. Власні ресурси доцільно залучати для реалізації переважно невеликих інвестиційних проектів, а також для фінансових інвестицій.

Позичкові інвестиційні ресурси – це кредити комерційних банків, випуск облігацій (за українським законодавством – не більше 25% статутного фонду підприємства), інвестиційний лізинг та інвестиційний селенг. *Інвестиційний лізинг* – це різновид довгострокової оренди різноманітного

устаткування і транспортних засобів (див. практичне завдання 17). *Інвестиційний селенг* – це передача власником права користування та розпорядження своїм майном за певну плату. До такого майна можуть належати будівлі, споруди, сировина, матеріали, цінні папери, продукти інтелектуальної власності тощо.

Кредитування доцільно використовувати при реалізації реальних проектів, які швидко окупаються та мають високу норму прибутковості. Лізингом або селенгом користуються здебільшого за умови нестачі власних коштів для придбання необхідного обладнання та при інвестиціях у проекти зі швидкооновлювальною технологією або нетривалим періодом експлуатації виробничих об'єктів.

Залучені ресурси – це емісія акцій (для акціонерних товариств) та інвестиційних сертифікатів (для інвестиційних фондів та компаній), збільшення статутного фонду за рахунок нових внесків засновників тощо. Акціонування характерне для реалізації масштабних виробничих проектів.

Досить часто при здійсненні інвестиційної діяльності підприємець використовує комбінацію цих джерел.

Аналізуючи доцільність здійснення інвестицій, підприємець повинен враховувати прогнозоване співвідношення розподілу доходу (прибутку) на споживання і нагромадження; співвідношення очікуваної норми чистого прибутку та ставки проценту за кредитними операціями комерційних банків. Якщо очікувана норма чистого прибутку більша за ставку позичкового проценту, то інвестування буде ефективним. В іншому разі ефективність інвестицій буде знижуватись, а їх обсяги – падати.

Підлягають аналізу і такі важливі чинники, як передбачуваний рівень інфляції в країні, стабільність національної валюти та інші макроекономічні показники. Так, чим вищим буде рівень інфляції, тим більше буде знецінюватись майбутній прибуток від інвестування, що спричинить зменшення обсягів інвестування.

Вимагає оцінювання також стабільність політичної обстановки в країні. Зрозуміло, що політична нестабільність не сприяє активізації залучення інвестицій.

Складовою частиною аналізу доцільності здійснення інвестицій є оцінювання інвестиційної привабливості галузей та регіонів.

Для оцінювання інвестиційної привабливості певної галузі можна використати *інтегральний показник інвестиційної привабливості* I_r галузі, який розраховується за формулою:

$$I_r = \sum_1^3 \frac{\Pi_i \cdot \alpha_i}{100 \cdot 100}, \quad (19.1)$$

де Π_i – узагальнені показники, які характеризують певні сторони інвестиційної привабливості тієї чи іншої галузі, %. Такими узагальненими показниками є: Π_1 – узагальнений показник прибутковості діяльності, Π_2 –

узагальнений показник перспективності розвитку галузі, Π_3 – узагальнений показник інвестиційних ризиків;

α_i – вагомість кожного із узагальнених показників, в %. Рекомендується приймати: $\alpha_1 = 65\%$, $\alpha_2 = 20\%$, $\alpha_3 = 15\%$.

Узагальнений показник прибутковості галузі Π_1 розраховується за формулою:

$$\Pi_1 = \left(\frac{p_1 \cdot \beta_1}{100} + \frac{p_2 \cdot \beta_2}{100} + \frac{p_3 \cdot \beta_3}{100} + \frac{p_4 \cdot \beta_4}{100} \right) \%, \quad (19.2)$$

де p_i – одиничні показники прибутковості;

β_i – вагомість кожного із одиничних показників, %. Рекомендується приймати: $\beta_1 = 40\%$, $\beta_2 = 35\%$, $\beta_3 = 15\%$ та $\beta_4 = 10\%$.

До одиничних показників прибутковості відносяться: прибутковість власного капіталу підприємств галузі – p_1 , прибутковість активів підприємств галузі – p_2 , рівень операційних витрат – p_3 , прибутковість реалізованої продукції – p_4 .

Прибутковість власного капіталу p_1 підприємств галузі розраховується за формулою:

$$p_1 = \frac{\Pi}{\text{ВК}} \cdot 100\%, \quad (19.3)$$

де Π – чистий прибуток, який отримують підприємства галузі за рік, грн.;

ВК – власний капітал підприємств галузі, грн.

Прибутковість активів p_2 підприємств галузі розраховується за формулою:

$$p_2 = \frac{\Pi}{A} \cdot 100\%, \quad (19.4)$$

де A – активи всіх підприємств галузі, грн.

Рівень витрат p_3 від операційної діяльності всіх підприємств галузі розраховується за формулою:

$$p_3 = \frac{(P - B_o)}{P} \cdot 100\%, \quad (19.5)$$

де B_o – витрати від операційної діяльності всіх підприємств даної галузі, грн.;

P – обсяг реалізованої продукції всіма підприємствами даної галузі, грн.

Прибутковість реалізованої продукції p_4 розраховується за формулою:

$$p_4 = \frac{\Pi}{P} \cdot 100\%. \quad (19.6)$$

Чим вищими будуть значення одиничних показників p_1 , p_2 і p_4 та чим меншим буде значення показника p_3 , тим привабливішою для здійснення інвестицій буде дана галузь.

Узагальнений показник перспективності розвитку галузі Π_2 розраховується за формулою:

$$\Pi_2 = \sum_1^4 \frac{n_i \cdot \delta_i}{100} \% , \quad (19.7)$$

де n_i – одиничні показники перспективності розвитку галузі;

δ_i – вагомість кожного із одиничних показників перспективності розвитку галузі, %. Рекомендується приймати: $\delta_1=25\%$, $\delta_2=25\%$, $\delta_3=25\%$, $\delta_4=25\%$.

До одиничних показників перспективності розвитку галузі відносяться: питома вага галузі в економіці країни – n_1 ; соціальне значення галузі – n_2 ; можливість забезпечення перспективного зростання галузі власними фінансовими ресурсами – n_3 ; ступінь державної підтримки галузі – n_4 .

Питома вага галузі в економіці країни n_1 розраховується за формулою:

$$n_1 = \frac{P}{\text{ВВП}} \cdot 100\% , \quad (19.8)$$

де P – обсяг реалізованої продукції всіма підприємствами даної галузі, грн.;

ВВП – обсяг валового внутрішнього продукту країни за рік, грн.

Соціальне значення галузі n_2 розраховується за формулою:

$$n_2 = \frac{N_r}{N_{\text{заг}}} \cdot 100\% , \quad (19.9)$$

де N_r – середньорічна кількість працюючих в даній галузі, осіб;

$N_{\text{заг}}$ – загальна кількість працюючих в народному господарстві, осіб.

Можливість забезпечення перспективного зростання галузі власними фінансовими ресурсами n_3 розраховується за формулою:

$$n_3 = \frac{\Phi_v}{\Phi_n} \cdot 100\% , \quad (19.10)$$

де Φ_v – власні фінансові ресурси галузі, які можуть бути використані на її розвиток, грн.;

Φ_n – потрібні фінансові ресурси на розвиток галузі, грн.

Ступінь державної підтримки галузі n_4 визначається експертами і може теоретично коливатись в межах від 0% до 100%. Значення $n_4=0\%$ означає, що держава взагалі не підтримує галузь; значення $n_4=100\%$ озна-

чає, що держава здійснює 100% фінансування інвестиційного розвитку галузі, що практично не реально.

Чим вищими будуть значення одиничних показників n_1 , n_2 , n_3 і n_4 , тим привабливішою для здійснення інвестицій буде дана галузь.

Узагальнений показник інвестиційних ризиків у галузі Π_3 розраховується за формулою:

$$\Pi_3 = \sum_1^3 \frac{m_i \cdot \lambda_i}{100} \% , \quad (19.11)$$

де m_i – одиничні показники інвестиційних ризиків у галузі;

λ_i – вагомість кожного із одиничних показників інвестиційних ризиків, %. Рекомендується приймати: $\lambda_1=33,3\%$, $\lambda_2=33,3\%$, $\lambda_3=33,3\%$.

До одиничних показників інвестиційних ризиків у галузі відносяться: рівень конкуренції в галузі – m_1 , рівень інфляційної стійкості продукції галузі – m_2 , рівень соціальної напруги в галузі – m_3 .

Рівень конкуренції в галузі m_1 визначається експертами та може коливатись в межах від 0% до 100%. Рівень $m_1=0\%$ означає, що конкуренції в галузі немає, тобто галузь абсолютно монополізована; рівень $m_1=100\%$ означає, що в даній галузі панує досконала конкуренція.

Рівень інфляційної стійкості продукції галузі m_2 розраховується за формулою:

$$m_2 = \frac{\Pi_{\Gamma}}{\Pi_{\text{заг}}} \cdot 100\% , \quad (19.12)$$

де Π_{Γ} – індекс цін на основні види продукції галузі за рік;

$\Pi_{\text{заг}}$ – загальний індекс цін в країні за рік.

Рівень соціальної напруги в галузі m_3 розраховується за формулою:

$$m_3 = \frac{Z_c}{\text{ПМ}} \cdot 100\% , \quad (19.13)$$

де Z_c – середня заробітна плата в галузі, грн./місяць;

ПМ – прожитковий мінімум, грн./місяць.

Значення m_3 теоретично може знаходитись в межах від 0% до 100%. Значення $m_3=0\%$ означає наявність катастрофічної соціальної напруги в галузі, хоча практично таке не можливо. Значення $m_3 \geq 100\%$ означає, що в галузі соціальної напруги не повинно бути.

Чим вищими будуть значення одиничних показників m_1 , m_2 і m_3 , тим привабливішою для здійснення інвестицій буде дана галузь.

Після розрахунку всіх одиничних показників інвестиційної привабливості галузі розраховують узагальнені показники, а вже після цього – розраховують інтегральний показник інвестиційної привабливості галузі I_{Γ} .

Чим більшим буде показник I_{Γ} , тим більш інвестиційно привабливою для здійснення інвестицій є дана галузь.

Окрім визначення інвестиційної привабливості галузі потрібно визначити й інвестиційно привабливий регіон, в якому доцільно здійснювати інвестиції.

Для оцінювання інвестиційної привабливості регіону можна використати методику, аналогічну тій, що була наведена вище.

Так, *інтегральний показник інвестиційної привабливості регіону* I_p можна розрахувати за формулою:

$$I_p = \sum_{i=1}^5 \frac{K_i \cdot \gamma_i}{100 \cdot 100}, \quad (19.14)$$

де K_i – узагальнені показники, які характеризують певні сторони інвестиційної привабливості того чи іншого регіону, %. Такими узагальненими показниками є: K_1 – рівень загальноекономічного розвитку регіону, K_2 – рівень розвитку інвестиційної структури регіону, K_3 – демографічна характеристика регіону, K_4 – рівень розвитку ринкових відносин і комерційної інфраструктури регіону, K_5 – рівень криміногенних, екологічних та інших ризиків;

γ_i – вагомість кожного із узагальнених показників, в %. Рекомендується приймати: $\gamma_1=35\%$, $\gamma_2=15\%$, $\gamma_3=15\%$, $\gamma_4=25\%$ та $\gamma_5=10\%$.

В свою чергу, узагальнені показники K_i розраховуються на основі одиничних показників з урахуванням вагомості кожного з них. Одиничні показники, які можна використовувати для оцінювання інвестиційної привабливості регіону [30, с. 125-126], наведені в таблиці 19.2.

Таблиця 19.2 – Одиничні показники для оцінювання інвестиційної привабливості регіону

Групи показників	Окремі одиничні показники
1	2
Рівень загально-економічного розвитку	Частка регіону у валовому внутрішньому продукті Обсяг промислової продукції на душу населення Рівень самозабезпечення регіону основними продуктами харчування Середній рівень заробітної плати працівників Обсяг і динаміка капітальних вкладень у розрахунку на одну особу Кількість підприємств і організацій усіх форм власності Частка збиткових підприємств у загальній їх кількості
Рівень розвитку інвестиційної інфраструктури	Кількість підрядних будівельних організацій усіх форм власності Обсяги виробництва основних видів місцевих будівельних матеріалів Виробництво електроенергії на одну особу Щільність залізниць у розрахунку на 100 км ² території Щільність автомобільних доріг з твердим покриттям на 100 км ² території
Демографічна характеристика	Частка населення регіону в загальній чисельності населення України Співвідношення міського і сільського населення Частка населення, зайнятого у суспільному виробництві Рівень кваліфікації працівників суспільного виробництва

Продовження таблиці 19.2

1	2
Рівень розвитку ринкових відносин і комерційної інфраструктури	Частка приватизованих підприємств у їх загальній кількості Частка недержавних підприємств у загальній кількості виробничих підприємств Кількість спільних підприємств Кількість банківських установ та їх представництв Кількість товарних бірж
Рівень криміногенних, екологічних та інших ризиків	Рівень економічних злочинів у розрахунку на 100 тис. населення Частка підприємств із шкідливими викидами понад допустимі норми Середній радіаційний фон у містах та великих населених пунктах Частка незавершених будівельних об'єктів у загальній кількості, розпочатих за останні 3 роки

Оцінювання одиничних показників інвестиційної привабливості регіону здійснюється експертами за допомогою бальної шкали оцінок. Для цього використовуються статистичні дані, опублікована економічна та інша інформація тощо. Після цього розраховуються узагальнені показники інвестиційної привабливості регіону, які також будуть мати бальну оцінку. І нарешті, розраховують інтегральний показник інвестиційної привабливості регіону I_p .

З точки зору інвестиційної привабливості кращим буде той регіон, який буде мати найвищий узагальнений інтегральний показник інвестиційної привабливості I_p .

19.2 Завдання для самостійного виконання

В таблиці 19.3 наведені дані щодо окремих одиничних показників інвестиційної привабливості галузей.

Примітка. Значення показників Π , A_k , BK , P , B_o , $BB\Pi$, Φ_b та Φ_{Π} наведені в млн. грн. Значення показників N_r та N_{zag} наведені в млн. осіб. Значення показників Z_c та PM наведені в грн. Значення одиничних показників m_1 та m_2 наведені в процентах.

Таблиця 19.3 – Початкові дані для виконання завдання

Галузі	Π	BK	A_k	P	B_o	$BB\Pi$	N_r	N_{zag}	Φ_b	Φ_{Π}	m_1	m_2	Z_c	PM
А	10	140	200	100	60	1100	1,1	20	10	40	80	104	277	385
Б	9	130	210	95	65	1050	1,2	21	12	50	75	110	490	500
В	8	120	205	90	70	1000	1,3	22	11	60	70	90	540	580
Г	11	110	195	105	62	975	1,4	23	13	70	76	125	500	400
Д	12	115	190	110	58	950	1,5	24	15	80	58	111	400	500
Е	13	125	197	97	64	900	1,6	25	14	60	59	134	500	700
Ж	14	117	202	102	69	875	1,7	26	15	50	75	105	700	500
К	15	122	215	85	57	850	1,8	27	16	40	81	109	650	670
Л	16	135	185	110	70	825	1,9	28	17	90	90	110	750	500

В таблиці 19.4 наведені дані щодо того, які галузі студент повинен взяти для аналізу та оцінювання.

Таблиця 19.4 – Початкові дані для виконання завдання

Вариант	Галузі, які потрібно взяти для оцінювання	Вариант	Галузі, які потрібно взяти для оцінювання	Вариант	Галузі, які потрібно взяти для оцінювання
1	А, Б, В	11	А, Б, Ж	21	В, Г, Е
2	Б, В, Г	12	А, Б, К	22	А, Г, Ж
3	В, Г, Д	13	А, Б, Л	23	В, Г, К
4	Г, Д, Е	14	А, В, Л	24	А, Г, Л
5	Д, Е, Ж	15	А, В, Д	25	Л, Д, Е
6	Е, Ж, К	16	Б, В, Е	26	Г, Д, Ж
7	Ж, К, Л	17	А, В, Ж	27	А, Д, К
8	А, Б, Г	18	Б, В, К	28	А, Д, Л
9	А, Б, Д	19	А, В, Л	29	В, Г, Л
10	А, Б, Е	20	Б, Г, Д	30	Г, Д, Л

Керуючись даними таблиць 19.3 та 19.4, потрібно:

1. Для кожної із галузей, які вибрані для оцінювання, розрахувати значення всіх одиничних показників інвестиційної привабливості галузі.
2. Для кожної із галузей, які вибрані для оцінювання, розрахувати значення всіх узагальнених показників інвестиційної привабливості галузі.
3. Розрахувати значення інтегрального показника інвестиційної привабливості кожної із галузей.

Примітка. При виконанні розрахунків за пп. 1,2 та 3 значення коефіцієнтів α_i , β_i , δ_i та λ_i брати такими, які були рекомендовані в теоретичній частині.

4. Вибрати найпривабливішу для інвестування галузь.

В таблиці 19.5 наведені дані щодо узагальнених показників інвестиційної привабливості регіонів K_i , де розміщується галузь, яка раніше була визначена як інвестиційно найпривабливіша. Наведені узагальнені показники K_i визначені експертами в балах.

Таблиця 19.5 – Початкові дані для виконання завдання

Регіон	K_1	K_2	K_3	K_4	K_5
1	13	14	16	17	20
2	32	7	9	23	4
3	23	21	8	12	9
4	9	12	13	29	15
5	10	13	18	10	32
6	21	17	19	23	7
7	30	5	17	9	15
8	10	13	17	11	19

В таблиці 19.6 наведені дані щодо того, в яких регіонах знаходиться галузь, яка раніше була вибрана для інвестування.

Таблиця 19.6 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Регіони, які потрібно взяти для оцінювання	Варіант	Регіони, які потрібно взяти для оцінювання	Варіант	Регіони, які потрібно взяти для оцінювання
1	1, 2, 3	11	4, 3, 8	21	1, 7, 8
2	1, 2, 4	12	2, 4, 5	22	2, 3, 4
3	1, 2, 5	13	7, 4, 6	23	7, 4, 5
4	1, 2, 6	14	8, 4, 7	24	3, 5, 6
5	1, 2, 7	15	2, 4, 8	25	2, 6, 7
6	1, 2, 8	16	1, 5, 6	26	2, 7, 8
7	5, 3, 4	17	1, 5, 7	27	3, 4, 5
8	4, 3, 5	18	3, 5, 8	28	4, 5, 6
9	8, 3, 6	19	1, 6, 7	29	5, 6, 7
10	2, 3, 7	20	3, 6, 8	30	6, 7, 8

Керуючись даними таблиць 19.5 та 19.6, потрібно:

5. Для кожного із регіонів, які вибрані для оцінювання, розрахувати значення інтегрального показника інвестиційної привабливості.

Примітка. При виконанні розрахунків значення коефіцієнтів γ_i брати такими, які були рекомендовані в теоретичній частині.

6. Вибрати найпривабливіший з точки зору інвестування регіон, в якому доцільно здійснювати вкладення в інвестиційно привабливу галузь, яка була визначена раніше.

7. Зробити висновки.

19.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте означення поняття “інвестиційна діяльність”.
2. Дайте означення поняття “інвестиції” та охарактеризуйте ознаки інвестицій.
3. Назвіть об’єкти та суб’єкти інвестицій.
4. Назвіть джерела інвестиційних ресурсів та дайте їм характеристику.
5. Поясніть різницю між власними, позичковими та залученими ресурсами.
6. Охарактеризуйте методику оцінювання та вибору інвестиційно привабливої галузі.
7. Охарактеризуйте методику оцінювання та вибору інвестиційно привабливого регіону.
8. Охарактеризуйте важелі, за допомогою яких держава здійснює регулювання інвестиційної діяльності в країні.

Тема: “Оцінювання економічної ефективності реальних інвестицій”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички з оцінювання економічної ефективності реальних інвестицій, які вкладаються в інвестиційний проект.

20.1 Теоретична частина

Остаточне рішення щодо здійснення інвестицій підприємств приймає після того, як буде проведено оцінювання економічної ефективності реальних інвестицій, які вкладаються в інвестиційний проект.

Інвестиційний проект – це об’єкт реального інвестування, намічений до реалізації у формі придбання, реконструкції, розширення, нового будівництва тощо.

Для оцінювання економічної ефективності інвестицій використовуються такі показники як “ефект”, “ефективність”, “ефективність реальних інвестицій”.

Ефект – це кінцевий результат, що очікується за рахунок здійснення тих чи інших інвестицій. Він може виражатись у додатковій сумі виручки, валового чи чистого прибутку, грошового потоку тощо. *Грошовий потік* – це сума чистого прибутку та амортизаційних відрахувань з вартості матеріальних і нематеріальних активів підприємства.

Ефективність – це кількісне співвідношення результатів, отриманих від впровадження інвестицій, і витрат на їх досягнення.

Ефективність реальних інвестицій – це сукупність відповідних показників, за допомогою яких в умовах ринкової економіки здійснюється оцінювання ефективності впровадження реальних інвестицій.

Потрібно підкреслити, що *традиційні методи оцінювання економічної ефективності реальних інвестицій мають значні недоліки*, які унеможливають їх використання в умовах ринкової економіки. Так, ці методи не враховують чинник часу, оскільки ні величина прибутку, ні обсяг інвестицій не приводяться до їх теперішньої вартості. При розрахунку строку повернення інвестованого капіталу дані методи враховують тільки чистий прибуток, в той час як у реальній практиці господарювання інвестиції повертаються у вигляді грошового потоку. Окрім цього дані методи не враховують існуючих у ринковій економіці ризику та інфляції тощо.

Тому для оцінювання ефективності реальних інвестицій використовуються методи, адаптовані до сучасних умов господарювання. Ці методи базуються на таких *принципах*:

- повернення інвестованого капіталу повинно здійснюватись у вигляді грошового потоку, який диференціюється по роках;

- повинно здійснюватись обов'язкове приведення величини капіталу, що вкладається в інвестиційний проект, та грошового потоку до їх теперішньої вартості;

- установлюється залежність ставки дохідності, яка використовується для приведення грошового потоку та капіталу до їх теперішньої вартості, від виду інвестиційного проекту, мети здійснення інвестицій тощо. На величину цих ставок впливають депозитні ставки комерційних банків, темп інфляції, величина премії за ризик, норма дохідності від поточної господарської діяльності та інші чинники.

В сучасних умовах для оцінювання економічної ефективності реальних інвестицій, що вкладаються в інвестиційний проект, можуть використовуватись різні показники. До основних із них відносяться: чистий приведений дохід – ЧПД, індекс дохідності – ІД, період окупності інвестицій – ПО, внутрішня норма дохідності – ВНД.

1. Оцінювання ефективності реальних інвестицій за допомогою розрахунку чистого приведенного доходу – ЧПД.

Суть розрахунків полягає в наступному:

1-й крок: розраховують чистий прибуток Π_i , який щорічно буде отримувати підприємство у випадку впровадження реальних інвестицій. Для цього можна користуватись формулою:

$$\Pi_i = V_p \cdot \left(1 - \frac{\beta}{100}\right) - V_T, \quad (20.1)$$

де V_p – виручка від реалізації продукції у даному році, грн.;

V_T – витрати підприємства в даному році, грн.;

β – ставка податку на додану вартість, %.

Виручку від реалізації продукції V_p в даному році можна розрахувати за формулою:

$$V_p = \sum_1^n C_{pi} \cdot N_i, \quad (20.2)$$

де C_{pi} – ціна реалізації виробу i -го найменування в даному році, грн.;

N_i – кількість виробів i -го найменування, які були реалізовані в даному році, шт.;

n – кількість найменувань видів виробів.

Витрати підприємства V_T в даному році спрощено можна розрахувати за формулою:

$$V_T = V_o + \Pi_n, \quad (20.3)$$

де V_o – витрати підприємства в даному році від операційної діяльності, грн.;

Π_n – податок на прибуток, що сплачує підприємство в даному році, грн.

Податок на прибуток Π_n , що сплачує підприємство в даному році, можна розрахувати за формулою:

$$\Pi_{\text{п}} = \frac{(D - B_0) \cdot \lambda}{100}, \quad (20.4)$$

де λ – ставка податку на прибуток, %.

Дохід підприємства в даному році D можна розрахувати за формулою:

$$D = B_p \cdot \left(1 - \frac{\beta}{100}\right). \quad (20.5)$$

2-й крок: розраховують величину амортизаційних відрахувань A_i , які щорічно будуть надходити до підприємця в результаті впровадження реальних інвестицій.

3-й крок: розраховують щорічну величину грошового потоку $\Gamma\Pi_i$, який щорічно буде надходити до підприємця в результаті впровадження реальних інвестицій. Для цього користуються формулою:

$$\Gamma\Pi_i = (\Pi_i + A_i). \quad (20.6)$$

4-й крок: розраховують загальну величину *теперішньої вартості* всіх грошових потоків $\Gamma\Pi_{\text{заг}}$, які будуть надходити до підприємця протягом всього строку реалізації інвестиційного проекту. Для цього користуються формулою:

$$\Gamma\Pi_{\text{заг}} = \sum_1^T \frac{\Gamma\Pi_i}{(1 + \alpha)^t}, \quad (20.7)$$

де $\Gamma\Pi_i$ – щорічна величина грошового потоку, яка визначається на кінець кожного року, грн.;

α – ставка дохідності, яка враховує середню депозитну ставку, темпи інфляції, рівень ризику тощо, у відносних одиницях;

T – строк реалізації інвестиційного проекту, років;

t – строк від моменту, на який визначається величина *теперішньої вартості*, до моменту надходження грошового потоку, який визначається на кінець кожного року, років.

5 крок: розраховують загальну величину *теперішньої вартості* інвестицій $K_{\text{заг}}$, які щорічно будуть вкладатися в реалізацію інвестиційного проекту. Для цього користуються формулою:

$$K_{\text{заг}} = \sum_1^T \frac{K_i}{(1 + \alpha)^t}, \quad (20.8)$$

де K_i – величина щорічних капітальних вкладень, яка визначається на кінець кожного року, грн.

6-й крок: розраховують величину чистого приведеного доходу ЧПД від впровадження інвестицій. Для цього користуються формулою:

$$\text{ЧПД} = \Gamma\Pi_{\text{заг}} - K_{\text{заг}}. \quad (20.9)$$

Якщо при розрахунках виявиться, що величина ЧПД буде мати додатне значення, то інвестиційний проект вважається економічно ефективним.

Якщо розглядається декілька варіантів інвестиційних проектів, то кращим буде той варіант, де величина ЧПГ буде більшою.

2. Оцінювання ефективності реальних інвестицій за допомогою розрахунку індексу дохідності – ІД. Суть розрахунків полягає в наступному:

1-й крок: розраховують індекс дохідності інвестицій ІД. Для цього користуються формулою:

$$ІД = \frac{ГП_{заг}}{К_{заг}}. \quad (20.10)$$

2-й крок: здійснюють вибір кращого варіанта інвестиційного проекту. Кращим буде той варіант реальних інвестицій, де показник ІД буде більшим.

3. Оцінювання ефективності реальних інвестицій за допомогою розрахунку періоду окупності – ПО. Суть розрахунків полягає в наступному:

1-й крок: розраховують середньорічну величину грошового потоку $ГП_{сер}$, який підприємець отримував протягом всього періоду реалізації інвестиційного проекту. Для цього користуються формулою:

$$ГП_{сер} = \frac{ГП_{заг}}{T}. \quad (20.11)$$

2-й крок: розраховують період окупності реальних інвестицій. Для цього користуються формулою:

$$ПО = \frac{К_{заг}}{ГП_{сер}}. \quad (20.12)$$

3-й крок: роблять вибір кращого варіанта інвестиційного проекту. Кращим буде той варіант вкладення реальних інвестицій, де показник ПО буде меншим.

4. Оцінювання ефективності реальних інвестицій за допомогою розрахунку внутрішньої норми дохідності – ВНД.

Внутрішня норма дохідності ВНД – це така річна ставка дохідності, за якою загальна теперішня вартість грошового потоку, зумовленого реалізацією інвестицій, може бути приведена до теперішньої вартості коштів, інвестованих в даний інвестиційний проект. Внутрішня норма дохідності γ може бути розрахована за формулою:

$$\gamma = \sqrt[T]{ІД} - 1. \quad (20.13)$$

Кращим буде той варіант вкладення реальних інвестицій, де показник γ буде більшим.

В Україні в певних випадках існує обов'язковою експертиза інвестиційних проектів. Це стосується випадків, коли проекти здійснюють за рахунок бюджетних або позабюджетних коштів. Інвестиції за рахунок інших джерел підлягають обов'язковій державній експертизі щодо дотримання екологічних та санітарно-гігієнічних вимог. Особливі вимоги ставляться до

експертизи іноземних інвестицій. Такі інвестиції повинні сприяти створенню нових робочих місць, забезпечувати впровадження ресурсозберігаючих і екологічно безпечних технологій, зниження енергетичних витрат, раціональне використання сировини тощо.

20.2 Завдання для самостійного виконання

Існує декілька варіантів інвестиційних проектів, які передбачають вкладення у виробниче підприємство реальних інвестицій. Основні економічні показники, які очікуються в результаті здійснення цих реальних інвестицій, наведені в таблиці 20.1.

Таблиця 20.1 – Початкові дані для виконання завдання

Інвестиційний проект	T, років	B_p , тис. грн.	B_o , тис. грн.	A_i , тис. грн.	K_i , тис. грн.
А	1-й	1000	600	100	160
	2-й	800	500	80	100
	3-й	700	450	60	110
	4-й	750	470	70	120
	5-й	500	300	40	135
Б	1-й	1010	590	95	150
	2-й	830	490	85	110
	3-й	720	460	65	105
	4-й	740	430	75	110
	5-й	490	310	45	120
В	1-й	1150	630	60	150
	2-й	850	530	50	120
	3-й	770	480	40	125
	4-й	790	450	30	140
	5-й	540	340	20	145
Г	1-й	1200	700	60	180
	2-й	860	590	50	160
	3-й	850	540	40	150
	4-й	700	400	45	120
	5-й	300	200	50	100
Д	1-й	1160	600	70	220
	2-й	940	500	80	180
	3-й	1000	700	90	150
	4-й	1200	800	100	130
	5-й	1300	1000	110	100

В таблиці 20.2 наведені дані щодо показників β , λ , α , а також щодо того, які варіанти інвестиційних проектів студент повинен взяти для аналізу та порівняння.

Керуючись даними таблиць 20.1 та 20.2, потрібно:

1. Для кожного із заданих в завданні варіантів інвестиційного проекту розрахувати:

- дохід підприємства за кожен рік реалізації проекту;
- податок на прибуток, який кожен рік повинно сплачувати підприємство у випадку реалізації інвестиційного проекту;
- витрати підприємства за кожен рік реалізації проекту;

- чистий прибуток, який кожного року буде отримувати підприємство у випадку реалізації інвестиційного проекту;
- грошовий потік, який кожного року буде отримувати підприємство у випадку реалізації інвестиційного проекту;
- загальну величину теперішньої вартості всіх грошових потоків, які будуть надходити на підприємство протягом всього строку реалізації проекту;
- загальну величину теперішньої вартості інвестицій, які будуть вкладатися в реалізацію інвестиційного проекту;
- середньорічну величину грошового потоку, який буде отримувати підприємство протягом строку реалізації проекту.

2. Розрахувати чистий приведений дохід ЧПД, індекс дохідності ІД, період окупності інвестицій ПО, внутрішню норму дохідності інвестицій ВНД та на їх основі вибрати більш ефективний варіант інвестиційного проекту.

3. Зробити висновки.

Таблиця 20.2 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Проекти для порівняння	$\beta, \%$	$\lambda, \%$	α	Варіант	Проекти для порівняння	$\beta, \%$	$\lambda, \%$	α
1	А, Б	20	20	0,24	16	Б, Г	20	21	0,1
2	А, В	19	21	0,1	17	Б, Д	19	22	0,11
3	А, Г	18	22	0,11	18	В, Г	18	23	0,12
4	А, Д	17	23	0,12	19	В, Д	17	24	0,13
5	Б, В	16	24	0,13	20	Г, Д	16	25	0,09
6	Б, Г	15	25	0,09	21	А, Б	15	24	0,08
7	Б, Д	14	24	0,08	22	А, В	14	23	0,14
8	В, Г	15	23	0,14	23	А, Г	15	22	0,15
9	В, Д	16	22	0,15	24	А, Д	16	21	0,16
10	Г, Д	17	21	0,16	25	Б, В	17	20	0,14
11	А, Б	18	20	0,14	26	Б, Г	18	19	0,16
12	А, В	20	19	0,16	27	Б, Д	20	18	0,17
13	А, Г	17	18	0,17	28	В, Г	17	17	0,12
14	А, Д	16	17	0,12	29	В, Д	16	16	0,2
15	Б, В	15	16	0,2	30	Г, Д	15	17	0,25

20.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте означення понять “інвестиційний проект”, “ефект”, “ефективність”, “ефективність реальних інвестицій”.
2. Поясніть чому традиційні методи оцінювання ефективності інвестицій не можуть бути використані в умовах ринкової економіки.
3. На який принцип базуються сучасні методи оцінювання ефективності реальних інвестицій?
4. Як розраховуються такі показники як чистий приведений дохід, індекс дохідності, період окупності та внутрішня норма дохідності інвестицій?
5. Як в умовах ринкової економіки здійснюється оцінювання ефективності інвестиційного проекту?

Тема: “Розрахунок ступеня монополізації ринку та вибір виду конкурентної поведінки підприємця”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички щодо розрахунку рівня монополізації ринку з метою вибору оптимальної конкурентної поведінки підприємців на ринку товарів та послуг.

21.1 Теоретична частина

Діяльність будь-якого суб'єкта підприємництва відбувається у певному конкурентному середовищі. В наш час існує 4 основні моделі ринку. Це – конкурентний, монопольний, монопольно-конкурентний ринки та олігополія.

Якщо ринок *конкурентний*, то на ринку діє необмежене число суб'єктів підприємництва, які змагаються між собою за споживача; і ніхто з них не в змозі вплинути на ціни та обсяги товарів, які об'єктивно склалися на ринку. Іншими словами, *конкуренція* – це вільне змагання суб'єктів підприємництва за ринки товарів і послуг, покупців тощо, коли їх самостійні дії не впливають на загальні умови обороту товарів і послуг на ринку.

Якщо ринок *монопольний*, то на ринку присутні один або декілька суб'єктів підприємництва, які своїми діями можуть активно впливати на загальні умови функціонування ринку. Історія знає багато прикладів таких монополій. Це – концерни, картелі, синдикати, консорціуми, трести та інші.

Кожен із цих ринків має як свої переваги, так і недоліки. Так, для конкурентного ринку характерні безмежне збудження життєвої енергії підприємців, постійний пошук більш ефективних методів роботи, намагання обійти конкурентів тощо. Але при цьому можливі анархія, банкрутство, жорстокість в конкурентній боротьбі тощо.

Для монопольного ринку характерним є можливість вирішувати масштабні господарські завдання, знижувати витрати виробництва, запроваджувати планові начала в діяльність підприємств та окремих галузей, впроваджувати механізоване та автоматизоване виробництво тощо. Але ще наприкінці XIX сторіччя став помітним негативний вплив монополій на економіку. Це – зростання цін на продукцію; тиск на споживачів з боку монополій; зниження якості продукції; вплив на політику; хижацьке ставлення до довкілля тощо.

Монополії, що утворились у ході історичного розвитку та концентрації капіталу, в свою чергу, почали вести між собою боротьбу, причому

ще більш жорсткішими методами. Виникла так звана *монополістична конкуренція*.

Що ж стосується поняття “*олігополія*”, то тут є декілька означень. Наприклад, *олігополія* – це такий стан ринку, коли на ньому панують галузеві монополії. Або *олігополія* – це короткотерміновий стан ринку, коли на ньому декілька монополій конкурують між собою за панування над цим ринком. Після перемоги будь-кого із них ринок переходить в монополійний стан. Або *олігополія* – це такий стан ринку, коли на ньому панують декілька монополій, кожна з яких складається з декількох підприємств, пов’язаних між собою подетальною спеціалізацією. В таких умовах монополія обмежена в своїх діях, тому що кожне підприємство може впливати на умови функціонування товарів та послуг на ринку. Або *олігополія* – це такий стан ринку, коли на ньому присутні і конкурують між собою найрізноманітніші підприємства: великі, середні, малі, які вирішують на ринку свої специфічні задачі. Так, *великі* підприємства забезпечують виробництво основних стандартних товарів масового споживання за доступними цінами у великих обсягах, здійснюють науково-дослідні роботи тощо; *середні* – виготовляють спеціальну продукцію, попит на яку відносно невеликий; *малі* – виконують найрізноманітніші функції, насичуючи ринок різними товарами та послугами.

Кожна держава контролює стан монополізації ринку в країні та вживає заходів щодо захисту та розвитку конкуренції. При цьому ставляться такі задачі:

- захист добросовісної конкуренції як рушійної сили розвитку суспільства та прогресу;
- боротьба з негативними проявами монополізму;
- формування розгалуженої структури різноманітних за масштабами підприємств, які виконують на ринку свої специфічні функції.

Початок боротьби з монополізмом був покладений у 1890 році в США, де був прийнятий перший в світі антитрестовський закон під назвою “Закон, який спрямований на захист торгівлі і промисловості від незаконних обмежень монополій”, більш відомий під назвою “Закон Шермана”. В 1914 році цей закон був удосконалений і отримав назву “Закон Шермана-Клейтона”, який з невеликими доповненнями і змінами діє і до нашого часу.

В Україні питаннями захисту конкуренції та обмеженням негативних проявів монополізму почали займатися з 1992 року після прийняття низки відповідних законів та постанов Уряду. В даний час основними антимонопольними законами, що діють в Україні, є Закон України “Про захист економічної конкуренції” від 11 січня 2001 року та Закон України “Про захист від недобросовісної конкуренції” від 7 червня 1996 року.

В наш час основними напрямками захисту конкуренції та обмеження дії монополій є:

- *пряма заборона* на утворення монопольних об'єднань. Для цього були вироблені кількісні критерії безпечного з точки зору монополізації ринку. Ці критерії визначали межі допустимого злиття підприємств, при виході за які може виникнути загроза існуванню самої конкуренції. Якщо будь-які підприємства висловлювали бажання об'єднатися, то держава, підраховавши питому вагу ринку, яку буде контролювати новостворене об'єднання, могло прийняти рішення щодо заборони такого об'єднання (злиття);

- *заборона змови* між підприємцями з питань установлення цін, розподілу ринків, усунення конкурентів тощо;

- *відповідальність* суб'єктів підприємництва за порушення антимонопольних законів, починаючи з фінансової відповідальності і закінчуючи примусовим припиненням діяльності.

Одним із основних положень антимонопольного законодавства є визначення критеріїв безпечного з точки зору монополізації ринку. Застосування цих критеріїв повинно дозволити державі приймати рішення щодо обмеження монополізму та захисту конкуренції. До таких критеріїв відносяться: індекс монопольної влади (сили) I_L Абба Лернера, індекс Харфіндела-Хіршмана, показники безпечного з точки зору монополізації ринку тощо.

Так, *індекс монопольної влади (сили) Абба Лернера* I_L розраховується за формулою:

$$I_L = \frac{\sum_1^n P_i \cdot Q_i - \sum_1^n S_i \cdot Q_i}{\sum_1^n P_i \cdot Q_i}, \quad (21.1)$$

де P_i – середня ціна виробів, які реалізуються на ринку i -м підприємством, грн.;

S_i – середні витрати від операційної діяльності в розрахунку на один виріб для i -го підприємства, грн.;

Q_i – обсяг реалізації виробів на ринку i -м підприємством, шт.;

n – число підприємств, які діють на ринку.

При $I_L = 0$ ринок є абсолютно конкурентним, чого практично ніколи не буває. Зростання індексу Лернера означає зростання рівня монополізації ринку. Чим більший індекс I_L , тим вищий рівень монополізації ринку.

Індекс Харфіндела-Хіршмана I_X розраховується за формулою:

$$I_X = \sum_1^n X_i^2, \quad (21.2)$$

де X_i – питома вага, яку займає на ринку i -е підприємство з випуску певної продукції у вартісному вимірі, %;

i – порядковий номер підприємства.

Якщо на ринку діє всього одне підприємство, то воно випускає 100% продукції. Тоді індекс Харфіндела-Хіршмана складе:

$$I_x = \sum_1^1 100^2 = 10000.$$

Це максимально можливий індекс.

Якщо на ринку діє 100 підприємств, які випускають по 1% продукції, то індекс Харфіндела-Хіршмана буде дорівнювати:

$$I_x = \sum_1^{100} 1^2 = 1 + 1 + 1 + \dots + 1 = 100.$$

Якщо на ринку діє 10 підприємств, питома вага найбільшого із яких дорівнює 55%, а кожного із 9-ти наступних – по 5%, то індекс Харфіндела-Хіршмана буде дорівнювати:

$$I_x = \sum_1^{10} X_i^2 = (55^2 + 9 \cdot 5^2) = 3250.$$

Ринок з індексом $I_x \leq 1000$ вважається *конкурентним*. Ринок з індексом $I_x \geq 1800$ вважається *високомонополізованим*. До такого ринку держава повинна вживати відповідні регулювальні заходи, обмежуючи дії монополій.

В ряді країн визначені кількісні критерії *безпечного з точки зору монополізації ринку*.

В США, наприклад, безпечний з точки зору монополізації ринок повинен складатися із 10-ти та більше підприємств. Причому, питома вага найбільшого підприємства не повинна перевищувати 31% загального обсягу продажів, двох (тобто найбільшого підприємства та наступного за ним) – не більше 44%, трьох – не більше 54%, чотирьох – не більше 64%, п'яти – не більше 74%, шести – не більше 84%, семи – не більше 94% тощо.

В Німеччині безпечним з точки зору монополізації ринок вважається у випадку, коли на одне підприємство припадає менше $\frac{1}{3}$ обсягу продажів на ринку, або на 3 підприємства – менше $\frac{1}{2}$ обсягу продажів, або на 5 підприємств – менше $\frac{2}{3}$ обсягу продажів.

Разом з тим, в середині 60-х років ХХ сторіччя був зроблений висновок, що рівень монополізації ринку не може бути єдиним показником, на підставі якого можна приймати рішення про необхідність застосування до монополій відповідних санкцій. Головним має бути не те, що це монополія, а те, щоб ця монополія не зловживала своїм становищем на ринку. То-

му з початку 70-х років критерієм застосування економічних санкцій до монополій почали вважати не рівень монополізації ринку, а наявність зловживань з боку монополій. В зв'язку з цим в обіг було введено нове визначення “домінуюче положення суб'єкта бізнесу на ринку”.

Домінуюче положення на ринку – це таке положення суб'єкта бізнесу на ринку, яке дає йому змогу самотійно або спільно з іншими суб'єктами впливати на конкурентів та ускладнювати доступ на ринок іншим суб'єктам. При цьому до уваги беруться не тільки реальні суб'єкти бізнесу, які працюють на ринку, але й потенційні, тобто такі, які мають достатній капітал і протягом року без значних зусиль можуть переорієнтувати свої виробничі можливості на випуск даної продукції. Такий ринок ще називають *релевантним*.

В Україні вважається, що підприємство займає домінуюче положення на ринку, якщо питома вага випущеної ним продукції по відношенню до її загального обсягу перевищує 35%. До таких підприємств може застосовуватись регулювання фонду оплати праці; запроваджуватись процедура декларування цін на продукцію тощо.

В залежності від рівня монополізації ринку суб'єкт бізнесу, який діє на цьому ринку, вибирає певний вид своєї конкурентної поведінки. До основних видів *конкурентної поведінки* відносяться:

- *креативна конкурентна поведінка*, яка передбачає створення такої нової продукції, яка б забезпечувала значні переваги даного суб'єкта бізнесу над конкурентами. Зрозуміло, що таку поведінку може дозволити собі підприємство, яке має значні матеріальні та фінансові ресурси. Креативна конкурентна поведінка характерна для монопольного ринку;

- *приспосовницька конкурентна поведінка*, яка полягає в тому, що підприємець копіює в стислі строки досягнення своїх конкурентів. Тобто підприємець слідкує за досягненнями науки і техніки, але самотійно фінансувати їх розвиток не може. До такої поведінки удаються підприємці, які діють на конкурентному ринку;

- *гарантуюча конкурентна поведінка*, коли підприємець постійно підвищує якість продукції, надає додаткові послуги тощо з метою збереження на тривалий час досягнутих позицій на ринку товарів та послуг. Така поведінка характерна для випадку, коли у підприємця немає достатніх коштів для глибоких інвестиційних перетворень.

21.2 Завдання для самостійного виконання

В таблиці 21.1 наведені дані відносно 30-ти підприємств (з 1-го по 30-е), які випускають подібну продукцію. Кожне із підприємств випускає за рік Q шт. виробів. Середня ціна виробів – P (грн.), середні витрати від операційної діяльності в розрахунку на один виріб – S (грн.).

Таблиця 21.1 – Початкові дані для виконання завдання

Підприємства	Q, шт.	P, грн.	S, грн.	Підприємства	Q, шт.	P, грн.	S, грн.
1	100000	10	8	16	40000	10,9	8,02
2	99000	10,6	7,98	17	35000	10,8	7,89
3	95000	10,3	8,01	18	32000	10,47	7,90
4	90000	10,6	7,86	19	30000	10,67	7,95
5	85000	10,1	7,91	20	25000	10,5	8,04
6	80000	10,3	7,94	21	20000	10,39	8,06
7	75000	11	8,03	22	17000	9,99	8,08
8	72000	10,9	8,05	23	13000	10,8	8,04
9	70000	9,9	7,97	24	11000	10,1	7,99
10	67500	10,54	7,99	25	11000	10,13	7,95
11	65000	10,7	7,98	26	9000	10,2	7,96
12	60000	10,32	7,98	27	7000	10,15	8,09
13	55000	10,64	8,0	28	5000	9,97	8,08
14	53000	10,36	8,01	29	4000	9,95	8,07
15	50000	9,87	8,02	30	2000	10,54	8,06

В таблиці 21.2 наведені дані щодо того, які 5 підприємств повинен взяти студент для аналізу згідно з визначеним варіантом.

Таблиця 21.2 – Дані щодо 5-ти підприємств, які потрібно взяти для аналізу

Варіант	Підприємства, які потрібно взяти для аналізу	Варіант	Підприємства, які потрібно взяти для аналізу	Варіант	Підприємства, які потрібно взяти для аналізу
1	1-5-7-19-24	11	2-3-9-12-15	21	3-6-18-22-23
2	1-3-5-9-15	12	6-7-8-14-16	22	5-7-15-17-28
3	1-5-20-23-28	13	2-9-10-12-13	23	3-7-8-10-12
4	4-6-8-17-18	14	5-15-18-19-29	24	3-15-16-17-20
5	8-14-17-19-20	15	2-9-14-16-17	25	8-13-14-15-26
6	4-22-24-16-19	16	7-9-12-14-25	26	4-17-18-19-20
7	8-10-18-19-20	17	2-3-21-28-30	27	6-8-10-13-25
8	2-4-6-14-29	18	16-17-18-19-20	28	4-6-7-12-16
9	1-13-14-25-29	19	2-8-10-22-24	29	9-10-11-16-27
10	7-11-12-13-14	20	4-5-19-26-29	30	4-12-15-29-30

Керуючись даними таблиць 21.1 та 21.2, потрібно:

1. Розрахувати річний обсяг продукції у вартісному вимірі, що випускається кожним із підприємств, взятим для аналізу.
2. Розрахувати загальний річний обсяг продукції у вартісному вимірі, що випускається всіма підприємствами, взятими для аналізу.
3. Розрахувати питому вагу продукції кожного підприємства в загальному обсязі продукції.
4. Керуючись кількісними критеріями визначення рівня монополізації ринку, прийнятими в США, Німеччині та Україні, визначити, чи є даний ринок безпечним з точки зору його монополізації.

5. Керуючись формулами 21.1 та 21.2, розрахувати рівень монополізації ринку. Визначити, чи є даний ринок безпечним з точки зору його монополізації. Отримані результати порівняти.

6. Вибрати та обґрунтувати вид конкурентної поведінки суб'єкта бізнесу на даному ринку.

7. Припустити, що два підприємства (див. таблицю 21.2), які працюють на цьому ринку, а саме: перше та четверте, вирішили об'єднатися. (Для першого варіанта завдання це будуть перше та дев'ятнадцяте підприємства, для другого варіанта – перше та дев'яте, для третього – перше та двадцять третє, для четвертого – четверте та сімнадцяте тощо). В результаті такого об'єднання підприємств на ринку може скластися нова економічна ситуація.

8. Розрахувати нову питому вагу, яку буде займати продукція нового об'єднання підприємств на ринку. Керуючись критеріями, прийнятими в США, Німеччині та Україні, визначити, чи не порушить таке об'єднання підприємств безпечності ринку з точки зору його монополізації.

9. Керуючись формулою 21.2, розрахувати новий рівень монополізації ринку. Визначити, чи не порушить таке об'єднання підприємств безпечності ринку з точки зору його монополізації.

10. Зробити висновки.

21.3 Питання для самоконтролю

1. Які основні моделі ринку ви знаєте? Охарактеризуйте ці моделі з точки зору рівня конкурентності на них.

2. Поясніть різницю між поняттями “конкурентний ринок” та “монопольний ринок”. Назвіть переваги та недоліки кожного із них.

3. Дайте означення поняття “олігополія”. Наведіть різні підходи до означення цього поняття.

4. Яким чином держава здійснює обмеження монополізму на ринку та захищає конкуренцію?

5. Які критерії безпечного з точки зору монополізації ринку ви знаєте? Назвіть та порівняйте їх.

6. Як розраховується індекс монопольної влади Абба Лернера? При яких значеннях цього індексу ринок вважається конкурентним або монопольним?

7. Як розраховується індекс Харфіндела-Хіршмана? При яких значеннях цього індексу ринок вважається конкурентним або монопольним?

8. Що означає вираз “домінуюче положення суб'єкта бізнесу на ринку?” З якою метою використовується цей вираз?

9. Назвіть основні види конкурентної поведінки підприємців. В яких випадках доцільно використовувати кожен із даних видів конкурентної поведінки?

Тема: “Розрахунок величини підприємницького ризику”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання й розвинути практичні навички розрахунку величини підприємницького ризику при здійсненні комерційних угод.

22.1 Теоретична частина

Підприємницька діяльність завжди обтяжена ризиком. Джерелом невизначеності, що призводить до ризику, можуть бути всі стадії виробничого процесу – від купівлі сировини, матеріалів, комплектуючих виробів тощо і до продажу готової продукції.

Ризик – це ймовірність виникнення додаткових збитків або недоотримання доходів у порівнянні з варіантом, передбаченим підприємцем. Або *ризик* – це ймовірність перевищення очікуваного рівня втрат, який був запланований підприємцем.

Ризик виникає через відхилення оцінних даних про сьогоднішній стан і майбутній розвиток об’єкту від фактичних. Ці відхилення можуть бути як сприятливими, так і несприятливими, бо кожному шансу одержати прибуток завжди протистоїть можливість зазнати збитків. Отже, отримати очікуваний прибуток можна лише у тому випадку, якщо можливі збитки (втрати) будуть заздалегідь передбачені, підраховані та враховані у практичній діяльності підприємця.

Для аналізу ризику використовують критерії, запропоновані відомим американським експертом Б.Берлімером, а саме:

- збитки від ризику незалежні один від одного;
- збитки за одним напрямком не обов’язково збільшують ймовірність збитків за іншими напрямками;
- максимально можливі збитки не повинні перевищувати фінансових можливостей суб’єктів, що здійснюють підприємницьку діяльність.

Аналіз величини підприємницького ризику проводять у такій послідовності:

- а) виявляють внутрішні та зовнішні причини ризику (рис. 22.1);
- б) аналізують виявлені причини та визначають найреальніші та найвпливовіші з них;
- в) оцінюють величину ризику кожного виду;
- г) встановлюють допустимий рівень ризику;
- д) аналізують окремі операції (дії) підприємця та оцінюють їх вплив на величину ризику;
- е) розробляють заходи щодо зниження величини ризику.

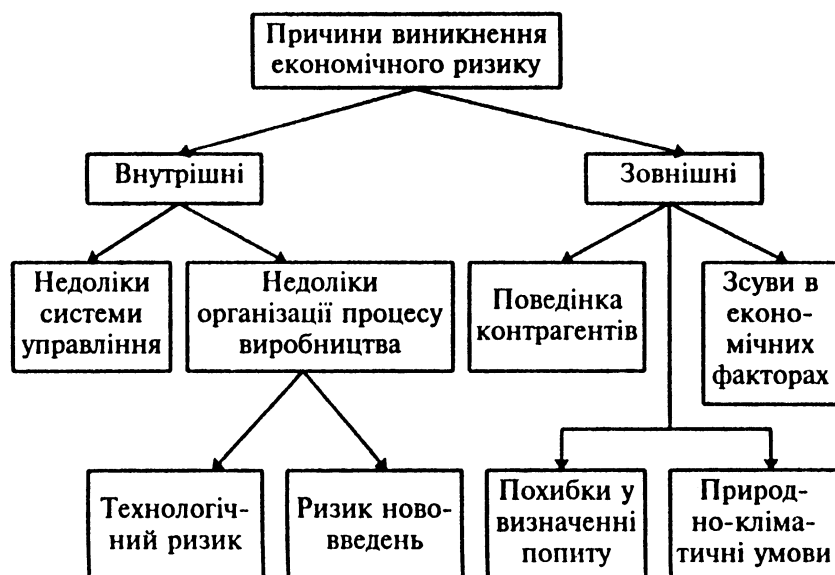


Рисунок 22.1 – Причини виникнення підприємницького (економічного) ризику

Дії за пп. а) та б) відносяться до *якісного аналізу* ризику. Цей аналіз є найскладнішим і вимагає ґрунтовних знань, досвіду та інтуїції у даній сфері підприємницької діяльності. Дії за пп. в) та г) відносяться до *кількісного аналізу* ризику, який ґрунтується на статистичних методах, методах використання аналогів, експертних методах тощо.

Величина підприємницького ризику оцінюється двома способами:

- за *розміром можливих збитків*;
- за *ймовірністю виникнення незапланованих втрат*.

Можливі збитки, яких може зазнати підприємець, можуть бути різних видів. Так, *матеріальні збитки* можуть мати місце у випадках додаткових витрат підприємця на матеріали, сировину тощо. *Трудові збитки* (втрати) являють собою додаткові витрати робочого часу. *Фінансові збитки* (втрати) можуть бути пов'язані з перевитратою або недоотриманням грошей, непередбачуваними штрафами, втратою цінних паперів, зміною валютного курсу гривні, інфляцією тощо. *Втрати часу* можуть мати місце, якщо процес виробництва буде відбуватись із запізненням. Прямі збитки тут вимірюються втратами часу та затримкою в одержанні запланованого результату. *Спеціальні види збитків* можуть бути викликані втратами, пов'язаними з погіршенням здоров'я людей та стану довкілля, нанесенням шкоди іміджу (престижу) підприємця тощо.

Оцінювання *величини можливих збитків* здійснюється на підставі наявних даних та очікуваних результатів шляхом *логічних міркувань та розрахунків*. Наведемо один із прикладів оцінювання величини можливих збитків підприємця на основі аналізу змін у попиті на товари, які він випускає.

Приклад.

Підприємець займається виробничою діяльністю. За минулий рік результати діяльності підприємця характеризуються такими показниками: постійні витрати – 500 тис. грн., змінні витрати – 10% від обсягу реалізації продукції за рік, обсяг реалізації продукції – 600 тис. грн.

На наступний рік прогнозується зменшення попиту на вироби, тобто зменшення обсягу реалізації на 9%. Постійні витрати при цьому не зміняться. Потрібно оцінити величину можливих збитків підприємця у наступному році.

Розв'язування:

Розрахуємо величину змінних витрат Z_1 в минулому році:

$$Z_1 = \frac{\alpha \cdot P_1}{100} = \frac{10 \cdot 600}{100} = 60 \text{ тис. грн.},$$

де P_1 – обсяг реалізації продукції в минулому році, тис. грн.;

α – питома вага змінних витрат, %.

Розрахуємо величину загальних витрат V_1 в минулому році:

$$V_1 = Z_1 + C = 60 + 500 = 560 \text{ тис. грн.},$$

де C – величина постійних витрат, тис. грн.

Розрахуємо прибуток Π_1 , який отримав підприємець в минулому році:

$$\Pi_1 = P_1 - V_1 = 600 - 560 = 40 \text{ тис. грн.}$$

Розрахуємо обсяг реалізації продукції P_2 в наступному році:

$$P_2 = P_1 - \frac{\beta \cdot P_1}{100} = 600 - \frac{9 \cdot 600}{100} = 600 - 54 = 546 \text{ тис. грн.},$$

де β – прогнозоване зменшення величини попиту на товари в наступному році, %.

Розрахуємо величину змінних витрат Z_2 в наступному році:

$$Z_2 = \frac{\alpha \cdot P_2}{100} = \frac{10 \cdot 546}{100} = 54,6 \text{ тис. грн.},$$

де P_2 – величина попиту (обсяг реалізації продукції) в наступному році.

Розрахуємо прогнозовану величину загальних витрат V_2 в наступному році:

$$B_2 = 3_2 + C = 54,6 + 500 = 554,6 \text{ тис. грн.}$$

Розрахуємо величину прогнозованого прибутку Π_2 в наступному році:

$$\Pi_2 = P_2 - B_2 = 546 - 554,6 = -8,6 \text{ тис. грн.}$$

Тобто підприємець в наступному році може мати недоотримання прибутку (або збитки) величиною 8,6 тис. грн.

Більш складним є оцінювання ризику за ймовірністю виникнення незапланованих втрат. Таке оцінювання базується на теорії ймовірностей. Так, відомо, що розподіл ймовірностей певного рівня втрат підпорядковується нормальному закону розподілу Гауса і має вигляд, наведений на рис. 22.2.

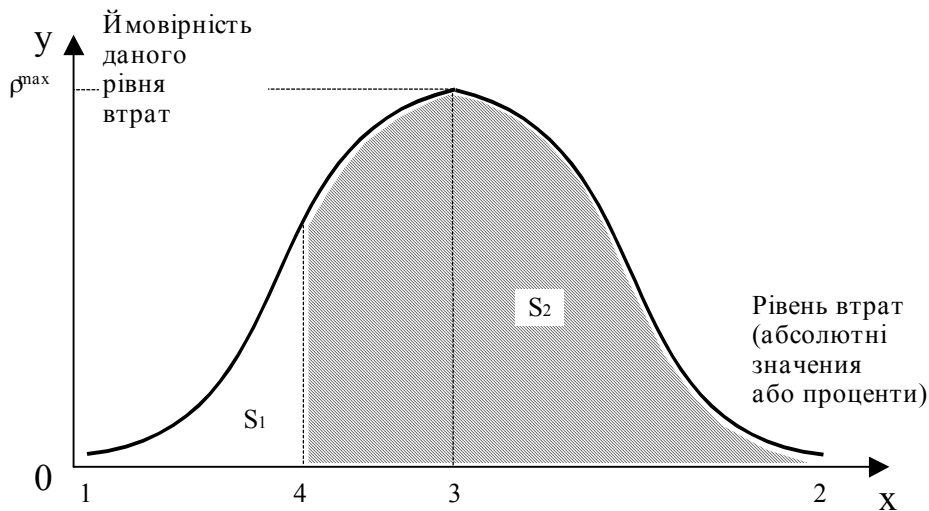


Рисунок 22.2 – Розподіл ймовірностей певного рівня втрат

Крива Гауса будується на основі статистичних даних про рівень втрат, який був зафіксований у реалізованих раніше угодах, чи за даними, зібраними самим підприємцем. По осі ОХ відкладається значення певного рівня втрат X_i (в абсолютних або відносних одиницях), а по осі ОУ – частота виникнення даного рівня втрат ρ_i . При цьому частота виникнення втрат даного рівня ρ_i (у відносних одиницях) приблизно приймається за ймовірність даного рівня втрат, яка розраховується за формулою:

$$\rho_i = \frac{N_i}{N_o}, \quad (22.1)$$

де N_i – кількість випадків, коли був відзначений даний рівень втрат, шт.;

N_o – загальна кількість досліджуваних випадків втрат, шт.:

$$N_o = \sum_1^m N_i, \quad (22.2)$$

де m – кількість видів рівнів втрат, що спостерігались.

Величина *підприємницького ризику* R , тобто ймовірність виникнення незапланованих втрат, може бути розрахована за формулою:

$$R = \frac{S_2}{S_1 + S_2} \cdot 100\%, \quad (22.3)$$

де S_1 – величина площі, яка знаходиться між частиною кривої розподілу в інтервалі від точки “1” до точки “4”, віссю OX і перпендикуляром, поставленим з точки “4”;

S_2 – величина площі, яка знаходиться між частиною кривої розподілу в інтервалі від точки “4” до точки “2”, віссю OX і перпендикуляром, поставленим з точки “4”.

Місцезнаходження точки “4” визначається так. Підприємець задається таким рівнем втрат (в абсолютному значенні або у процентах до певного визначеного рівня, наприклад, до прибутку або виручки), який є для нього допустимим. Цей рівень втрат відкладається на осі OX у вигляді точки “4”. Далі з точки “4” ставиться перпендикуляр, потім підраховуються величини площ S_1 і S_2 та розраховується величина ризику R .

Якщо величина ризику R міститься в інтервалі $30\% < R < 70\%$, то ризик вважається обґрунтованим і на такий ризик можна йти.

Якщо величина ризику $R > 70\%$, то така підприємницька угода вважається дуже ризикованою. На таку угоду, звісно, також можна йти, але підприємець повинен бути готовим до можливих великих незапланованих втрат.

Якщо величина ризику $R < 30\%$, то така підприємницька угода має дуже високий рівень надійності і вже врахувала всі можливі втрати. При такому рівні ризику підприємець може бути впевненим в успіху виконання укладеної угоди, хоча і не заробить багато грошей від її реалізації.

Очікуваний рівень втрат Π_o (в абсолютному або відносному значенні) розраховується за формулою:

$$\Pi_o = \sum_1^m \Pi_i \cdot \rho_i, \quad (22.4)$$

де Π_i – конкретна величина i -го виду втрат (в абсолютному вираженні або в процентах);

ρ_i – ймовірність даного виду втрат, у відносних одиницях;

m – кількість видів (рівнів) втрат, що спостерігались.

Середньоквадратичне відхилення σ від очікуваного рівня втрат Π_0 розраховується за формулою:

$$\sigma = \sqrt{\sum_1^m (\Pi_i - \Pi_0)^2 \cdot \rho_i} = \sqrt{\frac{\sum_1^m (\Pi_i - \Pi_0)^2 \cdot N_i}{N_0}} \quad (22.5)$$

Чим *менше* значення буде мати величина σ , тим *гострішою* буде крива Гауса, тим *меншим* буде середньоквадратичне відхилення від очікуваного рівня втрат. А це, в свою чергу, свідчить, що розрахована величина ризику в більшій мірі відповідає реальності. І навпаки, чим *більше* значення буде мати величина σ , тим *пологішою* буде крива Гауса, тим *більшим* буде середньоквадратичне відхилення від очікуваного рівня втрат. А це, в свою чергу, свідчить, що розрахована величина ризику в меншій мірі відповідає реальності.

Приклад.

Підприємство може виготовляти вироби "А" та "Б". Спеціалісти визначили, що за першим варіантом рекламної стратегії виробництво та реалізація виробу "А" можуть призвести до появи незапланованих втрат на суму 200 тис. грн. при ймовірності цього 0,5. Для виробу "Б" ці показники складають, відповідно, 100 тис. грн. та 0,5.

За другим варіантом рекламної стратегії виробництво та реалізація виробу "А" можуть призвести до появи незапланованих втрат на суму 151 тис. грн. при ймовірності цього 0,99. Для виробу "Б" ці показники складають, відповідно, 51 тис. грн. та 0,01.

Потрібно вибрати менш ризикований варіант рекламної стратегії.

Розв'язування:

За формулою 22.4 розрахуємо величину очікуваних втрат Π_0 для першого та другого варіантів.

Для першого варіанта:

$$\Pi_{01} = 200 \cdot 0,5 + 100 \cdot 0,5 = 150 \text{ тис. грн.}$$

Для другого варіанта:

$$\Pi_{02} = 151 \cdot 0,99 + 51 \cdot 0,01 = 150 \text{ тис. грн.}$$

Тобто за рівнем очікуваних втрат обидва варіанти рекламної стратегії будуть рівнозначними.

Далі, за формулою 22.5 розрахуємо середньоквадратичне відхилення від очікуваного рівня втрат.

Для першого варіанта:

$$\sigma_1 = \sqrt{(200 - 150)^2 \cdot 0,5 + (100 - 150)^2 \cdot 0,5} = 50 \text{ тис. грн.}$$

Для другого варіанта:

$$\sigma_2 = \sqrt{(151 - 150)^2 \cdot 0,99 + (51 - 150)^2 \cdot 0,01} = 9,94 \text{ тис. грн.}$$

Із проведених розрахунків видно, що для другого варіанта рекламної стратегії середньоквадратичне відхилення величини втрат від їх очікуваного рівня менше. Тому другий варіант рекламної стратегії буде менш ризикованим.

Для визначення надійності отриманих результатів розраховують так званий коефіцієнт варіації, який характеризує мінливість цього результату.

Коефіцієнт варіації – це відношення середньоквадратичного відхилення випадкової величини до очікуваного значення цієї величини. Коефіцієнт варіації α розраховується за формулою:

$$\alpha = \frac{\sqrt{\frac{\sum_{i=1}^m (\Pi_i - \Pi_o)^2 \cdot N_i}{N_o}}}{\Pi_o}. \quad (22.6)$$

Якщо коефіцієнт варіації $\alpha < 0,1$, то мінливість результату дуже слабка, і отриманий результат вважається надійним. Якщо коефіцієнт варіації знаходиться в межах $0,1 < \alpha < 0,25$, то мінливість результату помірна. При $\alpha > 0,25$ мінливість результату буде високою, що свідчить про низьку надійність зроблених висновків щодо рівня ризику прийнятих рішень.

22.2 Завдання для самостійного виконання

22.2.1 Тестування на тему “Чи здатні ви ризикувати?”

Ви збираєтесь займатися бізнесом. Але будь-яка підприємницька угода є ризикованою і може закінчитися невдачею. Найкращий спосіб уникнути невдачі – не ризикувати. Але така поведінка може в найкращому випадку забезпечити лише збереження досягнутого. Існує таке правило: *“Підприємець, який не ризикує, не йде на виважений ризик, зрештою завжди програє”*.

Примноження досягнутого можливо тільки шляхом подолання застарілих структур, старих підходів тощо. А це дуже ризиковано. Але ризик фатально не веде до невдачі. Зовсім навпаки. Виважений ризик при вмілій поведінці може відкрити шлях до успіху.

Існують тести, які дозволяють оцінити здатність підприємця йти на ризик. Читаючи лист опитування, наведений на рис. 22.3, спробуйте якомога точніше відповісти на поставлені питання за 11-бальною шкалою: 0, 1, 2, 3...9, 10. Нуль означає повну незгоду, 10 – повну згоду з даним висловом (твердженням). Рештою цифр (від 1 до 9) оцінюються твердження, які не мають 100% категоричності.

Результати тестування заносяться в реєстраційний бланк, наведений на рис. 22.4, шляхом проставлення відповідної суми балів за кожне твердження напроти відповідного питання.

<p>Чи здатні ви ризикувати?</p>
<p>1. Те, що люди вважають моєю вдачею, насправді є результатом моїх власних зусиль.</p>
<p>2. В складних обставинах я визнаю за краще почекати, поки проблеми розв'яжуться самі собою.</p>
<p>3. Я можу скільки завгодно підтримувати дружні стосунки з тими, кого я терпіти не можу.</p>
<p>4. Те, що люди називають долею, приреченням, нічого для мене не значить. Я сам вибираю собі дорогу.</p>
<p>5. Здійснення моїх намірів залежить від того, повезе мені чи не повезе.</p>
<p>6. У вузькому колі я не дозволяю собі говорити про інтимні сторони життя знайомих людей.</p>
<p>7. Вважаю за краще діяти, а не очікувати розпоряджень, сприятливих обставин, допомоги тощо.</p>
<p>8. Не бачу сенсу планувати далеко вперед, адже дуже багато залежить від того, як складуться обставини.</p>
<p>9. Всіх правил, які я виголошую для інших, я завжди дотримуюсь сам.</p>
<p>10. Я вірю в удачу.</p>
<p>11. Я відчуваю, що від мене особисто більше, ніж від рівних мені за рангом людей, залежить виконання багатьох завдань.</p>
<p>12. В своїй роботі я застосовую метод превентивного (тобто попереджувального) ослаблення обмежень.</p>
<p>13. Вважаю за краще мати керівниками таких людей, які б дозволяли самостійно визначати спосіб виконання тієї чи іншої роботи.</p>
<p>14. Поліпшення матеріального становища та службова кар'єра більше залежать від щасливого збігу обставин, ніж від старанності самого працівника.</p>
<p>15. Я сприймаю критичні зауваження на свою адресу з радістю.</p>
<p>16. Я веду себе однаково на людях та без людей.</p>

Рисунок 22.3 – Лист опитування на тему
“Чи здатні ви ризикувати?”

Риса характеру	Питання	Бали	Питання	Бали	Питання	Бали	Питання	Бали	Питання	Бали	Питання	Бали
Ризикова-ність	1		4		7		10		13			
Обереж-ність	2		5		8		10		13			
Довіра з боку партнерів	3		6		9		12		15		16	

Рисунок 22.4 – Реєстраційний лист

Далі здійснюється обробка результатів. Спочатку підрахуйте суму балів у першому рядку (риса “ризикованість”), та помножьте її на 2. Отримаємо певне число “Р”. Потім підрахуйте суму балів у другому рядку (риса “обережність”), та помножьте її на 2. Отримаємо певне число “О”. І, нарешті, підрахуйте суму балів у третьому рядку (риса "довіра"), помножьте її на 2 та відніміть 20. Отримаємо певне число “Д”.

Значення “Р” та “О” нанесіть на осі координат таким чином: значення “Р” – на горизонтальну вісь, а “О” – на вертикальну вісь. Перетин перпендикулярів, які ставляться з нанесених точок, дасть нам точку “М”. Ця точка може бути розташована в будь-якому із секторів кола або в його центрі (рис. 22.5).

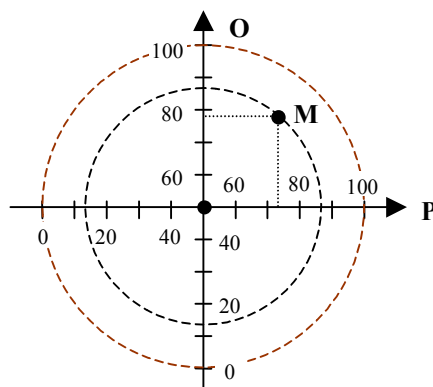


Рисунок 22.5 – Оцінне коло здатності підприємця ризикувати

Результати тестування:

- якщо точка “М” потрапила в правий нижній сектор кола, то ви здатні приймати рішення і діяти при дефіциті інформації та ресурсів. Тобто у вашій поведінці присутні елементи, які називаються авантюристами;
- якщо точка “М” потрапила в правий верхній сектор, то ви – раціоналіст. У вашій поведінці поєднується віра в свої сили з розумінням того, що не все залежить від ваших зусиль на настійливості;
- якщо точка “М” потрапила в лівий верхній сектор, то ви належите до групи фаталістів, тобто більше вірите у зовнішні сили, випадкові обставини тощо, ніж у свої власні можливості;

- якщо точка “М” потрапила в лівий нижній сектор, то це свідчить про інфантильність людини, Така людина не вірить ні у власні сили, ні в можливість незалежних від неї обставин.

Всі названі риси людини проявляються тим виразніше, чим далі точка “М” знаходиться від центру кола.

Величина “Д” свідчить про рівень довіри до вас з боку ваших партнерів по бізнесу або інших справах. Чим більшим буде значення “Д”, тим краще для вашого бізнесу. Рівень довіри $D < 50$ вважається незадовільним і буде перешкоджати вашим успіхам у бізнесі.

22.2.2 Розрахунок величини можливих збитків

В таблиці 22.1 наведені дані про прогнозовані показники діяльності підприємства.

Таблиця 22.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Постійні витрати С, тис. грн.	Питома вага змінних витрат α , %.	Обсяг реалізації продукції P_1 , тис. грн.	Зменшення величини попиту, β , %.
1	560	10	800	8
2	678	11	900	7
3	559	12	800	12
4	1000	11	2000	9
5	876	13	1300	8
6	978	14	1440	7
7	660	12	900	9
8	1200	14	200	12
9	590	9	800	7
10	960	8	1250	8
11	870	9	1200	9
12	580	7	870	8
13	760	12	990	12
14	860	13	1400	13
15	990	15	1300	9
16	450	16	800	8
17	760	10	1370	9
18	980	9	1500	12
19	570	8	870	8
20	760	11	1290	9
21	750	12	1340	8
22	480	13	870	7
23	530	4	870	8
24	460	20	700	9
25	480	21	760	12
26	490	15	970	13
27	750	12	1100	11
28	600	11	900	10
29	700	10	970	10
30	800	14	1320	9

На підставі даних таблиці 22.1 потрібно:

1. Розрахувати прогнозовану величину можливих збитків підприємства.
2. Зробити висновки.

22.2.3 Розрахунок величини підприємницького ризику

Перед тим, як укласти угоду, підприємець зібрав інформацію про подібні угоди, здійснені раніше. Зібрані дані зведені до таблиці 22.2.

Таблиця 22.2 – Початкові дані для виконання завдання

Вариант	Показник, який досліджується	Кількість випадків N_i певного рівня втрат прибутку або виручки, шт.,										Допустимий рівень втрат, %.
		Рівень втрат прибутку або виручки, %.										
		0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	
1	Прибуток	0	5	12	30	56	34	16	8	2	0	34
2	Виручка	1	6	15	40	32	20	9	3	2	1	23
3	Прибуток	2	7	13	18	37	50	15	8	3	0	25
4	Виручка	0	2	8	20	44	30	25	5	2	1	45
5	Прибуток	1	4	10	30	57	39	15	9	3	1	43
6	Прибуток	1	2	12	35	33	32	17	11	2	1	37
7	Виручка	2	4	11	17	29	41	16	12	3	0	25
8	Прибуток	0	5	10	27	39	31	15	10	2	1	44
9	Виручка	2	7	28	40	34	25	18	9	3	2	35
10	Прибуток	1	6	12	25	41	30	18	2	1	0	42
11	Виручка	0	5	11	22	42	38	19	10	2	0	25
12	Прибуток	0	7	13	28	51	27	10	4	2	1	23
13	Виручка	2	6	12	20	29	37	17	9	2	1	21
14	Прибуток	2	8	13	19	38	28	16	3	1	0	30
15	Прибуток	1	7	14	18	29	40	18	9	3	1	31
16	Виручка	1	6	11	19	37	30	21	4	2	1	32
17	Прибуток	0	6	11	26	52	35	16	9	2	0	36
18	Виручка	1	6	12	39	26	10	6	3	1	0	24
19	Прибуток	2	4	13	29	54	38	15	8	3	0	26
20	Виручка	0	6	13	20	35	31	14	6	2	1	45
21	Прибуток	1	5	10	18	27	41	30	14	3	1	44
22	Виручка	1	7	14	35	37	33	23	8	2	1	38
23	Прибуток	2	7	11	17	39	60	27	12	3	0	24
24	Прибуток	0	5	14	40	36	19	10	5	2	1	42
25	Виручка	1	4	9	21	28	37	18	9	4	2	32
26	Прибуток	1	7	12	24	41	30	24	11	2	1	41
27	Виручка	0	2	12	26	49	38	19	10	3	0	26
28	Прибуток	0	8	13	21	35	29	16	4	1	0	22
29	Виручка	1	6	12	20	32	43	28	9	2	1	22
30	Прибуток	0	9	13	19	34	29	20	8	2	0	32

Керуючись даними таблиці 22.2, потрібно:

1. Розрахувати частоту втрат прибутку або виручки для кожного їх рівня.
2. Побудувати криву розподілу рівня втрат – криву Гауса.
3. Відкласти на осі ОХ допустимий для підприємця рівень втрат (точка “4” на осі ОХ) та розрахувати величину ризику R при здійсненні даної підприємницької угоди.

Примітка. Площі S_1 і S_2 можна вирахувати за кількістю клітинок, які складають ці площі.

4. Якщо величина ризику R буде перевищувати значення 65%, то потрібно збільшити величину допустимих втрат на 20 процентних пунктів і провести нові розрахунки, аналогічні розрахункам у п.3.

5. Розрахувати очікуваний рівень втрат P_0 .

6. Розрахувати середньоквадратичне відхилення втрат від очікуваного рівня втрат.

7. Розрахувати коефіцієнт варіації.

8. Зробити висновки.

22.3 Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте поняття “ризик”. Поясніть, чому виникає ризик в підприємницькій діяльності?

2. Наведіть критерії, за якими здійснюється аналіз підприємницького ризику.

3. Назвіть послідовність етапів аналізу підприємницького ризику та охарактеризуйте його причини.

4. Якими способами можна оцінювати величину підприємницького ризику?

5. Назвіть види можливих збитків, які характерні для підприємницької діяльності.

6. Наведіть методику, за якою можна оцінити величину можливих збитків підприємця. Які дані для цього потрібні?

7. Охарактеризуйте метод оцінювання ризику за ймовірністю незапланованих втрат.

8. Що означає закон нормального розподілу випадкових величин і який він має вигляд?

9. Як розраховується частота виникнення втрат певного рівня? Чому цю частоту можна прийняти за ймовірність даного рівня втрат?

10. За якою формулою розраховується величина підприємницького ризику?

11. Назвіть основні інтервали, в межах яких може знаходитись величина ризику, та дайте їм характеристику.

12. За якою формулою розраховується очікуваний рівень втрат? Що він характеризує?

13. За якою формулою розраховується середньоквадратичне відхилення втрат від очікуваного рівня? Поясніть зв'язок між величиною середньоквадратичного відхилення втрат від їх очікуваного рівня та розрахованою величиною ризику.

14. За якою формулою розраховується коефіцієнт варіації та що він характеризує?

15. В яких межах може знаходитись коефіцієнт варіації? Що означають ці межі для оцінювання рівня підприємницького ризику.

Тема: “Розробка договорів купівлі-продажу товарів та оренди майна”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички з розробки комерційних договорів купівлі-продажу товарів та оренди майна, що застосовуються у підприємницькій діяльності.

23.1 Теоретична частина

Суб'єкти підприємництва реалізують свої ділові інтереси шляхом укладання підприємницьких угод. *Угода* – це домовленість між двома або декількома суб'єктами підприємництва з ділових та інших питань, вирішення яких повинно забезпечити сторонам реалізацію їх інтересів: отримання необхідної продукції, розробку нової техніки, впровадження прогресивної технології тощо.

Оскільки практично всі підприємницькі угоди мають за мету для сторін цих угод отримання певної вигоди, то всі ці угоди вважаються *комерційними угодами*.

Існує багато різновидів підприємницьких угод.

За сферою регулювання всі угоди поділяються на *внутрішні*, тобто угоди, які укладаються між суб'єктами підприємництва, зареєстрованими тільки в Україні; та *зовнішньоекономічні*, які укладаються між суб'єктами, які зареєстровані як підприємці в різних державах. Відмінність цих угод полягає в правовій базі, яка регулює діяльність суб'єктів підприємництва.

За значенням всі угоди поділяються на основні та допоміжні. *Основні* угоди – це угоди, за допомогою яких підприємці безпосередньо вирішують свої ділові інтереси. Це угоди про купівлю-продаж товарів, оренду майна, поставку товарів тощо. *Допоміжні* угоди – це такі угоди, які не мають самостійного значення, але сприяють виконанню основних угод. Наприклад, це угоди про перевезення товарів, страхування тощо.

За способом укладання всі угоди поділяються на *прямі угоди* та *угоди, які укладаються через посередників*. *Прямі угоди* – це такі угоди, які укладаються безпосередньо самими суб'єктами підприємництва. Перевагою таких угод є те, що підприємці мають можливість повніше враховувати інтереси один одного, оперативно вносити зміни в умови угод тощо. Такі угоди доцільно укладати при поставках нової техніки, проведенні науково-дослідних робіт, при організації постачання продукції протягом тривалого періоду часу, при купівлі-продажу дорогого обладнання тощо.

Угоди через посередників укладаються тоді, коли одна із сторін просто не має змоги укладати такі угоди безпосередньо з кожним із потенційних партнерів. Такі випадки виникають при реалізації великих партій това-

рів, при біржовій торгівлі стандартними товарами тощо. Перевагою такого способу укладання угод є скорочення у суб'єктів підприємництва витрат, пов'язаних із транспортуванням продукції та її зберіганням, оформленням митних документів тощо. В цьому випадку суб'єкти підприємництва звільняються від необхідності мати власні великі складські приміщення, власну торговельну мережу тощо.

За змістом угоди поділяються на угоди купівлі-продажу товарів, цінних паперів, надання різних послуг; договори оренди, підряду тощо; бартерні угоди; кредитні угоди та багато інших.

За формою укладання угоди поділяються на:

- *угоди без документального оформлення* або так звані “джентльменські угоди”. Ці угоди застосовуються як в малому, так і великому бізнесі, базуються на взаємній довірі партнерів, пришвидшують вирішення ділових питань. Недоліком цих угод є те, що у випадку невиконання зобов'язань однією із сторін, іншій стороні буде важко довести факт укладання такої угоди;

- *угоди, оформлені у вигляді договору, контракту* тощо. Це є основний, цивілізований спосіб укладання угод, визнаний в усьому світі;

В Україні підприємницька угода вважається такою, що відбулася, якщо вона укладена в письмовій формі і підписана сторонами незалежно від місця підписання.

- *угоди, які виникають на підставі підписання так званих протоколів про наміри*. Сам протокол про наміри – це ще не угода, він не несе для сторін ніяких правових наслідків. Але потрібно пам'ятати, що у випадку, коли одна із сторін взяла на себе певні зобов'язання і не виконала їх, спричинивши іншій стороні певні збитки, то може постати питання про визнання такої угоди дійсною. Рішення з цього питання приймає господарський суд. Тому при підписанні протоколів про наміри сторонам потрібно уникати чітко визначених зобов'язань. В протоколах про наміри потрібно писати так: “Сторони розглянуть...,” “Сторони будуть домовлятися про в майбутньому” тощо;

- *угоди, які укладаються шляхом надсилання сторонами телеграм, листів, факсів* тощо. Якщо в такому повідомленні є чітка інформація про суттєві умови угоди (наприклад, про вид товару, терміни поставки, ціну тощо); є точне звернення до конкретної посадової особи; саме повідомлення підписане уповноваженою особою; у повідомленні зроблений припис, що сторона бере на себе певні зобов'язання (наприклад, гарантує оплату товару тощо), то в момент прийняття протилежною стороною позитивного рішення відносно поданих у повідомленні пропозицій угода вважається укладеною. Таким рішенням може бути резолюція керівника на листі або телеграмі такого змісту: “Прийняти до виконання”, а також інші подібні написи;

- угоди, які укладаються шляхом прийняття замовлення до виконання. Якщо між суб'єктами була раніше укладена угода про обслуговування, то в момент надходження замовлення від однієї із сторін і відсутності заперечень з боку іншої сторони угода вважається укладеною.

Основною формою укладання підприємницьких угод є договір. *Договір* – це документально оформлена домовленість між суб'єктами підприємництва про їх спільні дії з відповідними правами, обов'язками і відповідальністю сторін. Договір – це правовий документ, який сторони повинні неухильно виконувати.

Вимоги до написання договору:

- договір повинен чітко та точно відображати ділові та економічні інтереси партнерів;

- договір повинен юридично захищати інтереси партнерів на випадок невиконання однією із сторін своїх зобов'язань;

- договір не повинен порушувати чинне законодавство;

- договір не повинен містити двоякого трактування тих чи інших понять, положень, зобов'язань, термінів;

- договір повинен бути *підписаний* уповноваженою особою та завірний печаткою підприємства. Особами, які можуть підписувати договори, є: керівник підприємства; заступники керівника при наявності відповідного наказу; особи, які мають письмову довіреність, підписану керівником підприємства. Строк дії довіреності не може перевищувати 3-х років. Печатка на договорі засвідчує повноваження особи, яка підписала договір;

- в договорі не повинно бути виправлень та підчисток; він повинен бути вчитаний та вивірений.

Підприємницькі договори можуть бути укладені на будь-якому папері і не вимагають нотаріального посвідчення.

Примітка. Є дуже обмежена кількість випадків, наприклад, купівля-продаж нерухомості тощо, коли укладені угоди вимагають нотаріального посвідчення.

У загальному вигляді будь-який договір складається з 4-х основних частин, згрупованих в залежності від виду договору та його обсягу в (5...25) статей.

Першою частиною договору завжди є преамбула. Тут даються такі відомості: вид договору і його назва (наприклад, договір купівлі-продажу партії товарів); дата підписання договору (договір вважається чинним з моменту підписання його останньою стороною); місце підписання договору; повна назва сторін договору; місце, яке займають сторони в договорі (“Покупець”, “Продавець”, “Постачальник” тощо); повні назви посад, прізвища, імена, по батькові осіб, які підписують договір; вказівки, на підставі яких документів діють ці особи (на підставі статуту, наказу або за дорученням керівника підприємства і т.п.).

Основною частиною договору є так званий “Предмет договору”.

Тут розкривається сутність договору (наприклад, купівля-продаж товару, акцій, валюти, виконання певних робіт і т.п.); дається докладна інформація про об’єкт договору (товари, акції, майно тощо); визначається кількість та ціна об’єкта договору (товару, акції, майна тощо); фіксується вартість (ціна) договору в цілому.

Існує 4 способи фіксації ціни об’єкта договору:

- *тверда* ціна – це ціна, що не підлягає зміні;
- ціна з *наступною фіксацією* – це ціна, значення якої буде визначено пізніше. У цьому випадку в договорі зазначається дата фіксації ціни. Ініціатива фіксації ціни повинна виходити від покупця;
- *рухома* ціна, коли ціна фіксується на конкретну дату із застереженнями, що при зміні світових цін буде змінена і дана ціна. При цьому вказується джерело інформації про світові ціни;
- *змінна* ціна, коли ціна фіксується на конкретну дату із застереженнями, що при зміні цін на сировину, матеріали і т.п. буде змінена і дана ціна (за формулами, які наводяться).

При визначенні ціни договору необхідно враховувати транспортні та інші витрати, що несуть сторони договору. Для цього використовуються відповідні ціни. Так, наприклад, ціна “франко-вагон-станція відправлення” означає, що постачальник несе витрати до перетинання товаром поручня вагону в пункті відправлення товару.

В основній частині договору вказується також спосіб виконання зобов’язань (наприклад, частинами, одночасно і т.п.); визначаються строки та місце виконання зобов’язань кожною стороною. Якщо місце виконання зобов’язань не зазначено, то таким загальновизнаним місцем вважається місце перебування тієї сторони, яка приймає виконання зобов’язань. Тобто продавець, наприклад, зобов’язаний виготовити та поставити товар покупцю туди, де безпосередньо знаходиться покупець.

Примітка. Винятки складають об’єкти нерухомості та випадки, коли товар передається перевізнику за місцем його перебування.

В частині “Предмет договору” визначається також форма розрахунків між сторонами (платіжними дорученнями, акредитивами і т.п.); погоджується форма оплати за виконані роботи (передоплата, у момент відвантаження продукції або при її одержанні, в кредит тощо); обумовлюється, на підставі яких документів буде визначатися факт виконання кожною із сторін своїх зобов’язань.

Документальним підтвердженням факту виконання сторонами договору зобов’язань може бути:

- акт приймання робіт;
- платіжне доручення, завірене банком, про прийняття грошей до перерахування;
- квитанція від транспортної організації про прийняття вантажу для відправлення за адресою товародержувача;

- квитанція про прийом товарів на склад покупця (одержувача);
- розписка одержувача продукції;
- коносамент – документ, виданий судновласником вантажовідправнику про прийняття вантажу для відправлення за адресою товароодержувача.

В даній частині договору обов'язково мають бути визначені права та обов'язки кожної із сторін. Це може бути зроблено, наприклад, так: “Продавець зобов'язаний поставити товари у зазначений пункт і повідомити покупця про відвантаження товарів, а покупець зобов'язаний перерахувати гроші за отримані товари на поточний рахунок продавця у зазначеному банку при одержанні відповідних документів: рахунків на оплату, актів про виконанні роботи тощо”.

Окремою частиною договору можуть вважатися так звані “Додаткові умови договору”.

В цій частині договору доцільно визначити термін дії договору; відповідальність сторін за несвоєчасне виконання своїх зобов'язань; способи забезпечення виконання сторонами взятих зобов'язань (порука, гарантія, завдаток, застава майна тощо); підстави для дострокового припинення договору кожною із сторін; спосіб визначення відхилень у виконанні договору (наприклад, шляхом складання акту про невідповідність якості поставленої продукції вимогам чинних стандартів, технічних умов, зразкам тощо); умови про конфіденційність інформації; порядок розгляду суперечок між сторонами; умови пакування та маркування товарів тощо.

Інші умови договору. В цій частині договору можуть бути зроблені різні обмовки (наприклад, валютні); визначені умови і засоби зв'язку між сторонами в процесі виконання договору; зазначені реквізити сторін (поштова адреса, місцезнаходження, банківські рахунки), кількість примірників договору, інші умови (страхування, форс-мажорні обставини і т.п.).

Завершується дана частина договору підписами уповноважених осіб, які засвідчуються печатками відповідних підприємств, установ та організацій.

В практиці сучасного підприємництва застосовується багато видів договорів. Найчастіше укладаються договори купівлі-продажу товарів, поставки товарів, підяду, зі створення науково-технічної продукції, товарообміну, оренди, комісії, доручення, консигнації; на надання різних послуг; про спільну діяльність тощо.

Розглянемо докладніше підприємницькі договори, які дозволяють суб'єктам бізнесу отримувати необхідні товари, продукцію, вироби, майно тощо. До таких договорів відносяться:

- договори купівлі-продажу товарів;
- договори поставки товару;
- договори товарообміну (бартер);
- договори оренди майна.

В договорах купівлі-продажу товарів завжди взаємодіють дві сторони: *ПРОДАВЕЦЬ-ПОКУПЕЦЬ*. За договором купівлі-продажу продавець (або виробник) зобов'язується виробити і поставити (або тільки поставити) певну кількість товарів обумовленої якості в зазначене місце, а покупець зобов'язується прийняти ці товари й оплатити їх вартість.

В договорах купівлі-продажу товарів обов'язково вказується відповідальність сторін за невиконання взятих зобов'язань.

Ключовий момент договору – момент переходу права власності на товар. Загальновизнаним є правило, що право власності на товар переходить від продавця до покупця в момент передачі товарів. У договорі можуть бути визначені й інші випадки, наприклад, “в момент відвантаження продукції”, або “після оплати за поставлені товари” тощо. Але в будь-якому випадку варто пам'ятати, що не може бути переходу права власності на товари після їх реалізації, тому що слово “реалізація продукції” вже означає перехід прав власності.

Типові зразки договорів купівлі-продажу товарів наведені на рисунках 23.1 та 23.2.

В договорах на поставку товарів також взаємодіють дві сторони: ПОСТАЧАЛЬНИК–ПОКУПЕЦЬ. Відмінністю договору поставки від договору купівлі-продажу є те, що постачальник зобов'язується виготовляти і поставляти покупцю певну продукцію в обумовлені строки протягом відносно тривалого часу (рік, квартал, місяць). Договір постачання товарів передбачає тривале співробітництво між партнерами по бізнесу.

При укладанні договору на постачання товарів необхідно пам'ятати, що покупець зазвичай має право в односторонньому порядку відмовитися від договору, якщо поставлені товари (послуги тощо) не відповідають вимогам чинних стандартів, узгодженим технічним умовам, зразкам тощо. У цьому випадку постачальник зобов'язаний відшкодувати покупцеві заподіяні збитки. Договір постачання вважається розірваним через один місяць після одержання постачальником письмового повідомлення про це від покупця, якщо в договорі не зазначено інших термінів. Проте, якщо товар був виготовлений і відвантажений до одержання письмового повідомлення, то такий товар повинен бути оплачений покупцем. Типовий зразок договору постачання продукції наведений на рис. 23.3.

В договорах на проведення товарообмінних операцій завжди взаємодіють дві сторони: СТОРОНА-1 і СТОРОНА-2, кожна з котрих одночасно є і продавцем, і покупцем товару. Сторони домовляються про товари, які вони поставляють один одному на умовах збалансованості взаємних поставок.

За своєю природою товарообмінний договір подібний до договору купівлі-продажу товарів. Різниця між товарообмінним договором і договором купівлі-продажу товарів полягає в тому, що у товарообмінному договорі можуть не визначатися ціни на товари, які підлягають обміну.

При укладанні товарообмінних договорів важливо визначити строки постачання товарів. Товарообмінна операція вважається закінченою, коли обидві сторони повністю виконають свої зобов'язання. Грошові відносини між сторонами відсутні. Форма типового товарообмінного договору наведена на рис. 23.4.

Різновидом товарообмінного договору є *договір про зустрічні закупки*. У цьому договорі СТОРОНА-1 бере на себе зобов'язання продати обумовлений товар СТОРОНИ-2 і одночасно купити у СТОРОНИ-2 інший товар, запропонований цією стороною. Аналогічні зобов'язання бере на себе і СТОРОНА-2. Оплата за поставлені товари ведеться грошима. При цьому продукція, що продається, і продукція, що купується, ніяк не пов'язані між собою, обсяги покупок і продаж продукції також можуть не збігатися.

В договорах оренди взаємодіють дві сторони: ОРЕНДОДАВЕЦЬ–ОРЕНДАР. За договором оренди орендодавець зобов'язується надати за плату орендареві майно в тимчасове володіння або користування для самостійного здійснення підприємницької діяльності та інших цілей. Орендар повинен повернути це майно в належному стані після закінчення строку оренди. При цьому власником майна завжди залишається орендодавець, а власником продукції і прибутків стає орендар.

Виконані орендарем покращання орендованого майна, яке можна відокремити, є його власністю, якщо інше не передбачено договором оренди. У випадку, коли орендар виконав за свій рахунок і за згодою орендодавця певні покращання орендованого майна, яке не відокремлюється, то він має право після закінчення договору оренди на відшкодування вартості цих покращань. Якщо покращання орендованого майна, що не відокремлюється, були виконані орендарем без згоди орендодавця, то вони відшкодуванню не підлягають.

Ключовий момент договору – питання про величину орендної плати та строки її сплати. Існує дві основні форми сплати орендної плати. Перша – *net rent*, коли орендар сплачує орендодавцю фіксовану невелику орендну плату, а також всі податки. Друга – *gross rent*, коли орендар сплачує орендодавцю високу орендну плату, а всі податки орендодавець сплачує сам. На величину орендної плати впливає вартість майна, яке передається в оренду, дохідність підприємства, механізм сплати податків, існуючі процентні ставки на депозитні та кредитні рахунки в комерційних банках тощо.

Перехід права власності на здане в оренду майно до іншої особи не є підставою для розірвання договору оренди.

Типовий зразок договору оренди наведений на рис. 23.5.

**ДОГОВІР
КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ ТОВАРІВ**

м. _____ “___” _____ 200__ р.
 Підприємство _____, назване в подальшому “Продавець”, в
 особі _____, що діє на підставі _____, з одного боку, і
 підприємство _____, назване в подальшому “Покупець”, в особі
 _____, що діє на підставі _____, з другого
 боку, уклади цей Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1 Продавець продає, а Покупець купує _____ (назва виробів)
 за ціною _____ грн. за одиницю виробу в кількості _____
 виробів на суму _____ грн.

2 ЗОБОВ’ЯЗАННЯ СТОРІН

2.1 Продавець зобов’язаний:
 не пізніше _____ днів з моменту підписання Договору передати Покупцю _____ (найменування товару);
 забезпечити Покупця інструкцією з експлуатації виробу та видати сертифікат (свідоцтво про якість) відповідності.

2.2 Покупець зобов’язаний:
 прийняти і розрахуватися за товар не пізніше _____ (вказується термін).

3 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

3.1 Сторони несуть відповідальність у встановленому законодавством порядку.

Продавець:

3.1.1 Несе відповідальність за якість виробу, що продається. Якщо якість виробів не відповідатиме сертифікату (посвідченню про якість), то Продавець сплачує Покупцю штраф у розмірі _____% від вартості виробів, а також ліквідує дефекти своїми силами та за свій рахунок в _____ денний строк з моменту отримання повідомлення Покупця.

3.1.2 За затримку передачі (відвантаження) виробів Продавець сплачує неустойку в розмірі _____ грн. за кожний день прострочення передачі (відвантаження).

Покупець:

3.2.1 За необґрунтовану відмову від розрахунків за продукцію Покупець сплачує штраф у розмірі _____% від суми відмови, а також _____% пені за кожний день прострочення платежу.

3.2.2 За затримку приймання виробів Покупцем (в тому випадку, якщо таке приймання здійснюється представником Покупця) останній сплачує штраф у розмірі _____ грн. за кожний день затримки приймання, що рахується з моменту одержання Покупцем повідомлення від Продавця про готовність виробів до здачі.

4 ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

4.1 Оплата вартості виробів відбувається шляхом _____

(вказати порядок оплати)

5 ПІДВІДОМЧІСТЬ СПОРІВ

5.1 Спори, що впливають з умов цього Договору, розглядаються господарським судом.

6 ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, РЕКВІЗИТИ ТА ПІДПИСИ СТОРІН

Продавець	Покупець
_____	_____
М.П.	М.П.

Рисунок 23.1 – Типовий договір купівлі-продажу товарів

**ДОГОВІР
КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ ОПТОВОЇ ПАРТІЇ ТОВАРІВ**

м. _____ “___” _____ 200__ р.

Підприємство _____, назване в подальшому “Продавець”, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з одного боку, і _____ (назва підприємства) _____, назване в подальшому “Продавець”, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з другого боку, уклали цей Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1 Продавець зобов'язується виготовити та передати у власність Покупця товар, а Покупець зобов'язується прийняти товар та оплатити його на умовах цього Договору.

1.2 Найменування товару: _____.

1.3 Виробник товару: _____.

1.4 Місцезнаходження товару: _____.

1.5 Документи на товар, які Продавець повинен передати Покупцю: _____.

2 КІЛЬКІСТЬ ТОВАРУ

2.1 Одиниця виміру кількості товару: _____.

2.2 Загальна кількість товару: _____.

3 АСОРТИМЕНТ

3.1 Груповий асортимент товару, що постачається:

1) _____ у кількості _____.

2) _____ у кількості _____.

3.2 Розгорнутий асортимент товару, що постачається, визначається у Додатку № ___ до цього Договору.

4 ЯКІСТЬ

4.1 Якість товару, що постачається Продавцем, повинна відповідати _____ (ДСТУ, ТУ, сертифікату виробника, зразку і т.ін.).

4.2 Підтвердженням якості з боку Продавця є _____ (найменування документу, що підтверджує якість товару)

4.3 Гарантійний термін експлуатації (придатності, зберігання): з моменту _____ (виготовлення, отримання товару Покупцем, експлуатації) _____ (місяці, роки).

4.4 Термін усунення недоліків або заміни товару в межах гарантійного терміну _____ (дні, місяці, роки) _____ з моменту виявлення дефектів.

5 КОМПЛЕКТНІСТЬ

5.1 Комплектність товару, що постачається Продавцем, визначається за _____ (ДСТУ, ТУ, сертифікатом виробника, зразком тощо).

5.2 Додаткові до комплекту виробу _____

6 СТРОКИ ТА ПОРЯДОК ПОСТАЧАННЯ

6.1 Товар повинен бути повністю поставлений протягом _____ з моменту _____ (оплати, укладення договору, інші умови).

6.2 Продавець має право на дострокову поставку товару з обов'язковим повідомленням Покупця про це в термін _____ з моменту відвантаження товару (може бути передбачена інша підстава).

7 ЦІНА

7.1 Ціна за одиницю товару: _____.

7.2 Загальна ціна за цим Договором: _____.

7.3 За скорочення строків поставки більш як на _____ днів Покупець здійснює Продавцю доплату в розмірі _____ від суми достроково поставленої кількості товару.

7.4 Ціни за цим Договором зазначені без (або з урахуванням) ПДВ.

8 ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

8.1 Попередня оплата у розмірі _____% від ціни Договору має бути перерахована Продавцю протягом _____ з моменту _____.

8.2 Остаточний строк оплати товару складає _____ з моменту _____.

8.3 Порядок оплати: _____ (поштовий, телеграфний тощо).

8.4 Вид розрахунків: _____ (готівковий, безготівковий, змішаний).

8.5 Форма розрахунків: _____ (платіжне доручення, чек, вимога-доручення, акредитив).

8.6 Покупець повинен повідомити Продавця про здійснення платежу в строк _____ з моменту _____ шляхом _____ (телеграма з повідомленням, факс та ін.).

8.7 Доплата за п.7.3 цього Договору виплачується в тому ж порядку, що й основна сума платежу.

8.8 Порядок розрахунків за вироби, які входять до комплекту за п.5.2 цього Договору: _____.

9 УМОВИ ПОСТАВКИ

9.1 Поставка здійснюється на умовах: _____ (франко-склад, франко-вагон та ін.).

9.2 Перехід права власності на товар відбувається в момент: _____.

9.3 Перехід ризиків на товар відбувається в момент: _____.

10 ПУНКТ ПОСТАВКИ

10.1 Пунктом поставки товару за цим Договором є: _____.

11 ТАРА І ПАКУВАННЯ

11.1 Товар повинен бути затарений і упакований Продавцем таким чином, щоб уникнути псування та/або знищення його на період поставки до прийняття товару Покупцем.

11.2 Товар повинен бути затарений таким чином: _____.

11.3 Товар повинен бути упакований таким чином: _____.

11.4 Вартість тари та пакування _____ входить (не входить) до ціни товару.

11.5 Порядок та строки повернення тари: _____.

11.6 Умови розрахунків при поверненні тари: _____.

12 МАРКУВАННЯ

12.1 Товар повинен бути промаркований таким чином: _____.

13 ВІДВАНТАЖЕННЯ ТА ТРАНСПОРТУВАННЯ

13.1 Пункт відвантаження: _____.

13.2 Строки відвантаження: протягом _____ з моменту: _____.

13.3 Вид транспорту: _____.

13.4 Мінімальною нормою відвантаження _____ транспортом є _____.

13.5 Особливості відвантаження _____.

13.6 Продавець повинен повідомити Покупця про відвантаження в строк _____ з моменту _____ шляхом _____ повідомлення.

(У повідомленні зазначаються: дата відвантаження, номер накладної, номер вагону, номер і дата договору, найменування і кількість товару).

14 ПЕРЕДАЧА ТОВАРУ

14.1 Передача (приймання-здача) товару здійснюється в пункті поставки.

14.2 Приймання товару за кількістю та якістю здійснюється сторонами в порядку, що визначається чинним законодавством.

14.3 Отримавши товар, Покупець повинен телеграфним повідомленням підтвердити отримання товару протягом _____ з моменту _____.

15 ТЕРМІН ДІЇ ДОГОВОРУ

15.1 Договір набирає чинності з моменту підписання його сторонами і діє до моменту його остаточного виконання, але в будь-якому випадку до “__” _____ 200__р.

16 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

16.1 За порушення умов Договору винна сторона відшкодовує спричинені цим збитки, в тому числі неотриманий прибуток.

16.2 Покупець за Договором несе таку відповідальність: штраф у розмірі ____ % від суми ____ (договору, боргу) за кожен день затримки з оплатою.

16.3 Продавець за Договором несе таку відповідальність: штрафна неустойка в розмірі ____% від суми ____ (договору, боргу) за кожен день затримки з поставками товару.

16.4 За односторонню необґрунтовану відмову від виконання своїх зобов'язань протягом дії Договору винна сторона сплачує штраф у розмірі _____.

16.5 За порушення інших умов Договору винна сторона несе таку відповідальність: _____.

17 ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

17.1 Усі спори між сторонами, з яких не було досягнуто згоди, вирішуються у відповідності до законодавства України в господарському суді.

17.2 Сторони визначають, що всі ймовірні претензії за Договором повинні бути розглянуті сторонами протягом _____ днів з моменту отримання претензії.

18 ЗМІНА УМОВ ДОГОВОРУ

18.1 Умови Договору можуть бути змінені за взаємною згодою сторін з обов'язковим складанням письмового документа.

18.2 Жодна із сторін не має права передавати свої права за Договором третій стороні без письмової згоди іншої сторони.

19 ЗВ'ЯЗОК МІЖ СТОРОНАМИ

Повноважними представниками сторін за Договором є:

Продавець: _____ телефон _____.

Покупець: _____ телефон _____.

20 ОСОБЛИВІ УМОВИ

21 ІНШІ УМОВИ

21.1 Договір складено у двох примірниках, по одному для кожної із сторін.

21.2 У випадках, не передбачених Договором, сторони керуються чинним цивільним законодавством.

21.3 Після підписання Договору всі попередні переговори, листування, попередні угоди та протоколи про наміри з питань, що так чи інакше стосуються даного Договору, втрачають юридичну силу.

21.4 Сторони зобов'язуються при виконанні Договору не зводити співробітництво лише до дотримання вимог, що містяться в Договорі; зобов'язуються підтримувати ділові контакти та вживати всіх необхідних заходів для забезпечення розвитку їх комерційних зв'язків.

22 ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

1. Додаток № ____ на _____ сторінках.

Додаток № ____ до Договору складає його невід'ємну частину.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ І РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Продавець: _____ Покупець: _____

Підписи:

М.П.

М.П.

Рисунок 23.2 – Типовий договір купівлі-продажу оптової партії товарів

**ДОГОВІР
ПОСТАВКИ ТОВАРУ**

м. _____ “___” _____ 200__ р.

Підприємство _____, назване в подальшому “Постачальник”, в особі _____ (посада, прізвище, ім’я, по батькові), що діє на підставі _____ (статуту, за довіреністю тощо), з одного боку, та підприємство _____, назване в подальшому “Покупець”, в особі _____, що діє на підставі _____, з іншого боку, уклали цей Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1 Продавець зобов’язується виготовляти та систематично постачати і передавати у власність Покупцю товари, зазначені в п.1.2, а Покупець зобов’язується приймати ці товари та своєчасно здійснювати їх оплату на умовах Договору.

1.2 Предметом поставки є такі товари (номенклатура):

а) _____

б) _____

2 ОБСЯГ (КІЛЬКІСТЬ) ТА СТРОКИ ПОСТАВКИ

№	Найменування товарів	Одиниця виміру	1-й кв.	2-й кв.	3-й кв.	4-й кв.	Всього
1	“А”	шт.	130	200	500	230	1060

3 АСОРТИМЕНТ

3.1 Асортимент товару зазначається у специфікації, яка додається до Договору.

3.2 У випадку необхідності для Покупця змінити деякі позиції з асортименту товару, що поставляється, він зобов’язаний подати Постачальнику нову специфікацію для узгодження в _____ (денний) строк до настання нового строку поставки.

3.3 Нова специфікація вважається прийнятою в редакції Покупця, якщо Постачальник протягом _____ (днів) після її отримання не заявить щодо неї свої заперечення.

4 ЯКІСТЬ ТА КОМПЛЕКТНІСТЬ

4.1 Якість та комплектність товару, що постачається, повинна відповідати _____ (ДСТУ, ТУ, сертифікату виробника, зразку тощо).

4.2 Підтвердженням якості та комплектності з боку Постачальника є _____ (найменування документу про якість та комплектність).

4.3 Додаткові до комплекту виробу _____, які повинні постачатись згідно з даним Договором.

5 ГАРАНТІЙНИЙ СТРОК

5.1 Постачальник гарантує якість та надійність товару, що постачається, протягом _____ з моменту _____.

5.2 При виявленні виробничих дефектів у товарі при його прийманні, а також при монтажі, налагодженні та експлуатації в період гарантійного строку виклик представника Постачальника обов’язковий.

5.3 Строк усунення недоліків або заміни товару (доукомплектування) визначається в _____ (днів) з моменту виявлення дефектів.

6 СТРОК ТА ПОРЯДОК ПОСТАВКИ

6.1 Товар повинен бути поставлений Покупцю не пізніше _____ числа першого місяця відповідного періоду поставки.

6.2 Постачальник має право на дострокову поставку кожної партії товару з обов'язковим повідомленням Покупця про це в строк _____ з моменту її відвантаження (може бути передбачена інша підстава).

7 ЦІНА

7.1 Покупець оплачує поставлений Постачальником товар за ціною, визначеною у специфікації, яка додається до Договору (додаток № ____).

7.2 Ціни в специфікації зазначені без (або з урахуванням) ПДВ.

8 ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

8.1 Розрахунки за кожну поставлену партію товару здійснюються в безготівковому порядку протягом _____ (днів) _____ з моменту _____.

8.2 Форма розрахунків: _____ (платіжне доручення, чек, вимога-доручення, акредитив).

9 УМОВИ ПОСТАВКИ

9.1 Поставка здійснюється на умовах: _____ (франко-склад, франко-вагон та ін.).

9.2 Перехід права власності на товар відбувається в момент: _____.

10 ПУНКТ ПОСТАВКИ

10.1 Пунктом поставки товару за Договором є: _____.

11. ТАРА І ПАКУВАННЯ

11.1 Товар повинен бути затарений і упакований Постачальником таким чином, щоб уникнути псування та/або знищення його на період поставки до прийняття товару Покупцем.

11.2 Товар повинен бути затарений і упакований наступним чином: _____.

11.3 Вартість тари та пакування _____ входить (не входить) до ціни товару.

11.4 Порядок, строки та умови розрахунків при поверненні тари: _____.

12 МАРКУВАННЯ

12.1 Товар повинен бути промаркований так: _____ (зазначається текст та/або малюнок маркування на тарі, або робиться посилання на ДСТУ).

13 ВІДВАНТАЖЕННЯ ТА ТРАНСПОРТУВАННЯ

13.1 Пункт відвантаження: _____.

13.2 Строк відвантаження: протягом _____ з моменту _____.

13.3 Вид транспорту: _____.

13.4 Мінімальною нормою відвантаження _____ транспортом є _____ (вагон, контейнер, інші мінімальні норми).

13.5 Особливості відвантаження: _____.

13.6 Постачальник повинен повідомити Покупця про відвантаження в строк _____ з моменту _____ шляхом _____ (телеграма з повідомленням, факс та ін.).

У повідомленні зазначаються: дата відвантаження, номер накладної, номер вагону (назва судна, номер автомашини, номер рейсу), номер і дата договору, найменування та кількість товару.

14 ПЕРЕДАЧА ТОВАРУ

14.1 Передача (приймання-здача) товару і приймання товару за кількістю та якістю здійснюється сторонами в порядку, визначеному законодавством.

14.2 Отримавши товар, Покупець повинен телеграфним повідомленням підтвердити отримання товару протягом _____ з моменту _____.

15 СТРОК ДІЇ ДОГОВОРУ

15.1 Цей Договір набуває чинності з моменту підписання його сторонами і діє до " ____ " _____ 200__ р.

15.2 У випадку, якщо жодна зі сторін не заявить про свій намір розірвати або змінити Договір за _____ днів до його закінчення, Договір вважається пролонгованим на строк _____.

16 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

16.1 За порушення умов Договору винна сторона відшкодовує іншій стороні спричинені збитки, у тому числі неотриманий прибуток.

16.2 Покупець за Договором несе таку відповідальність: за _____ (конкретне порушення) _____ – штраф у розмірі ____ % від суми ____ (договору, боргу).

16.3 Постачальник за Договором несе таку відповідальність: за _____ (конкретне порушення) _____ – штрафна неустойка в розмірі _____ від суми _____ (договору, боргу).

16.4 За односторонню необгрунтовану відмову від виконання своїх зобов'язань протягом дії Договору винна сторона сплачує штраф у розмірі _____.

17 РОЗВ'ЯЗАННЯ СПОРІВ

17.1 Усі спори між сторонами, з яких не було досягнуто згоди, розв'язуються у відповідності з чинним законодавством в господарському суді.

18 ЗМІНА УМОВ ДОГОВОРУ

18.1 Умови Договору можуть бути змінені за взаємною згодою сторін з обов'язковим складанням письмового документу.

19 ОСОБЛИВІ УМОВИ

20 ІНШІ УМОВИ

20.1 Договір складений у двох примірниках, по одному для кожної із сторін.

20.2 Після підписання Договору всі попередні переговори за ним втрачають юридичну силу.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ ТА ВІДВАНТАЖУВАЛЬНІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Покупець:

Юридична адреса: _____.

Телефон _____, телетайп _____, факс _____.

Розрахунковий рахунок № _____ в _____, (найменування банківської установи) МФО _____, код _____.

Відвантажувальні реквізити із зазначенням кодів:

1) Для вагонних відправлень: _____.

2) Для контейнерів: _____.

3) Для відправлення водним транспортом: _____.

4) Для відправлення повітряним транспортом: _____.

Постачальник:

Юридична адреса: _____.

Телефон _____, телетайп _____, факс _____.

Розрахунковий рахунок № _____ в _____ (найменування банківської установи) МФО _____, код _____.

ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

Додаток № ____ на _____ стор.

Додаток до Договору складає його невід'ємну частину.

Постачальник
М.П.

Покупець
М.П.

Рисунок 23.3 – Типовий договір поставки товару

ТОВАРООБМІННИЙ ДОГОВІР

м. _____ “ ___ ” _____ 200__ р.

Підприємство _____ (назва організації, установи, підприємства), назване в подальшому СТОРОНА-1, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з одного боку, і Підприємство _____, (назва організації, установи, підприємства), назване в подальшому СТОРОНА-2, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з другого боку, уклали цей договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1 Сторони взаємно обмінюються товарами без грошової оплати на збалансованій вартісній основі.

1.2 Між Сторонами здійснюється обмін такою продукцією: _____ (найменування продукції) _____ в кількості _____, власником якої є СТОРОНА-1, на _____ (найменування продукції) _____ в кількості _____, власником якої є СТОРОНА-2.

1.3 До укладення Договору Сторони ніяких цивільно-правових угод стосовно згаданої продукції не укладали.

1.4 Предмети обміну знаходяться у справному стані, придатному до використання (експлуатації). Якість предметів обміну визначено за попереднім оглядом. Сторони взаємно гарантують якість предметів обміну такою, яка була на момент огляду.

1.5 Предмети обміну передаються Сторонами один одному за місцем знаходження Сторони, що виступає в якості продавця, протягом 10 днів з моменту укладення Договору.

1.6 Право власності на предмети обміну виникає у Сторони, що виступає в якості покупця, з моменту приймання вищевказаних предметів обміну, про що оформляються акти здачі-приймання, які підписуються повноважними представниками Сторін.

1.7 При передачі продукції Сторона, що виступає в якості продавця, зобов'язана передати іншій Стороні, що виступає в якості покупця, всі документи на предмети обміну, про що робиться відповідна позначка в акті здачі-приймання.

1.8* Місцезнаходження предметів обміну:

СТОРОНА-1: _____.

СТОРОНА-2: _____.

1.8** Якщо передача товарів здійснюється шляхом відвантаження товарів стороною, яка виступає продавцем, то в договорі робиться запис, що товар повинен відвантажуватися в упаковці, яка відповідає характеру товару і забезпечує при належному поводженні з вантажем його збереження при транспортуванні (з урахуванням можливості його перевезення морським транспортом, змішаним транспортом, а також при наявності декількох перевантажень в дорозі).

В кожне вантажне місце повинен бути вкладений докладний пакувальний лист, в якому _____ мовою вказуються: перелік упакованих предметів, кількість, номер місця, вага брутто, вага нетто, назви СТОРІН цього Договору, номер договору.

На кожне вантажне місце _____ мовою повинне бути нанесено фарбою, що не змивається, відповідне маркування товарів.

2 ОBOB'ЯЗКИ ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

2.1 Кожна Сторона, що виступає в якості продавця, зобов'язана:
- надати майно, що є предметом обміну, у розпорядження Сторони, що виступає в якості покупця, та забезпечити необхідні умови для його транспортування;
- забезпечити за власний рахунок пакування товару (якщо воно передбачене), необхідне для того, щоб Сторона, що виступає в якості покупця, мала можливість прийняти предмет обміну.

2.2 Відповідальність Сторін.

Сторони несуть за Договором таку відповідальність:

- а) за прострочення прийняття предметів обміну _____ ;
- б) за прострочення надання предметів обміну _____ ;
- в) за односторонню відмову від виконання Договору _____ ;

3 ДОДАТКОВІ УМОВИ

3.1 Договір набирає чинності з моменту підписання його Сторонами.

3.2 Договір складений у двох примірниках, які зберігаються у Сторін.

3.3 У випадках, не передбачених Договором, Сторони керуються чинним цивільним законодавством.

3.4 Умови Договору мають однакову силу для Сторін та можуть бути змінені за взаємною згодою Сторін з обов'язковим складанням письмового документу. Письмовий документ зі змінами та доповненнями складається у двох примірниках і є невід'ємною частиною Договору.

3.5 Сторони домовляються, що всі доповнення та зміни, внесені до Договору в односторонньому порядку, не мають юридичної сили.

3.6 Після підписання Договору всі попередні переговори та листування за ним втрачають будь-яке юридичне значення.

3.7 Жодна зі Сторін не має права передавати свої права та обов'язки за Договором третій стороні без письмової згоди на це протилежної Сторони.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, РЕКВІЗИТИ ТА ПІДПИСИ СТОРІН

СТОРОНА-1

СТОРОНА-2

(підпис)

М.П.

(підпис)

М.П.

Рисунок 23.4 – Типовий товарообмінний договір

ДОГОВІР ОРЕНДИ

м. _____ “___” _____ 200__ р.

_____ (особа, підприємство тощо), назване в подальшому ОРЕНДОДАВЕЦЬ, з одного боку, та _____ (особа, підприємство тощо), назване в подальшому ОРЕНДАР, з другого боку, уклали цей ДОГОВІР про:

ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1 ОРЕНДОДАВЕЦЬ передає, а ОРЕНДАР приймає _____ (перелік обладнання, основних фондів тощо) на суму _____ грн., згідно з додатком № 1, _____ (перелік матеріалів, сировини тощо) на суму _____ грн., згідно з додатком № 2.

2 ОРЕНДОДАВЕЦЬ зобов'язується:

2.1 Забезпечувати ОРЕНДАРЯ сировиною і матеріалами в _____ (%) обсязі і у терміни, які погоджуються не пізніше ніж за _____ (місяці) до початку календарного року.

2.2 Забезпечити ОРЕНДАРЯ нормативними актами, документацією, необхідними для організації нормальної роботи підприємства.

2.3 Надавати ОРЕНДАРЕВІ необхідну методичну та іншу допомогу у розв'язанні поточних та перспективних завдань, плануванні роботи підприємства, складанні звітності тощо.

2.4 Сприяти матеріально-технічному постачанню ОРЕНДАРЯ.

2.5.....

3 ОРЕНДАР зобов'язується:

3.1 Забезпечити належне використання одержаного майна, основних фондів, матеріалів, сировини тощо згідно зі своїм статутом і цим Договором.

3.2 Самостійно здійснювати капітальний, поточний ремонт основних фондів, переданих йому в оренду згідно з додатком № 1, за рахунок коштів, що _____ виділяє ОРЕНДОДАВЕЦЬ (або за рахунок коштів ОРЕНДАРЯ).

3.3 Основні фонди, побудовані і придбані ОРЕНДАРЕМ за рахунок власних і запозичених коштів, є власністю ОРЕНДАРЯ.

3.4 Щоквартально, не пізніше _____ числа наступного місяця перераховувати ОРЕНДОДАВЦЮ орендну плату в розмірі амортизаційних відрахувань на повне відновлення основних фондів у сумі _____ грн., а також перераховувати _____ % від суми прибутку (або іншу, чітко визначену суму).

3.5 Здійснювати у неробочий час охорону орендованого майна за власний рахунок шляхом укладання договору з позавідомчою охороною.

3.6 Надавати в установлені терміни плани, бухгалтерську і статистичну звітність.

3.7

4 ОРЕНДАР має право здавати орендоване майно іншим орендарям на підставі укладання договору суборенди.

5 ОРЕНДАР має право (не має права) у будь-який час (або після певного строку) викупити орендоване майно.

Викуп майна до закінчення Договору не звільняє ОРЕНДАРЯ від виконання договірних зобов'язань (за винятком орендної плати).

6 Відповідальність сторін:

6.1 Орендар за неналежне виконання обов'язків, зазначених цим Договором, несе таку відповідальність:

6.1.1 За списання без згоди ОРЕНДОДАВЦЯ основних фондів перераховує ОРЕНДОДАВЦЮ всю суму коштів, виручених від реалізації основних фондів, а також

сплачує штраф у розмірі 5...10% від цієї суми, або перераховує ОРЕНДОВАВЦЮ вартість основних фондів, встановлену на момент передачі цих фондів в оренду.

6.1.2 За порушення строків перерахування коштів, зазначених в пп. 3.4, ОРЕНДАР сплачує штраф у розмірі _____ грн. за кожен день прострочення.

6.1.3 За порушення строків надання планів і звітності ОРЕНДАР сплачує ОРЕНДОДАВЦЮ штраф у розмірі _____ грн. за кожен день прострочення.

6.2 ОРЕНДОДАВЕЦЬ за неналежне виконання обов'язків, зазначених цим Договором, несе таку відповідальність:

6.2.1 За порушення пп. 2.1...2.3 Договору ОРЕНДАР знижує розміри відрахувань на суму не одержаних ОРЕНДАРЕМ прибутків, які виникли внаслідок дій ОРЕНДОДАВЦЯ.

6.3 Сторони звільняються від сплати санкцій, якщо невиконання Сторонами своїх зобов'язань зумовлені незалежними від них обставинами.

6.4 Штрафи і санкції сплачуються протягом 20 днів після подання потерпілою стороною відповідного акту.

7 При зміні централізованих цін, тарифів та інших, незалежних від ОРЕНДАРЯ умов, що визначають рівень прибутковості орендного підприємства, фінансові взаємовідносини між ОРЕНДАРЕМ і ОРЕНДОДАВЦЕМ мають бути переглянуті так, щоб не відбулося погіршення умов оплати праці, зменшення відрахувань до фонду розвитку підприємства (або інших показників діяльності орендованого підприємства) тощо.

8 Суперечки між ОРЕНДАРЕМ і ОРЕНДОДАВЦЕМ вирішуються у встановленому законодавством порядку.

9 Після закінчення і при достроковому розірванні Договору ОРЕНДАРЕВІ належить повернути майно, передане йому ОРЕНДОДАВЦЕМ згідно з цим Договором і що не перейшло у власність ОРЕНДАРЯ. Майно має бути повернуто у неушкодженому стані. При цьому ОРЕНДАР повертає ОРЕНДОДАВЦЕВІ оборотні кошти, передані йому ОРЕНДОДАВЦЕМ згідно з цим Договором, у повному обсязі.

10 Договір може бути розірвано:

- за взаємною згодою сторін;

- за рішенням однієї із сторін при неодноразових порушеннях іншою стороною своїх обов'язків;

- з ініціативи ОРЕНДАРЯ при істотній зміні умов, що впливають на результати його діяльності.

11 Додаткові умови: _____.

12 Договір укладено на _____ років (або до “___” _____ 200__ р.).

13 Договір вступає в силу з “___” _____ 200__ р.

14 Договір складено у двох примірників, один із яких зберігається у ОРЕНДОДАВЦЯ, інший – у ОРЕНДАРЯ.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ СТОРІН:

ОРЕНДОДАВЕЦЬ _____

ОРЕНДАР _____

Підписи сторін:

ОРЕНДОДАВЕЦЬ
М.П.

ОРЕНДАР
М.П.

Рисунок 23.5 – Типовий договір оренди майна

23.2 Завдання для самостійного виконання

В таблиці 23.1 наведені дані щодо умов, за якими повинні укладатися підприємницькі договори.

Студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 1 та 2, 11 та 12, 21 та 22, розробляють договір купівлі-продажу товару;

- студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 3 та 4, 13 та 14, 23 та 24, розробляють договір купівлі-продажу оптової партії товару;

- студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 5 та 6, 16 та 17, 26 та 27, розробляють договір поставки товару;

- студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 7 та 8, 11 та 18, 27 та 28, розробляють товарообмінний договір;

- студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 9 та 10, 19 та 20, 29 та 30, розробляють договір оренди майна.

Таблиця 23.1 – Дані для розробки підприємницького договору

Варіант	Сторона договору	Вид товару (майна)	Ціна за одиницю, грн.	Фіксація ціни	Кількість	Місце виконання зобов'язань	Форма оплати	Форма розрахунків	Інші умови
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Продавець	Телевізори	1600 грн. за 1 шт.	Тверда	100 штук	Склад покупця	При відвантаженні продукції	Вимогою дорученням	Вартість перевезення 10 тис. грн.
2	Покупець								
3	Продавець	Олія (в пляшках)	6 грн.	Тверда	100 тис. шт.	Вагонстанція відправлення	При відвантаженні продукції	Вимогою дорученням	Вартість перевезення 29 тис. грн.
4	Покупець								
5	Постачальник	Мийні засоби	10 грн. за 1 кГ	Змінна	Щоквартально по 10 тонн	Склад постачальника	Передоплата	Платіжними дорученнями	Договір діє протягом 3-х років
6	Покупець								
7	Сторона-1	10 тонн паливно-мастильних засобів обмінюються на 50 тонн картоплі				Склади сторін, які є покупцями	-	-	-
8	Сторона-2						-	-	-
9	Орендодавець	Здає в оренду підприємство вартістю 1 млн. грн.				-	-	-	Без викупу
10	Орендар	Бере в оренду дане підприємство				-	-	-	
11	Продавець	Цукор	3,20 грн. за 1 кГ	Рухома	10 тонн	Склад продавця	Передоплата	Платіжним дорученням	-
12	Покупець								

Продовження таблиці 23.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13	Продавець	Взуття	200 грн. за 1 пару	Рухома	10 тис. пар	Склад продавця	Передоплата	Платіжним дорученням	-
14	Покупець								
15	Постачальник	Алюміній в злитках	50 грн. за 1 злиток	Змінна	1000 злитків щомісяця	Вагонстанція відправлення	При відвантаженні продукції	Вимогою дорученням	Договір діє протягом 2-х років
16	Покупець								
17	Сторона-1	10 тракторів обмінюються на 2 баштових підйомних крана				Сторони, що реалізують продукцію	-	-	-
18	Сторона-2						-	-	-
19	Орендодавець	Здає в оренду мікроавтобус вартістю 500 тис. грн.				-	-	-	Оренда з викупом
20	Орендар	Бере в оренду мікроавтобус				-	-	-	
21	Продавець	Газові плити	1200 грн. за 1 шт.	3 наступною фіксацією	200 штук	Склад покупця	При одержанні товару покупцем	Платіжним дорученням	Вартість перевезення 12 тис. грн.
22	Покупець								
23	Продавець	Підшипники	4,5 грн. за 1 шт.	Змінна	5 млн. шт.	Склад покупця	При одержанні товару покупцем	Платіжним дорученням	Вартість перевезення 100 тис. грн.
24	Покупець								
25	Постачальник	Борошно	2 грн. за 1 кг	Рухома	1 тонна щотижня	Склад покупця	При одержанні товару покупцем	Платіжним дорученням	Договір діє протягом 1-го року
26	Покупець								
27	Сторона-1	1000 тонн металобрухту обмінюються на 1000 холодильників				Сторони, що реалізують продукцію	-	-	-
28	Сторона-2						-	-	-
29	Орендодавець	Здає в оренду майстерню для ремонту автомобілів вартістю 1 млн. грн.				-	-	-	3 викупом
30	Орендар	Бере в оренду дану майстерню				-	-	-	

Керуючись даними таблиці 23.1, потрібно:

1. Розробити підприємницький договір, який відповідає завданню. Підприємницький договір розробляють два студенти, які виступають протилежними сторонами договору так, як про це зазначено в завданні. Для прикладу можна використати зразки договорів, наведені на рисунках 23.1...23.5.

2. Порядок визначення якості продукції, підтвердження факту виконання зобов'язань, відповідальність кожної із сторін договору за невиконанням

нання умов договору та інші питання, характерні для даного виду підприємницького договору, визначити самостійно.

3. Для договорів купівлі-продажу та постачання товару, враховуючи місце виконання зобов'язань продавцем (постачальником), яке задано в завданні, визначити, яка із сторін договору повинна оплачувати вартість перевезень. Після цього розрахувати загальну вартість (ціну) договору.

4. Підприємницький договір оформити в двох примірниках, по одному для кожної із сторін договору.

23.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте означення поняття “підприємницька угода”. Наведіть види підприємницьких угод.

2. Дайте характеристику підприємницьких угод в залежності від сфери регулювання, за значенням, за способом укладання.

3. Зробіть порівняльну характеристику прямих угод та угод, які укладаються через посередників.

4. Охарактеризуйте основні форми укладання підприємницьких угод.

5. Дайте означення поняття “підприємницький договір”. Назвіть ви-моги, які пред'являються до написання договорів.

6. Хто може підписувати підприємницькі договори?

7. Дайте загальну характеристику основних частин (розділів) догово-ру.

8. Які відомості повинні бути зазначені в тій частині договору, яка носить назву “Предмет договору?”

9. Які існують способи фіксації ціни об'єкту договору? Зробіть їх по-рівняльну характеристику.

10. Назвіть основні форми розрахунків між сторонами договору.

11. Назвіть документи, на підставі яких визнається факт виконання сторонами договору взятих зобов'язань.

12. Назвіть загальновизнане місце виконання зобов'язань продавцем, який здійснює поставки товарів покупцеві.

13. Дайте загальну характеристику договору купівлі-продажу това-рів. Охарактеризуйте основні статті такого договору.

14. Дайте загальну характеристику договору поставки товару. Оха-рактеризуйте основні статті такого договору.

15. Дайте загальну характеристику товарообмінному договору. Оха-рактеризуйте основні статті такого договору.

16. Дайте загальну характеристику договору оренди майна. Охарак-теризуйте основні статті такого договору.

Тема: “Розробка договорів на виконання робіт та послуг”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички з розробки підприємницьких договорів на виконання різних робіт та надання послуг.

24.1 Теоретична частина

В практиці підприємницької діяльності значну частину договорів складають договори на виконання різних робіт та надання послуг. До таких договорів відносяться договори підряду, зі створення науково-технічної продукції, надання рекламних послуг, консультацій тощо.

В договорах підряду в ділові відносини вступають ЗАМОВНИК та ПІДРЯДНИК. Замовник визначає види робіт, які повинен виконати підрядник, порядок і умови їх виконання, приймає роботи і здійснює розрахунки з підрядником. Підрядник зобов’язується на свій ризик виконати визначені за завданням замовника роботи з використанням своїх або його матеріалів. Підрядником можуть бути юридичні особи та фізичні особи-підприємці.

Найчастіше предметом договору підряду є будівництво. В договорі підряду на виконання будівельно-монтажних робіт практикується включення таких основних пунктів: предмет договору; ціна договору; терміни виконання договору; розрахунки та платежі; проектна документація, яка повинна використовуватись при будівництві; місцезнаходження будівельного майданчика; матеріально-технічне постачання будівництва; субпідрядники; контроль за якістю робіт; порядок прийняття робіт; гарантійні терміни експлуатації об’єкта; матеріальна відповідальність сторін тощо. Типовий зразок договору підряду наведений на рис. 24.1.

Договір на створення науково-технічної продукції є різновидом договору підряду. Сторонами такого договору виступають ЗАМОВНИК та ВИКОНАВЕЦЬ. Замовник доручає, а виконавець бере на себе зобов’язання на створення науково-технічної продукції, проведення науково-дослідних робіт, розробку нової техніки, впровадження результатів науково-технічного прогресу в виробництво тощо. Типовий зразок такого договору наведений на рис. 24.2.

В договорах на надання різних послуг беруть участь ЗАМОВНИК та ВИКОНАВЕЦЬ. Кожна із сторін бере на себе відповідні зобов’язання з надання відповідних послуг та їх оплати. В залежності від виду послуги в цих договорах беруть участь РЕКЛАМОДАВЕЦЬ та РЕКЛАМІСТ, ЗАМОВНИК та АУДИТОР та інші.

Типові зразки таких договорів наведені на рисунках 24.3...24.5.

ДОГОВІР ПІДРЯДУ

м. _____ “___” _____ 200__ р.

_____ (повна назва організації, установи, підприємства, прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи), названий у подальшому ЗАМОВНИК, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з одного боку, та _____ (повна назва організації, установи, підприємства, прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи), названий у подальшому ПІДРЯДНИК, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з другого боку, уклали цей Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

ПІДРЯДНИК зобов'язується на свій ризик виконати за завданням ЗАМОВНИКА з використанням своїх матеріалів (або матеріалів ЗАМОВНИКА), а ЗАМОВНИК зобов'язується прийняти і оплатити таку роботу: _____.

2 ЦІНА ДОГОВОРУ

2.1 Ціна Договору: _____.

2.2 Ціна Договору включає: _____.

2.3 Вказана в п.2.1 ціна є попередньою. Кінцева ціна Договору визначається за проектно-кошторисною документацією, що представляється ПІДРЯДНИКОМ. Ціна Договору може бути змінена внаслідок інфляції за згодою обох сторін. Оплата витрат, пов'язаних з підвищенням ціни Договору, здійснюється ЗАМОВНИКОМ у порядку, передбаченому п.3 цього Договору.

3 УМОВИ ПЛАТЕЖУ

3.1 Оплата за цим Договором здійснюється _____.

3.2 Форма оплати _____.

3.3 Кінцевий розрахунок за Договором здійснюється ЗАМОВНИКОМ не пізніше 30 днів після повного завершення робіт, включаючи усунення виявлених під час приймання недоліків.

4 СТРОКИ ВИКОНАННЯ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ

4.1 ПІДРЯДНИК виконає роботи, передбачені п.1 цього Договору, в строки, встановлені календарним планом робіт (Додаток).

4.2 ЗАМОВНИК оплатить виконані ПІДРЯДНИКОМ роботи в такі строки: _____.

4.3 Строк дії Договору:

Початок _____.

Закінчення: _____.

5 ЗОБОВ'ЯЗАННЯ СТОРІН

5.1 ПІДРЯДНИК зобов'язаний:

5.1.1 Своїми силами і засобами виконати всі роботи в обсязі і в строки, передбачені календарним планом робіт, здати роботи ЗАМОВНИКУ в стані, що відповідає проектній документації.

5.1.2 Поставити на будівельний майданчик необхідні матеріали, конструкції, комплектуючі вироби відповідно до проекту і здійснити їх приймання, розвантаження, складування і зберігання в період будівництва.

5.1.3 Побудувати своїми силами і засобами всі тимчасові споруди, необхідні для складування матеріалів, виробів, конструкцій тощо.

5.1.4 Інформувати ЗАМОВНИКА про укладення Договорів субпідряду зі спеціалізованими організаціями, що залучаються для виконання робіт за цим Договором, і забезпечувати контроль за ходом робіт, що виконуються ними.

5.1.5 Забезпечувати на будівельному майданчику необхідні заходи з техніки безпеки, пожежної безпеки, охорони будівельного майданчика.

5.1.6 Здійснити страхування об'єктів будівництва.

5.1.7 В 10-денний строк після підписання акту про приймання закінчених будівництвом об'єктів вивезти з будівельного майданчика майно, що йому належить.

5.2 ЗАМОВНИК зобов'язаний:

5.2.1 Передати ПІДРЯДНИКУ будівельний майданчик в обсязі і в строки, встановлені календарним планом робіт.

5.2.2 Оплатити ПІДРЯДНИКУ роботу, передбачену п.1 Договору, в розмірах і в строки, встановлені Договором.

5.2.3 Прийняти об'єкт протягом двох тижнів з дати одержання письмового повідомлення ПІДРЯДНИКА.

6 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

6.1 За порушення сторонами строків виконання зобов'язань за Договором винна сторона виплачує іншій стороні неустойку в розмірі _____% від ціни Договору за кожний день прострочення.

6.2 У випадку невиконання або неналежного виконання однією зі сторін інших зобов'язань за цим Договором, винна сторона відшкодовує іншій стороні збитки, включаючи втрачену вигоду.

6.3 Якщо ПІДРЯДНИК після закінчення роботи за Договором залишить на будівельному майданчику свої матеріали, ЗАМОВНИК має право затримати оплату виконаних робіт ПІДРЯДНИКУ до дати звільнення ним будівельного майданчика.

6.4 Оплата неустойки не звільняє сторони від виконання зобов'язань або усунення недоліків.

7 ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ

7.1 Жодна зі сторін не несе відповідальності перед іншою стороною за затримку, недопоставку або невиконання зобов'язань, обумовлених обставинами, які не можна передбачити, включаючи війну, епідемії, блокаду, ембарго, землетрус, повені, пожежі та інші стихійні лиха.

7.2 Свідоцтво, видане відповідною торговельною палатою або іншим компетентним органом, є достатнім підтвердженням наявності і продовження дії непереборної сили.

7.3 Сторона, що не виконує свого зобов'язання, повинна надати повідомлення іншій стороні про перешкоди та їх вплив на виконання зобов'язань за Договором.

7.4 Якщо обставини непереборної сили діють послідовно протягом 3 місяців і не виявляють ознак закінчення, цей Договір може бути розірваний ЗАМОВНИКОМ і ПІДРЯДНИКОМ шляхом направлення повідомлення іншій стороні.

8 ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

8.1 Усі спори або розбіжності, що виникають між сторонами за цим Договором або в зв'язку з ним, вирішуються шляхом переговорів між сторонами.

8.2 У випадку неможливості вирішення розбіжностей шляхом переговорів, вони підлягають розгляданню в господарському суді у встановленому законодавством порядку.

9 ПОРЯДОК ЗМІНИ І ДОПОВНЕННЯ ДОГОВОРУ

9.1 Будь-які зміни і доповнення до цього Договору мають силу лише в тому випадку, якщо вони оформлені в письмовому вигляді і підписані обома сторонами.

9.2 Дострокове розірвання Договору може мати місце за згодою сторін або на підставах, передбачених чинним законодавством України, з відшкодуванням понесених збитків.

9.3 ЗАМОВНИК має право розірвати Договір у таких випадках:

- затримка ПІДРЯДНИКОМ виконання будівельних робіт з його вини, коли строк закінчення будівництва, встановлений в Договорі, збільшується більше ніж на один місяць (або інший строк);

- зниження якості робіт, передбачених проектом, в результаті порушення ПІДРЯДНИКОМ умов Договору.

9.4 ПІДРЯДНИК має право розірвати Договір в таких випадках:

- при зупинці ЗАМОВНИКОМ виконання будівельно-монтажних робіт з причини, що не залежить від ПІДРЯДНИКА, на строк, що перевищує один місяць;

- зменшення вартості будівництва більше ніж на _____% у зв'язку з внесенням ЗАМОВНИКОМ змін в проектну документацію;

- втрати ЗАМОВНИКОМ можливості подальшого фінансування будівництва.

9.5 При розірванні Договору за спільним рішенням ЗАМОВНИКА і ПІДРЯДНИКА незакінчене будівництво передається ЗАМОВНИКУ, який оплачує ПІДРЯДНИКУ вартість робіт, що виконані, в обсязі, визначеному ними спільно.

9.6 Сторона, що вирішила розірвати Договір, направляє письмове повідомлення іншій стороні.

10 ІНШІ УМОВИ

10.1 Строк гарантії нормальної роботи об'єкта, інженерних систем, обладнання, тощо встановлюється протягом 12 місяців із моменту підписання сторонами акту про приймання побудованого об'єкта, за винятком випадків навмисного пошкодження його зі сторони третіх осіб.

10.2 Строк гарантії на купівлю об'єкта встановлюється протягом 24 місяців.

10.3 Якщо в період гарантійної експлуатації будуть виявлені недоліки, які не дозволять продовжити нормальну експлуатацію об'єкта до їх усунення, гарантійний строк продовжується на період усунення недоліків. Усунення недоліків здійснюється ПІДРЯДНИКОМ за свій рахунок.

10.4 Наявність недоліків і строки їх усунення фіксуються двостороннім актом ПІДРЯДНИКА і ЗАМОВНИКА.

10.5 Якщо ПІДРЯДНИК протягом строку, вказаного в акті виявлених недоліків, не усуне недоліки у виконаних роботах, ЗАМОВНИК має право усунути недоліки силами іншого виконавця з оплатою витрат ПІДРЯДНИКОМ.

10.6 При відмові ПІДРЯДНИКА від складання або підписання акта виявлених недоліків для їх підтвердження ЗАМОВНИК призначає кваліфіковану експертизу, яка складає відповідний акт про наявність недоліків та їх характер, що не виключає права сторін звертатись до господарського суду з цього питання.

10.7 ПІДРЯДНИК не має права продати або передати проектну документацію на будівництво об'єкта або окремої його частини третій стороні без письмового дозволу ЗАМОВНИКА.

10.8 Шкода, завдана в результаті будівництва об'єкта третій особі з вини ПІДРЯДНИКА, компенсується ПІДРЯДНИКОМ, а з вини ЗАМОВНИКА – ЗАМОВНИКОМ. ПІДРЯДНИК у всіх випадках вживає негайних заходів з ліквідації завданої шкоди, навіть тоді, коли відповідні витрати несе ЗАМОВНИК.

10.9 Цей Договір складений у двох примірниках, що мають однакову юридичну силу, по одному примірнику для кожної із сторін.

10.10 _____

10.11 До Договору додається календарний план робіт (Додаток).

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ І ПІДПИСИ СТОРІН

ЗАМОВНИК

Підпис

М.П.

ПІДРЯДНИК

Підпис

М.П.

Рисунок 24.1 – Типовий зразок договору підряду на будівництво об'єкта

ДОГОВІР НА СТВОРЕННЯ (ПЕРЕДАЧУ) НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ
ПРОДУКЦІЇ

м. _____ “___” _____ 200__р.

_____ (назва установи, організації, підприємства), названий у подальшому ВИКОНАВЕЦЬ, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з одного боку, і _____ (назва установи, організації, підприємства), названий у подальшому ЗАМОВНИК, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з другого боку, уклали цей Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1 ЗАМОВНИК доручає, а ВИКОНАВЕЦЬ бере на себе створення _____ (назва науково-технічної продукції).

1.2 Наукові, технічні, економічні та інші вимоги до науково-технічної продукції, яка є предметом Договору: _____ (зміст вимог або назва, номер, дата документа, в якому вони викладені).

1.3 Строк здачі робіт за Договором _____ 200__р.

1.4 Зміст і строки виконання основних етапів визначаються календарним планом, що є невід'ємною частиною цього Договору (додаток 1).

1.5 Приймання і оцінювання науково-технічної продукції здійснюється відповідно до вимог технічного завдання або іншого документа на проведення роботи _____ (назва, номер, число, місяць і рік затвердження), що є невід'ємною частиною Договору.

1.6 Використання науково-технічної продукції здійснюється ЗАМОВНИКОМ на _____ (вказати організацію, підприємство) шляхом _____ (вказати яким чином, коли буде створена, коли буде використана науково-технічна продукція).

2 ВАРТІСТЬ РОБІТ І ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

2.1 За створену науково-технічну продукцію згідно з цим Договором ЗАМОВНИК перераховує ВИКОНАВЦЮ відповідно до протоколу про договірну ціну _____ грн.

2.2 Оплата здійснюється _____.

3 ПОРЯДОК ЗДАЧІ Й ПРИЙМАННЯ РОБІТ

3.1 Перелік наукової, технічної та іншої документації, що підлягає оформленню та передачі ВИКОНАВЦЕМ ЗАМОВНИКУ на окремих етапах виконання і після закінчення Договору, порядок проведення приймальних іспитів експериментальних зразків (партий) нової техніки, що виготовляються відповідно до Договору, визначається _____ (назва документів) _____ (номер) _____ від (число, місяць, рік), що є невід'ємною частиною Договору.

3.2 Передача оформленої в установленому порядку документації з окремих етапів Договору здійснюється з супроводжувальними документами ВИКОНАВЦЯ.

3.3 Після закінчення робіт ВИКОНАВЕЦЬ надає ЗАМОВНИКУ акт здачі-приймання науково-технічної продукції з доданням до нього комплексу наукової, технічної та іншої документації, передбаченої технічним завданням і умовами Договору; протоколу комісії з приймання дослідних зразків (партий) нової техніки, виготовлених за Договором; копії протоколу науково-технічної ради ВИКОНАВЦЯ з висновком про відповідність виконаної роботи технічному завданню (або іншому документу) на її проведення _____ (назва, число, місяць і строк затвердження).

3.4 ЗАМОВНИК зобов'язаний в строк до _____ затвердити і повідомити ВИКОНАВЦЯ про склад комісії з проведення приймальних іспитів зразків, виготовлених відповідно до плану робіт за Договором.

3.5 ВИКОНАВЕЦЬ зобов'язаний в строк до _____ повідомити ЗАМОВНИКА про готовність виготовлених зразків для проведення приймальних іспитів (розгляду результатів закінченої науково-технічної роботи).

3.6 ЗАМОВНИК протягом _____ днів з дня одержання акта здачі-приймання робіт і звітних документів, вказаних у п.3.3 цього Договору, зобов'язаний направити ВИКОНАВЦЮ підписаний акт здачі-приймання науково-технічної продукції або обгрунтовану відмову від приймання роботи.

3.7 У випадку обгрунтованої відмови ЗАМОВНИКА сторонами складається двосторонній акт з переліком необхідних доробок та строків їх виконання.

3.8 У випадку дострокового виконання робіт ЗАМОВНИК повинен достроково прийняти і оплатити роботи за договірною ціною.

3.9 При скороченні строків виконання робіт, покращенні техніко-економічних параметрів розробки, підвищенні експортних можливостей ЗАМОВНИКА від впровадження науково-технічної роботи тощо встановлюється доплата до договірної ціни у розмірі _____ грн.

3.10 Якщо у процесі виконання роботи з'ясується неминучість одержання негативного результату або недоцільність подальшого її проведення, ВИКОНАВЕЦЬ зобов'язаний припинити виконання роботи та повідомити про це ЗАМОВНИКА в _____ -денний строк після припинення роботи.

У цьому випадку Сторони зобов'язані в _____-денний строк розглянути питання про доцільність і напрями продовження робіт.

4 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

4.1 За невиконання або неналежне виконання зобов'язань за цим Договором ВИКОНАВЕЦЬ та ЗАМОВНИК несуть майнову відповідальність відповідно до чинного законодавства.

4.2 Додаткові, не встановлені законодавством санкції за невиконання або неналежне виконання зобов'язань: _____.

5 ІНШІ УМОВИ

5.1 Умови використання прав Сторін на науково-технічну продукцію, що створюється (передається): _____.

5.2 _____

6 СТРОКИ ДІЇ ДОГОВОРУ

Строк дії Договору:
Початок "_____" _____ 200__ р.
Закінчення "_____" _____ 200__ р.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ І РЕКВІЗИТИ СТОРІН

ВИКОНАВЕЦЬ:	ЗАМОВНИК:
Підпис	Підпис

До цього Договору додаються: _____.

Виконавець (підпис, прізвище, ініціали)	Замовник (підпис, прізвище, ініціали)
М.П.	М.П.

Рисунок 24.2 – Типовий зразок договору на створення науково-технічної продукції

**ДОГОВІР
НА НАДАННЯ АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ**

м. _____ “ _____ ” _____ 200__ р.

_____ (назва підприємства, яке надає аудиторські послуги), названий у подальшому АУДИТОР, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з одного боку, і _____ (назва підприємства, яке користується послугами АУДИТОРА), названий у подальшому ЗАМОВНИК, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з другого боку, уклали цей Договір про:

ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1 ЗАМОВНИК доручає, а АУДИТОР бере на себе зобов'язання з підготовки та оформлення висновків про правильність складання фінансових звітів ЗАМОВНИКОМ _____ (за квартал, півріччя, рік), а також _____ (перерахувати інші види послуг).

2 Строк представлення висновків по фінансових звітах: _____.

Строк надання інших видів послуг: _____.

3 Вартість послуг складає: _____ грн.

4 Розрахунки між сторонами здійснюються в такому порядку: _____.

5 ЗАМОВНИК зобов'язаний:

- надавати АУДИТОРУ дані з оперативного та бухгалтерського обліку, документи, плани, накази, а також іншу необхідну інформацію;
- виділяти робочі місця для працівників АУДИТОРА, шафу-сейф для зберігання документів;
- забезпечити, при необхідності, наявність на робочих місцях своїх матеріально відповідальних осіб, друкування підготовлених АУДИТОРОМ документів;
- оплачувати послуги, що надаються, відповідно до умов цього Договору.

6 АУДИТОР зобов'язаний:

- дотримуватись правил внутрішнього розпорядку підприємства ЗАМОВНИКА;
- застосовувати при наданні послуг законні та об'єктивні методи аналізу і контролю, підкріплювати висновки розрахунками;
- не розголошувати виявлені під час роботи або повідомлені йому дані, які є інформацією конфіденційного змісту або складають комерційну таємницю.

7 За невиконання або неналежне виконання своїх зобов'язань за цим Договором сторони несуть відповідальність, передбачену чинним законодавством.

8 Спори між сторонами вирішуються шляхом переговорів.

9 У випадку неможливості вирішення спорів шляхом переговорів, вони вирішуються в порядку, встановленому чинним законодавством.

10

Цей Договір складений у двох екземплярах, що мають однакову юридичну силу, один з яких знаходиться у АУДИТОРА, а інший – у ЗАМОВНИКА.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ І РЕКВІЗИТИ СТОРІН

АУДИТОР:	ЗАМОВНИК:
Підпис	Підпис
_____	_____
М.П.	М.П.

Рисунок 24.3 – Типовий зразок договору на надання аудиторських послуг

**ДОГОВІР
НА НАДАННЯ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ**

м. _____ “___” _____ 200__ р.

_____ (назва організації, установи, підприємства), названий у подальшому РЕКЛАМІСТ, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з одного боку, і _____ (назва організації, установи, підприємства), названий у подальшому РЕКЛАМОДАВЕЦЬ, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з другого боку, уклали цей Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

РЕКЛАМОДАВЕЦЬ доручає, а РЕКЛАМІСТ зобов'язується виконати таку роботу з реклами _____.
Опис об'єкта реклами: _____.
Опис реклами або послуг: _____.
Дата надання послуги (проведення рекламної акції): _____.
Обсяг: _____.
Умови: _____.

2 ОBOB'ЯЗКИ РЕКЛАМІСТА

РЕКЛАМІСТ бере на себе виконання таких робіт:

2.1 Подає на затвердження РЕКЛАМОДАВЦЮ в _____-денний строк з дня підписання Договору докладну програму робіт з реклами продукції або надання послуг із зазначенням часових інтервалів, звітних матеріалів, а також орієнтованої вартості робіт, що підлягають виконанню.

Програма після її затвердження є невід'ємною частиною цього Договору.

2.2 Власними силами та з власних матеріалів, на власній матеріальній базі виготовляє необхідні ескізи, тексти, оригінал-макети (слайди, відеокасети, магнітні записи, фільми).

2.3 Подає на затвердження РЕКЛАМОДАВЦЮ ескізи, оригінал-макети та інші матеріали, необхідні для проведення робіт. Запуск у виробництво або публікація не затверджених РЕКЛАМОДАВЦЕМ матеріалів не допускається.

2.4 Знайомить РЕКЛАМОДАВЦЯ за його вимогою з перебігом робіт із виготовлення реклами.

2.5 Розміщує рекламу: _____ (вказати яку і де).

3 ОBOB'ЯЗКИ РЕКЛАМОДАВЦЯ

РЕКЛАМОДАВЕЦЬ бере на себе такі зобов'язання:

3.1 Затверджує програму робіт з реклами.

3.2 Затверджує зразки рекламної продукції, яка підлягає тиражуванню.

3.3 Надає інформацію, необхідну для виготовлення реклами (технічні дані, опис продукції, послуг).

4 ПОРЯДОК ОПЛАТИ РОБОТИ РЕКЛАМІСТА

4.1* Роботу, виконану РЕКЛАМІСТОМ, РЕКЛАМОДАВЕЦЬ оплачує в сумі _____ грн. шляхом перерахування коштів на розрахунковий рахунок РЕКЛАМІСТА.

4.1** Розрахунки за виконану роботу здійснюються РЕКЛАМОДАВЦЕМ шляхом перерахування на розрахунковий рахунок РЕКЛАМІСТА 100% передоплати.

5 ТЕРМІН ДІЇ ДОГОВОРУ

5.1 Цей Договір дійсний від _____ до _____.

Узгоджуються такі проміжні етапи:

1) Розробка ескізів _____.

2) Затвердження ескізів _____.

3) Розробка оригінал-макета _____.

4) Тиражування _____.

5) Затвердження термінів та переліку засобів масової інформації для розміщення реклами _____,

6) Розміщення реклами _____,

у відповідності до п. 2.5.

5.2 Договір може бути розірваний за вимогою РЕКЛАМОДАВЦЯ достроково у випадках:

а) незадовільного змісту та невідповідності завданню художньої та естетичної якості реклами. Право оцінювання якості реклами належить РЕКЛАМОДАВЦЮ, який у випадку дострокового розірвання Договору за вказаною підставою не буде використовувати відхилену ним рекламу;

б) порушення термінів розміщення реклами у засобах масової інформації, затверджених РЕКЛАМОДАВЦЕМ, а також проміжних термінів, якщо таке порушення ставить під загрозу зриву кінцевий термін виконання Договору.

6 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

6.1 За невиконання чи неналежне виконання зобов'язань за цим Договором РЕКЛАМОДАВЕЦЬ і РЕКЛАМІСТ несуть відповідальність у відповідності до чинного законодавства.

6.2 У випадку дострокового розірвання РЕКЛАМОДАВЦЕМ Договору на підставах, названих у п. 5.2 цього Договору, витрати, понесені РЕКЛАМІСТОМ, відшкодуванню не підлягають.

6.3 РЕКЛАМІСТ не несе відповідальність за фактичну якість товару, що рекламується.

7 ДОДАТКОВІ УМОВИ

7.1

8 ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН

РЕКЛАМОДАВЕЦЬ: РЕКЛАМІСТ:

Підпис

Підпис

М.П.

М.П.

Рисунок 24.4 – Типовий зразок договору на надання рекламних послуг

**ДОГОВІР
НА КОНСУЛЬТАЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

м. _____ “___” _____ 200__ р.
_____ (назва організації, установи, підприємства), названий у подальшому **ВИКОНАВЕЦЬ**, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____ (статуту, довіреності), з одного боку, і _____ (назва організації, установи, підприємства), названий у подальшому **ЗАМОВНИК**, в особі _____ (прізвище, ім'я по батькові), що діє на підставі _____, з другого боку, уклади цей Договір про:

ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1 **ЗАМОВНИК** доручає, а **ВИКОНАВЕЦЬ** бере на себе проведення разового консультативного обслуговування персоналу **ЗАМОВНИКА** з фінансових та економічно-правових питань, пов'язаних з виробничою діяльністю **ЗАМОВНИКА**.

2. Час проведення робіт: _____ (конкретна дата або термін).

3. Вартість робіт за цим Договором складає _____ грн.

4. Форма оплати _____ (наприклад, передплата 20% від вартості робіт).

5. Передплата може здійснюватись на підставі рахунків або інформаційних повідомлень **ВИКОНАВЦЯ**.

6. Роботи за Договором вважаються виконаними після підписання **СТОРОНАМИ** актів приймання-здачі робіт.

7. Усі спори, що виникають між **ЗАМОВНИКОМ** та **ВИКОНАВЦЕМ**, вирішуються відповідно до чинного законодавства.

8. Додаткові умови: _____

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ І РЕКВІЗИТИ СТОРІН

ЗАМОВНИК:	ВИКОНАВЕЦЬ:
Підпис	Підпис
М.П.	М.П.

Рисунок 24.5 – Типовий зразок договору на консультативне обслуговування

24.3 Завдання для самостійного виконання

В таблиці 24.1 наведені дані щодо умов, за якими будуть укладатися підприємницькі угоди з виконання певних видів робіт чи надання послуг.

Студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 1 та 2, 11 та 12, 21 та 22, розробляють договір підяду;

- студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 3 та 4, 13 та 14, 23 та 24, розробляють договір на розробку науково-технічної продукції;

- студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 5 та 6, 16 та 17, 26 та 27, розробляють договір на надання аудиторських послуг;

- студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: під номерами 7 та 8, 11 та 18, 27 та 28, розробляють договір на надання рекламних послуг;

- студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: під номерами 9 та 10, 19 та 20, 29 та 30, розробляють договір на надання консультаційних послуг.

Таблиця 24.1 – Дані для розробки підприємницького договору

Варіант	Сторона договору	Вид роботи, яку потрібно виконати	Ціна, грн.	Фіксація ціни	Форма оплати	Форма розрахунків	Терміни виконання роботи
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Замовник	Будівництво корпусу цеху	2 млн. грн.	З наступною фіксацією	Передоплата 20%	Вимогою дорученням	15 місяців
2	Підрядник						
3	Замовник	Проведення наукових досліджень властивостей нового матеріалу	500 тис. грн.	Тверда	Передоплата 25%	Платіжними дорученнями	2 роки
4	Виконавець						
5	Замовник	Проведення аудиторської перевірки стану бухгалтерії на підприємстві	10 тис. грн.	Тверда	Передоплата 20%	Платіжними дорученнями	2 місяці
6	Аудитор						
7	Рекламодавець	Розробка реклами на новий вид мобільного телефону	30 тис. грн.	Рухома	По закінченню робіт	Вимогою дорученням	1 місяць
8	Рекламист						
9	Замовник	Надання консультаційних послуг (юридичні)	5 тис. грн.	Тверда	Передоплата 20%	Платіжними дорученнями	Протягом року
10	Виконавець						
11	Замовник	Будівництво автомобільної дороги 10 км	50 млн. грн.	Змінна	Передоплата 25%	Платіжними дорученнями	1,5 року
12	Підрядник						
13	Замовник	Конструювання нової моделі автомобіля	50 млн. грн.	Рухома	Передоплата 10%	Платіжними дорученнями	2,5 року
14	Виконавець						
15	Замовник	Аудиторська перевірка діяльності акціонерного товариства	50 тис. грн.	Тверда	Передоплата 20%	Платіжними дорученнями	2 місяці
16	Аудитор						
17	Рекламодавець	Розробка рекламного бренду на новий вид мийного засобу	20 тис. грн.	З наступною фіксацією	Передоплата 20%	Платіжними дорученнями	2,5 місяця
18	Рекламист						

Продовження таблиці 24.1

1	2	3	4	5	6	7	8
19	Замовник	Надання консультаційних послуг (з охорони праці)	15 тис. грн.	Тверда	Перед-оплата 20%	Платіжними дорученнями	Через 2 тижні після підписання
20	Виконавець						
21	Замовник	Будівництво житлового будинку	10 млн. грн.	Змінна	Перед-оплата 25%	Платіжними дорученнями	1,2 року
22	Підрядник						
23	Замовник	Впровадження на підприємстві нової технологічної лінії	900 тис. грн.	Рухома	Перед-оплата 10%	Платіжними дорученнями	0,3 року
24	Виконавець						
25	Замовник	Аудиторська перевірка діяльності комерційного банку	150 тис. грн.	Тверда	Перед-оплата 20%	Платіжними дорученнями	2 місяці
26	Аудитор						
27	Рекламодавець	Розробка реклами для нового харчового продукту (за вибором студента)	40 тис. грн.	З наступною фіксацією	Перед-оплата 20%	Платіжними дорученнями	3,5 місяця
28	Рекламист						
29	Замовник	Надання консультаційних послуг (з маркетингу)	30 тис. грн.	Тверда	Перед-оплата 20%	Платіжними дорученнями	Протягом 1 місяця
30	Виконавець						

Керуючись даними таблиці 24.1, потрібно:

1. Розробити підприємницький договір, який відповідає завданню. Підприємницький договір розробляють два студенти, які виступають протилежними сторонами договору так, як про це зазначено в завданні. Для прикладу можна використати зразки договорів, наведені на рисунках (24.1...24.5).

2. Порядок визначення якості виконаної роботи, підтвердження факту виконання зобов'язань та інші питання, характерні для даного виду підприємницького договору, розробити самостійно.

3. Підприємницький договір оформити в двох примірниках, по одному для кожної із сторін договору.

24.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте загальну характеристику договору підряду. Поясніть його суть, мету, обов'язки сторін та інші суттєві моменти договору.

2. Дайте загальну характеристику договору на створення науково-технічної продукції. Поясніть його суть, мету, обов'язки сторін та інші суттєві моменти договору.

3. Дайте загальну характеристику договорів, які передбачають надання певних послуг: аудиторських, рекламних, консультаційних тощо. Поясніть суть, мету, обов'язки сторін та інші суттєві моменти цих договорів.

Тема: “Розробка договорів на здійснення посередницьких операцій”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички з розробки підприємницьких договорів, які передбачають здійснення різних посередницьких операцій.

25.1 Теоретична частина

Значну частину підприємницьких договорів складають договори, які передбачають залучення посередників для здійснення тих чи інших робіт, послуг тощо. Найчастіше використовуються агентські договори, договори доручення, договори комісії та консигнаційні договори.

Агентську угоду укладають ПРИНЦИПАЛ та ПОВІРЕНИЙ (АГЕНТ). Принципалом виступає суб'єкт підприємництва, який доручає посереднику–агенту (або повіреному) виконувати операції зі збуту продукції, підписання відповідних угод тощо. Агент укладає договори з партнерами *від імені замовника (принципала) та за його рахунок.* Право власності на товар передається від замовника (принципала) до покупця в момент передачі йому товару агентом. Тобто власником товару до моменту передачі його покупцю залишається замовник (принципал). Для того, щоб агент (повірений) міг виконувати свої обов'язки, він повинен бути забезпечений необхідними печатками, квитанціями тощо. Оплата праці агента здійснюється принципалом або за твердими ставками, або в залежності від обсягу виконаної роботи, наприклад, від загальної вартості укладених угод тощо. Типовий зразок агентського договору наведений на рис. 25.1.

В договорі доручення беруть участь ДОВІРИТЕЛЬ та ПОВІРЕНИЙ (ДИЛЕР). Довірителем виступає суб'єкт підприємництва, який доручає посереднику–повіреному реалізацію продукції, цінних паперів тощо. При цьому довіритель поставляє посереднику товари (цінні папери) за певною ціною, а посередник самостійно укладає договори щодо реалізації цих товарів за іншою, більш високою ціною, отримуючи від цього прибуток. У таких випадках повірений в договорах доручення виступає дилером.

Повірений укладає договори з покупцями *від свого імені і за свій рахунок.* Право власності на продукцію переходить в момент передачі її від довірителя до повіреного. Як правило, при укладанні подібних договорів між довірителем і повіреним можуть обумовлюватися розміри націнок до ціни товарів, що потім підлягають реалізації, або розміри знижок з цін товарів, якщо товар підлягає реалізації за фіксованою ціною. Типовий зразок договору доручення наведений на рис. 25.2.

В договорі комісії беруть участь КОМІТЕНТ і КОМІСІОНЕР. Комітентом виступає суб'єкт підприємництва, який доручає посереднику – комісіонеру реалізацію власної продукції (цінних паперів тощо). При цьому комітент укладає з посередником (комісіонером) договір про те, що комісіонер одержує право на певні дії *від свого імені, але за рахунок комітента*. Наприклад, комісіонер може укласти договори на поставку продукції з наступним виконанням цього зобов'язання комітентом. Тобто договір з покупцем укладається від імені комісіонера, а всі витрати з виконання договору несе замовник (комітент), який є власником продукції до моменту передачі її покупцю.

Комісіонер збирає відомості про те, кому потрібна продукція замовника, укладає договори з потенційними покупцями, бере гроші (або аванс), а отримані відомості передає замовнику (комітенту). Останній виготовляє і відправляє продукцію за зазначеними адресами. Отримані гроші комісіонер зобов'язаний перерахувати комітенту.

Комісіонер не відповідає перед комітентом за виконання покупцем умов договору, який він уклав, за винятком, коли комісіонер бере на себе поручництво за виконання покупцем своїх зобов'язань.

Комісіонер відповідає перед комітентом за цілісність майна комітента до моменту передачі його покупцю. Майно комітента може перейти у власність комісіонера тільки в тому випадку, якщо між комітентом і комісіонером був укладений окремий договір про купівлю-продаж цього майна.

За надані послуги комісіонер одержує від замовника (комітента) комісійні, тобто визначений процент від вартості укладених угод. Якщо комісіонер уклав договір з покупцем на умовах більш вигідних, ніж було зазначено комітентом, то весь додатково отриманий прибуток повинен бути перерахований комітенту. Проте в договорі комісії може бути обмовлено, що в цьому випадку комісіонер має право на додаткову винагороду.

Якщо комісіонер укладе договір на меншу суму, ніж було домовлено з комітентом, то комісіонер зобов'язаний відшкодувати комітенту заподіяний збиток. В договорі може бути зроблене застереження, що у випадку, якщо комісіонер доведе неможливість продажу товару за раніше визначеною ціною, то він не буде відшкодувати понесені комітентом збитки. Зразок договору комісії наведений на рис. 25.3.

В договорі консигнації беруть участь КОНСИГНАНТ і КОНСИГНАТОР. Консигнантом виступає суб'єкт підприємництва, який доручає посереднику – консигнатору реалізацію виробленої продукції на відповідному ринку від імені консигнатора, але за рахунок консигнанта. Дана продукція завозиться на склад консигнатора, який знаходиться за межами країни консигнанта. Товари є власністю консигнанта до моменту передачі їх консигнатором покупцю. Цей вид договору відноситься до зовнішньоекономічних договорів. Зразок такого договору наведений на рис. 25.4.

АГЕНТСЬКИЙ ДОГОВІР

на продаж продукції

м. _____ “ _____ ” _____ 200__ р.

_____ (назва організації, установи, підприємства), названий у подальшому ПРИНЦИПАЛ, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з одного боку, і _____ (назва організації, установи, підприємства), названий у подальшому ПОВІРЕНИЙ, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з другого боку, разом названі у подальшому СТОРОНИ, уклали цей Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1 ПРИНЦИПАЛ доручає, а ПОВІРЕНИЙ бере на себе зобов'язання укласти від імені та за рахунок ПРИНЦИПАЛА договір купівлі-продажу продукції з третьою особою, надалі ПОКУПЦЕМ.

1.2 Доручення вважається виконаним після укладення ПОВІРЕНИМ договору з ПОКУПЦЕМ.

1.3 Конкретні умови здійснення договору, кількість продукції, мінімальна ціна продажу, а також інші вказівки ПРИНЦИПАЛА наводяться у Додатку № 1 до Даного Договору. Додаток № 1 є невід'ємною частиною Даного Договору.

1.4 ПОКУПЕЦЬ повинен знаходитися на території (договірна територія): _____.

2 ОBOB'ЯЗКИ ПОВІРЕНОГО

ПОВІРЕНИЙ зобов'язаний:

- виконати дане йому доручення у відповідності до вимог ПРИНЦИПАЛА;
- в термін _____ повідомляти ПРИНЦИПАЛУ про хід виконання доручення;
- в термін _____ оповістити ПРИНЦИПАЛА про укладення договору з ПОКУПЦЕМ та передати йому примірник підписаного з ПОКУПЦЕМ договору;
- у випадку неможливості виконати доручення за Даним Договором ПОВІРЕНИЙ зобов'язаний в термін _____ повідомити про це ПРИНЦИПАЛУ для прийняття останнім рішення в термін _____ про зміну або припинення договору.

3 ОBOB'ЯЗКИ ПРИНЦИПАЛА

ПРИНЦИПАЛ зобов'язаний:

- в термін _____ після підписання Даного Договору забезпечити ПОВІРЕНОГО всіма необхідними матеріалами, сертифікатами на продукцію та іншими документами, необхідними для виконання доручення, в тому числі гарантіями наявності товару;
- в термін _____ після підписання Даного Договору видати ПОВІРЕНОМУ довіреність на право здійснення угоди з ПОКУПЦЕМ із зазначенням обсягу повноважень;
- в термін _____ прийняти від ПОВІРЕНОГО звіт про виконання доручення, надані ним документи, а також все отримане за даним Договором;
- виплатити ПОВІРЕНОМУ винагороду та відшкодувати його витрати, пов'язані з виконанням доручення.

4 ПЕРЕДОРУЧЕННЯ

4.1 ПОВІРЕНИЙ зобов'язаний виконати дане йому доручення особисто.

4.2 Передоручення може мати місце за Даним Договором лише за письмовою згодою ПРИНЦИПАЛА.

4.3 При передорученні ПОВІРЕНИЙ відповідає лише за вибір особи, а не за успіх переговорів і виконання доручення.

5 ПРАВА ПОВІРЕНОГО

5.1 ПОВІРЕНИЙ має право відступити від вказівок ПРИНЦИПАЛА лише з письмового дозволу останнього.

5.2 ПОВІРЕНИЙ має право відступити від вказівок ДОВІРИТЕЛЯ, якщо за обставин справи це необхідно в інтересах ПРИНЦИПАЛА і ПОВІРЕНИЙ не міг попере-

дньо запитати про це ПРИНЦИПАЛА або в термін _____ не отримав відповіді на свій запит.

6 ВІНАГОРОДА ПОВІРЕНОГО

6.1 За виконання доручення ПОВІРЕНИЙ отримує від ПРИНЦИПАЛА винагороду в розмірі _____ від суми укладеного з ПОКУПЦЕМ договору.

У випадку часткового виконання доручення винагорода виплачується пропорційно виконаному.

Право на винагороду ПОВІРЕНИЙ отримує після укладення договору з ПОКУПЦЕМ. (Можливий варіант, коли право на винагороду у ПОВІРЕНОГО виникає після отримання ПРИНЦИПАЛОМ коштів від ПОКУПЦЯ).

7 ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

ПРИНЦИПАЛ платіжним дорученням перераховує ПОВІРЕНОМУ винагороду в термін _____ після виникнення у останнього права на винагороду.

8 ЗВІТ ПОВІРЕНОГО

8.1 ПОВІРЕНИЙ в термін _____ після виконання доручення зобов'язаний подати ПРИНЦИПАЛУ письмовий звіт з додатком підтверджувальних документів як фінансового, так і іншого характеру.

Подання звіту не залежить від вимоги ПРИНЦИПАЛА на надання йому інформації про хід виконання доручення.

8.2 ПРИНЦИПАЛ зобов'язаний негайно прийняти звіт ПОВІРЕНОГО та затвердити його в термін _____. За наявності заперечень за звітом ПРИНЦИПАЛ повинен повідомити про них ПОВІРЕНОГО. В іншому разі звіт вважається затвердженим після закінчення вищевказаного терміну.

8.3 У випадку невиконання доручення ПОВІРЕНИЙ подає ПРИНЦИПАЛУ звіт в термін _____.

9 ВІДШКОДУВАННЯ ВИТРАТ ПОВІРЕНОГО

9.1 Виконання доручення ПОВІРЕНИМ здійснюється за рахунок ПРИНЦИПАЛА незалежно від успіху дії ПОВІРЕНОГО та від розміру виконаного доручення.

9.2 Відшкодування витрат здійснюється ПРИНЦИПАЛОМ в термін _____ після затвердження звіту ПОВІРЕНОГО в безготівковому порядку платіжним дорученням (або іншим способом).

9.3 Підлягають відшкодуванню такі витрати ПОВІРЕНОГО: _____.

Інші витрати ПОВІРЕНОГО відшкодовуються ним із винагороди або здійснюються за його рахунок.

9.4 В усіх випадках відшкодовуються витрати ПОВІРЕНОГО, здійснені ним з відома та згоди ПРИНЦИПАЛА, а також допущені без вини першого за не передбачуваних обставин.

10 ТЕРМІН ВИКОНАННЯ ДОРУЧЕННЯ

10.1 ПОВІРЕНИЙ зобов'язаний виконати доручення ПРИНЦИПАЛА в термін _____ з моменту підписання Даного Договору.

10.2 Термін виконання доручення є терміном дії Даного Договору.

11 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

11.1 Сторони за Даним Договором несуть таку відповідальність:

ПРИНЦИПАЛ _____.

ПОВІРЕНИЙ _____.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН

ПРИНЦИПАЛ

ПОВІРЕНИЙ

Підпис

Підпис

М.П.

М.П.

Рисунок 25.1 – Типовий зразок агентського договору

ДОГОВІР ДОРУЧЕННЯ

м. _____ “___” _____ 200__ р.

_____ (назва організації, установи, підприємства), названий у подальшому ДОВІРИТЕЛЬ, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з одного боку, і _____ (назва організації, установи, підприємства), названий у подальшому ПОВІРЕНИЙ, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з другого боку, разом названі у подальшому СТОРОНИ, уклали цей Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1 ПОВІРЕНИЙ зобов'язується здійснювати за дорученням ДОВІРИТЕЛЯ такі дії від свого імені та за свій рахунок:

- укладення угод на поставку продукції ДОВІРИТЕЛЯ;
- проведення маркетингових досліджень;
- реалізація продукції ДОВІРИТЕЛЯ за ціною _____ грн. за одиницю;

1.2 ПОВІРЕНИЙ одержує право здійснювати вищевказані дії на території _____ (далі – назва території).

2 ЗОБОВ'ЯЗАННЯ ПОВІРЕНОГО

2.1 Відповідно до предмету цього Договору ПОВІРЕНИЙ зобов'язаний:

- сприяти руху продукції ДОВІРИТЕЛЯ з використанням рекламних та ознайомчих матеріалів, поставлених ДОВІРИТЕЛЕМ;
- вивчати попит на зазначеній території з метою виявлення потенційних замовників на продукцію ДОВІРИТЕЛЯ;
- проводити аналіз наявності у потенційних замовників необхідних дозволів на реалізацію їх проектів та платоспроможності цих замовників;
- розповсюджувати рекламні матеріали, пов'язані з продукцією ДОВІРИТЕЛЯ;
- інформувати ДОВІРИТЕЛЯ про необхідність проведення переговорів;
- сприяти організації зустрічей і комерційних переговорів між представниками ДОВІРИТЕЛЯ і потенційними покупцями;

2.2 ПОВІРЕНИЙ відповідно до умов цього Договору самостійно укладає з третіми особами договори від свого імені та за свій рахунок.

2.3 ПОВІРЕНИЙ користується незалежністю стосовно власної діяльності.

2.4 ПОВІРЕНИЙ зобов'язаний дотримуватись директив ДОВІРИТЕЛЯ стосовно цін, умов поставок та платежів.

2.5 ПОВІРЕНИЙ зобов'язується надавати ДОВІРИТЕЛЮ звіти про хід виконання Договору та укладені договори в такі строки: _____.

До звіту ПОВІРЕНОГО можуть додаватися докази витрат, здійснення яких погоджено з ДОВІРИТЕЛЕМ і які можуть бути відшкодовані за рахунок ДОВІРИТЕЛЯ.

2.8 ПОВІРЕНИЙ зобов'язаний не укладати з іншими ДОВІРИТЕЛЯМИ аналогічних договорів, які можуть діяти на території, яка повністю або частково збігається з територією, що вказана в цьому Договорі.

3 ЗОБОВ'ЯЗАННЯ ДОВІРИТЕЛЯ

3.1 Відповідно до предмету цього Договору ДОВІРИТЕЛЬ зобов'язаний:

- забезпечувати ПОВІРЕНОГО необхідними рекламними та ознайомлювальними матеріалами, пов'язаними з продукцією;
- забезпечувати ПОВІРЕНОГО інформацією про орієнтовні ціни на продукцію ДОВІРИТЕЛЯ;

- проводити технічні й комерційні переговори з проектів, що виникають внаслідок дій ПОВІРЕНОГО або за його участю.

3.2 ДОВІРИТЕЛЬ зобов'язаний своєчасно оплатити ПОВІРЕНОМУ винагороду, що належить йому відповідно до цього Договору.

3.3 ДОВІРИТЕЛЬ зобов'язується не укладати аналогічних договорів з третіми особами.

4 РОЗМІР ВИНАГОРОДИ І ПОРЯДОК ПЛАТЕЖІВ

4.1 За виконання робіт цього Договору ДОВІРИТЕЛЬ зобов'язаний уплатити ПОВІРЕНОМУ винагороду в розмірі _____% від вартості продукції, що була реалізована ПОВІРЕНИМ.

(Примітка. Наявність цього пункту та пунктів 4.2...4.4 не обов'язкова).

4.2 ДОВІРИТЕЛЬ зобов'язаний виплатити ПОВІРЕНОМУ належну йому винагороду протягом _____ - денного строку після прийняття такого рішення.

4.3 Оплата винагороди здійснюється шляхом перерахування відповідних коштів на рахунок ПОВІРЕНОГО.

4.4 Сторони можуть домовитись про придбання ДОВІРИТЕЛЕМ для ПОВІРЕНОГО в рахунок винагороди, що належить йому за цим Договором, необхідного обладнання, машин, приладів та іншої продукції. Конкретний перелік продукції СТОРОНИ обумовлюють додатково.

4.5 Цей Договір не передбачає виконання ПОВІРЕНИМ таких послуг:

- з сервісу, що здійснюється після продажу;
- з введення продукції в експлуатацію;
- з технічного обслуговування і навчання персоналу тощо.

5 ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

5.1 Цей Договір вступає в силу після підписання його ДОВІРИТЕЛЕМ і ПОВІРЕНИМ і діє протягом _____ з дня його підписання. Строк його дії автоматично продовжується на _____ за умови, що жодна зі сторін не повідомить іншу про відмову від продовження Договору за два місяці до дати закінчення його дії.

5.2 Цей Договір може бути розірваний в _____ - денний строк після надсилання однією із СТОРІН письмового повідомлення (у випадку невиконання іншою СТОРОНОЮ своїх зобов'язань або з інших причин) іншій СТОРОНИ.

5.3 Всі додатки до цього Договору є його невід'ємними частинами.

5.4 Договір буде вважатись закінченим після виконання взаємних зобов'язань і здійснення усіх розрахунків між ДОВІРИТЕЛЕМ та ПОВІРЕНИМ.

5.5 У випадку неможливості врегулювання можливих суперечок за цим Договором шляхом переговорів такі спори підлягають розгляду в господарському суді.

5.6 Додаткові умови _____.

5.7 Цей Договір складений в двох примірниках, по одному для кожної сторони.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН

ДОВІРИТЕЛЬ

Підпис

М.П.

ПОВІРЕНИЙ

Підпис

М.П.

Рисунок 25.2 – Типовий зразок договору доручення

ДОГОВІР КОМІСІЇ

м. _____ “ ___ ” _____ 200__ р.

_____ (назва організації, установи, підприємства), названий у подальшому КОМІТЕНТ, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з одного боку, і _____ (назва організації, установи, підприємства), названий у подальшому КОМІСІОНЕР, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з другого боку, разом названі у подальшому СТОРОНИ, уклали цей Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1 Згідно з цим Договором КОМІСІОНЕР зобов'язується за дорученням КОМІТЕНТА здійснити від свого імені та за рахунок КОМІТЕНТА одну або декілька операцій з продажу _____ (назва виробів) за ціною, не нижче узгодженої СТОРОНАМИ в Додатку до цього Договору, і в строки, визначені КОМІСІОНЕРОМ і КОМІТЕНТОМ при укладанні даного договору.

1.2 КОМІСІОНЕР зобов'язується виконати роботи з продажу виробів у формі підписання відповідного договору з ПОКУПЦЕМ.

1.3 За виконання послуг з продажу виробів КОМІТЕНТ зобов'язується оплатити КОМІСІОНЕРУ комісійну винагороду в розмірі _____% від суми, узгодженої СТОРОНАМИ в Додатку до Договору.

1.4 У випадку, якщо КОМІСІОНЕР забезпечить продаж виробів на більш вигідних для КОМІТЕНТА умовах, ніж узгоджено СТОРОНАМИ, КОМІТЕНТ сплачує _____% від отриманого прибутку КОМІСІОНЕРУ як додаткову винагороду.

1.5 При укладенні відповідних договорів з покупцями КОМІСІОНЕР зобов'язаний діяти в інтересах КОМІТЕНТА.

1.6 Проект договору з покупцем, попередньо узгоджений між КОМІСІОНЕРОМ і ПОКУПЦЕМ, підлягає візуванню КОМІТЕНТОМ при його згоді з умовами проекту договору.

1.7 Уповноваженим представником КОМІТЕНТА, якому надається право візування договору, що укладається в інтересах КОМІТЕНТА, є _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові).

1.8 Прийняте доручення КОМІСІОНЕР зобов'язаний виконати на умовах, найбільш вигідних для КОМІТЕНТА.

2 ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ КОМІСІОНЕРА

2.1 КОМІСІОНЕР зобов'язаний:

а) вивчати ринок з метою пошуку покупців, які бажають придбати вироби на умовах, визначених у цьому Договорі;

б) повідомляти КОМІТЕНТУ за його вимогою всі відомості про хід виконання цього Договору;

в) при необхідності залучати представників КОМІТЕНТА до участі в переговорах з покупцем;

г) укладати від свого імені договори з покупцями на придбання ними виробів КОМІТЕНТА;

д) у випадку порушення покупцем умов договору, що укладений між покупцем і КОМІСІОНЕРОМ, негайно повідомити про це КОМІТЕНТА, а також зібрати необхідні докази такого порушення;

е) не пізніше _____ днів з моменту одержання від покупця відповідних грошових коштів як плати за вироби перерахувати КОМІТЕНТУ належну йому частину цих коштів (за винятком коштів, що належать КОМІСІОНЕРУ);

є) якщо при прийманні КОМІСІОНЕРОМ виробів, переданих йому КОМІТЕНТОМ відповідно до Договору, в цих виробах виявляться ушкодження або недоліки, які не могли бути виявлені при зовнішньому огляді, а також у випадку заподіяння будь-яким збитків майну КОМІТЕНТА, що знаходиться у КОМІСІОНЕРА, вжити заходів для охорони прав КОМІТЕНТА, зібрати необхідні докази і сповістити про це КОМІТЕНТА;

ж) після виконання доручення представити КОМІТЕНТУ звіт і передати йому всі одержані за виконаним дорученням документи.

2.2 КОМІСІОНЕР має право відповідно до Договору відрахувати собі належну йому винагороду із грошових коштів, що надійшли від ПОКУПЦЯ.

3 ОBOB'ЯЗКИ КОМІТЕНТА

3.1 КОМІТЕНТ зобов'язаний:

а) не пізніше _____ днів з моменту укладення цього Договору поставити Комісіонеру вироби на умовах СІР _____.

Примітка. Умови СІР передбачають, що КОМІТЕНТ оплачує перевезення і страхування вантажів від місця їх виготовлення до місця знаходження КОМІСІОНЕРА;

б) забезпечити КОМІСІОНЕРА технічними та іншими матеріалами, необхідними для укладення договорів з ПОКУПЦЯМИ;

в) завізувати договір, що підписується КОМІСІОНЕРОМ і ПОКУПЦЕМ.

3.2 У випадку необхідності забезпечити присутність своїх уповноважених представників на переговорах між КОМІСІОНЕРОМ і ПОКУПЦЕМ.

3.3 Відшкодувати КОМІСІОНЕРУ витрати, які були необхідні для виконання доручення КОМІТЕНТА.

4 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

4.1 За невиконання або неналежне виконання своїх зобов'язань за цим Договором СТОРОНИ несуть відповідальність відповідно до чинного законодавства.

5 ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

5.1 Договір вступає в силу з моменту підписання.

5.2 Договір буде вважатися закінченим після виконання взаємних зобов'язань і здійснення всіх розрахунків між СТОРОНАМИ.

5.3 Додатки до цього Договору є його невід'ємними частинами.

5.4 За взаємною згодою СТОРОНИ можуть внести в цей Договір необхідні доповнення або зміни, які будуть мати силу при умові підписання їх уповноваженими представниками СТОРІН.

5.5 У випадку виникнення суперечок з питань, передбачених цим Договором або зв'язку з ним, СТОРОНИ вживатимуть заходів до їх вирішення шляхом переговорів.

5.6 У випадку неможливості вирішення вказаних суперечок шляхом переговорів, вони будуть вирішуватись відповідно до чинного законодавства.

5.7 В усьому, що не передбачено цим Договором, застосовуються положення чинного законодавства.

5.8 Цей Договір складений в _____ примірниках.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН

КОМІТЕНТ

КОМІСІОНЕР

Підпис

Підпис

М.П.

М.П.

Рисунок 25.3 – Типовий зразок договору комісії

ДОГОВІР
консигнації на продаж продукції

м. _____ “___” _____ 200__ р.

_____ (назва організації, установи, підприємства), названий у подальшому КОНСИГНАНТ, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з одного боку, і _____ (назва організації, установи, підприємства), названий у подальшому КОНСИГНАТОР, в особі _____ (посада, прізвище, ім'я, по батькові), що діє на підставі _____, з другого боку, разом названі у подальшому СТОРОНИ, уклали цей Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1.1 КОНСИГНАНТ постачає товари на склад КОНСИГНАТОРА для їх реалізації останнім на своєму ринку від свого імені.

1.2 Кількість, номенклатура, якість, ціна, періодичність поставок та інші характеристики товарів, що постачаються на консигнацію, визначаються в Додатку до Даного Договору, який є його невід'ємною частиною.

2 ДОГОВІРНА ТЕРИТОРІЯ

2.1 КОНСИГНАТОР має право здійснювати реалізацію консигнаційних товарів на території: _____ (зазначається регіон).

2.2 КОНСИГНАТОР не має права продавати товари поза межами договірної території без згоди КОНСИГНАНТА.

2.3 КОНСИГНАТОР зобов'язаний до договорів купівлі-продажу з третіми особами включати умови про те, що останні також не мають права продавати консигнаційні товари поза межами договірної території без згоди КОНСИГНАНТА.

3 ОBOB'ЯЗКИ КОНСИГНАТОРА

3.1 КОНСИГНАТОР зобов'язується:

- виконувати вказівки КОНСИГНАНТА, передбачені Даним Договором;
- вживати всіх необхідних заходів та дій для безперебійної поставки товарів КОНСИГНАНТА в пункти реалізації товарів на договірній території;
- здійснювати безперебійне приймання продукції КОНСИГНАНТА на своїх складах;
- підготувати складські приміщення для приймання та відповідного зберігання товарів;
- забезпечити повне збереження товарів на складі під час перебування їх на консигнації;
- провести рекламну кампанію товарів у засобах масової інформації, що виходять на договірній території;
- надавати КОНСИГНАНТУ повну інформацію про перебіг реалізації товарів та про їх запас на складі.

4 ОBOB'ЯЗКИ КОНСИГНАНТА

4.1 КОНСИГНАНТ зобов'язується регулярно поставляти на склад КОНСИГНАТОРА продукцію в асортименті та в терміни, зазначені в Додатку до Даного Договору.

5 ТЕРМІН КОНСИГНАЦІЇ

5.1 Термін консигнації складає _____.

5.2 Термін починається з моменту поставки товарів на склад КОНСИГНАТОРА та закінчується в момент передачі його ПОКУПЦЮ.

(Термін консигнації – час, протягом якого поставлений на консигнацію товар повинен бути проданий ПОКУПЦЮ).

6 ТЕРМІН ДІЇ ДАНОГО ДОГОВОРУ

6.1 Даний Договір укладено на строк від “___” _____ 200__ р. до “___” _____ 200__ р.

6.2 Після закінчення вищевказаного терміну умови договору продовжують діяти відносно всіх партій товару, які до цього моменту знаходяться на консигнації і розрахунок за якими не завершено.

7 ПРАВО ВЛАСНОСТІ НА КОНСИГНАЦІЙНІ ТОВАРИ

7.1 Товари, передані КОНСИГНАТОРУ, є власністю КОНСИГНАНТА до моменту їх передачі ПОКУПЦЮ.

7.2 Ризик випадкової загибелі та випадкового пошкодження товару лежить на КОНСИГНАТОРІ з моменту отримання ним товарів на консигнацію.

8 ЦІНИ НА КОНСИГНАЦІЙНІ ТОВАРИ

8.1 КОНСИГНАТОР має право самостійно визначати ціни на товари, передані йому на консигнацію, виходячи з ринкової кон'юнктури в межах мінімальних та максимальних цін, визначених КОНСИГНАНТОМ у Додатку до Даного Договору.

9 ВИНАГОРОДА КОНСИГНАТОРА

9.1 Винагорода КОНСИГНАТОРУ виплачується в розмірі _____ (%) від суми договорів з продажу товарів КОНСИГНАНТА.

9.2 Право на винагороду КОНСИГНАТОР отримує з моменту отримання грошей від ПОКУПЦЯ.

10 ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

10.1 КОНСИГНАТОР отримує винагороду шляхом утримання належних йому сум із коштів, отриманих після продажу товару, поставленого на консигнацію.

10.2 КОНСИГНАТОР зобов'язаний перерахувати грошові кошти КОНСИГНАНТУ в термін _____ після отримання грошей від ПОКУПЦЯ.

11 ЗВІТ КОНСИГНАТОРА

11.1 КОНСИГНАТОР зобов'язаний щомісячно до _____ числа подавати письмово КОНСИГНАНТУ звіт про укладені договори та понесені при цьому витрати.

11.2 КОНСИГНАНТ зобов'язаний розглянути звіт в термін _____ та подати КОНСИГНАТОРУ свої заперечення. У випадку відсутності заперечень з боку КОНСИГНАНТА протягом вищевказаного терміну звіт вважається прийнятим.

12 ВІДШКОДУВАННЯ ВИТРАТ

12.1 КОНСИГНАНТ відшкодовує КОНСИГНАТОРУ такі витрати, пов'язані з виконанням зобов'язань за Даним Договором: _____.

12.2 Інші витрати КОНСИГНАТОРА відшкодовуються останнім із отриманої винагороди. В усіх випадках відшкодовуються витрати КОНСИГНАТОРА, здійснені ним з відома та згоди КОНСИГНАНТА. Відшкодування витрат здійснюється КОНСИГНАНТОМ після закінчення терміну подання заперечень за звітом.

13 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

СТОРОНИ за Даним Договором несуть відповідальність:

КОНСИГНАНТ: _____.

КОНСИГНАТОР: _____.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН

КОНСИГНАНТ

КОНСИГНАТОР

Підпис

Підпис

М.П.

М.П.

Рисунок 25.4 – Типовий зразок договору консигнації

25.2 Завдання для самостійного виконання

В таблиці 25.1 наведені дані щодо умов, за якими повинні бути укладені підприємницькі угоди, які передбачають здійснення посередницьких операцій.

- Студенти, які виконують варіанти (записані в журналі) під номерами: 1 та 2, 9 та 10, 17 та 18, 25 та 26, розробляють агентський договір;
- студенти, які виконують варіанти (записані в журналі) під номерами: 3 та 4, 11 та 12, 19 та 20, 27 та 28, розробляють договір доручення;
- студенти, які виконують варіанти (записані в журналі) під номерами: 5 та 6, 13 та 14, 21 та 22, 29 та 30, розробляють договір комісії;
- студенти, які виконують варіанти (записані в журналі) під номерами: 7 та 8, 15 та 16, 23 та 24, розробляють договір консигнації.

Таблиця 25.1 – Дані для розробки підприємницького договору

Варіант	Сторона договору	Товари, які потрібно реалізувати	Ціна за одиницю, грн.	Кількість, шт.	Термін дії договору
1	2	3	4	5	6
1	Принципал	Верстати	30 000	100	12 місяців
2	Повірений	Інструменти Штампи	65 120	10 000 3100	
3	Довіритель	Взуття "А"	120	1000	6 місяців
4	Повірений	Взуття "Б" Взуття "В"	100 200	10000 5000	
5	Комітент	Папір	20	1000	4 місяці
6	Комісіонер	Ручки Олівці	1,50 0,80	20000 30000	
7	Консигнант	Тканина "А"	100 за кв.м	2000	Протягом 1 року
8	Консигнатор	Тканина "Б" Тканина "В" Тканина "Г"	120 за кв.м 50 за кв.м 70 за кв.м	3000 4000 5000	
9	Принципал	Кахель "А"	100 за кв.м	1000	Протягом 8 місяців
10	Повірений	Кахель "Б" Кахель "В"	200 за кв.м 300 за кв.м	2000 10000	
11	Довіритель	Комп'ютери	3000	2000	Протягом 1 року
12	Повірений	Блоки живлення Монітори	1000 600	2000 1000	
13	Комітент	Костюми	500	3000	Протягом 1 року
14	Комісіонер	Брюки Сорочки	100 50	5000 20000	
15	Консигнант	Жіночі прикраси "А"	30	10000	Протягом 1 року
16	Консигнатор	Жіночі прикраси "Б" Жіночі прикраси "В"	40 50	12000 13000	
17	Принципал	Фарба "А"	20 (1 банка)	10000	Протягом 9 місяців
18	Повірений	Фарба "Б" Фарба "В"	25 (1 банка) 30 (1 банка)	20000 30000	
19	Довіритель	Електропраски	300	300	Протягом 8 місяців
20	Повірений	Електролампи Вентилятори	5 150	30000 100	

Продовження таблиці 25.1

1	2	3	4	5	6
21	Комітент	Вироби з металу	300	1500	Протягом 4 місяців
		Вироби з дерева	250	1600	
22	Комісіонер	Вироби з тканини	100	1700	
23	Консигнант	Дитячі іграшки "А"	20	1000	Протягом 6 місяців
		Дитячі іграшки "Б"	30	2000	
24	Консигнатор	Дитячі іграшки "В"	40	3000	
25	Принципал	Цегла "А"	200 (за тис.)	100	Протягом 3 місяців
		Цегла "Б"	210 (за тис.)	200	
26	Повірений	Цегла "В"	190 (за тис.)	500	
27	Довіритель	Газові плити	2000	1000	Протягом 7 місяців
		Холодильники	3000	2000	
28	Повірений	Телевізори	1500	1500	
29	Комітент	Шкарпетки	100	1900	Протягом 3 місяців
		Рушники	40	3800	
30	Комісіонер	Простирадла	70	2000	

Керуючись даними таблиці 25.1, потрібно:

1. Розробити підприємницький договір, який відповідає завданню. Підприємницький договір розробляють два студенти, які виступають протилежними сторонами договору так, як про це зазначено в завданні. Для прикладу можна використати зразки договорів, наведені на рисунках (25.1...25.4).

2. Зобов'язання сторін та інші питання, характерні для даного виду підприємницького договору, визначити самостійно.

3. Підприємницький договір оформити в двох примірниках, по одному для кожної із сторін договору.

25.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте загальну характеристику агентського договору. Поясніть суть, мету, обов'язки сторін та інші суттєві моменти цього договору.

2. Дайте загальну характеристику договору доручення. Поясніть суть, мету, обов'язки сторін та інші суттєві моменти цього договору.

3. Дайте загальну характеристику договору комісії. Поясніть суть, мету, обов'язки сторін та інші суттєві моменти цього договору.

4. Дайте загальну характеристику договору консигнації. Поясніть суть, мету, обов'язки сторін та інші суттєві моменти цього договору.

5. Зробіть порівняльний аналіз агентського договору, договорів доручення та комісії відносно того, від імені кого та за чий рахунок укладаються ці підприємницькі угоди.

Тема: “Забезпечення виконання сторонами угод договірних зобов’язань”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички із застосування матеріальних та нематеріальних заходів, які б забезпечували виконання сторонами підприємницьких угод взятих зобов’язань.

26.1 Теоретична частина

При укладанні договорів між суб’єктами підприємництва досить часто виникає ситуація, коли кожна із сторін вимагає від протилежної сторони певних гарантій виконання взятих майнових або грошових зобов’язань. В практиці підприємництва найчастіше застосовуються такі види забезпечення виконання сторонами своїх зобов’язань: завдаток, поручництво, гарантія, застава.

Завдаток – це певна сума грошей, яку одна сторона договору – *ЗАВДАТКОДАВЕЦЬ* (зазвичай, це – покупець) перераховує іншій стороні договору – *ЗАВДАТКОУТРИМУВАЧУ* (постачальнику, виробнику) з метою засвідчити той факт, що завдаткодавець зацікавлений у виконанні взятих зобов’язань за договором і обов’язково перерахує завдаткоутримувачу обумовлену договором суму грошей за виготовлену та поставлену продукцію.

Особливості завдатку:

- повинен бути оформлений відповідним договором між завдаткодавцем і завдаткоутримувачем (рис. 26.1);
- у випадку безпідставної відмови завдаткодавця від виконання своїх обов’язків він втрачає право на повернення завдатку;
- у випадку безпідставної відмови завдаткоутримувача від виконання взятих зобов’язань за договором останній повинен повернути завдаткодавцю подвійну суму завдатку.

Поручництво (порука) – це договір між однією із сторін основного договору – *КРЕДИТОРОМ* і третьою особою – *ПОРУЧИТЕЛЕМ* про те, що поручитель або несе разом із *протилежною стороною* основного договору солідарну (повну чи часткову) відповідальність за виконання взятих цією стороною зобов’язань перед першою стороною основного договору, або несе додаткову (за власний кошт) відповідальність за виконання взятих цією стороною зобов’язань. Поручитель не заміняє протилежну сторону основного договору, а разом із нею стає *солідарним боржником* перед першою стороною основного договору – кредитором.

За поручництво одна із сторін договору, тобто та сторона, за яку робиться поручництво, зобов’язана сплатити поручителю певну суму грошей

(за додатковою угодою між ними). У випадку, коли поручитель виконав за боржника його зобов'язання, до нього переходять усі права кредитора.

Взаємовідносини кредитора і поручителя повинні бути оформлені договором поручництва (рис. 26.2).

ДОГОВІР ПРО ЗАВДАТОК	
м. _____	“ ___ ” _____ 200__ р.
ЗАВДАТКОДАВЕЦЬ _____	
в особі _____ ,	
що діє на підставі Статуту, з одного боку, і	
ЗАВДАТКОУТРИМУВАЧ _____	
в особі _____ ,	
що діє на підставі Статуту, з другого боку, з метою забезпечення виконання договору	
№ _____ від “ ___ ” _____ 200__ р. _____ (назва договору)	
уклали даний Договір про:	
ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ	
1 Сторони дійшли згоди у тому, що для забезпечення якісного та належного виконання зобов'язань за договором № _____ від “ ___ ” _____ 200__ р. _____ (назва договору) передбачена ним передоплата у розмірі _____ (грн. або %) має статус <i>завдатку</i> .	
2 У випадку безпідставної відмови ЗАВДАТКОДАВЦЯ від виконання своїх зобов'язань за договором № _____ від “ ___ ” _____ 200__ р. останній втрачає право вимагати повернення передоплати у повному обсязі.	
3 У випадку безпідставної відмови ЗАВДАТКОУТРИМУВАЧА від виконання своїх зобов'язань за договором № _____ від “ ___ ” _____ 200__ р. останній повинен повернути ЗАВДАТКОДАВЦЮ подвійну суму передоплати.	
4 ЗАВДАТКОУТРИМУВАЧ повинен повернути подвійну суму передоплати протягом _____ днів з моменту відмови від договору чи з моменту закінчення терміну договору, якщо завдаткоутримувач не розпочне його виконання.	
5 При простроченні за п. 4 Даної Угоди ЗАВДАТКОУТРИМУВАЧ сплачує пеню в розмірі _____ % (грн.) за кожен день прострочення.	
6 Дана Угода є невід'ємною частиною договору № _____ від “ ___ ” _____ 200__ р.	
ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН	
ЗАВДАТКОДАВЕЦЬ	ЗАВДАТКОУТРИМУВАЧ
Підпис	Підпис
М.П.	М.П.

Рисунок 26.1 – Форма договору про завдаток

**ДОГОВІР
ПОРУЧНИЦТВА**

м. _____ “ ___ ” _____ 200__ р.

ПОРУЧИТЕЛЬ _____

в особі _____, що діє на підставі _____, з одного боку, і

КРЕДИТОР _____

в особі _____, що діє на підставі _____, з другого боку,

уклали даний договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

1 У відповідності до даного договору ПОРУЧИТЕЛЬ зобов’язується солідарно (чи одноосібно) відповідати перед КРЕДИТОРОМ за виконання зобов’язань за договором, що був укладений між КРЕДИТОРОМ та БОРЖНИКОМ _____ (назва БОРЖНИКА) № _____ від “ ___ ” _____ 200__ р. _____ (назва договору).

2 ЗОБОВ’ЯЗАННЯ, ЗАБЕЗПЕЧЕНЕ ПОРУКОЮ

2.1 Підстава зобов’язання, забезпеченого порукою за даним Договором: договір № _____ від “ ___ ” _____ 200__ р. _____.

2.2 Предметом договору є: _____.

2.3 Термін виконання зобов’язання, забезпеченого даним Договором _____.

3 РОЗМІР ПОРУКИ

3.1 ПОРУЧИТЕЛЬ відповідає перед КРЕДИТОРОМ за виконання БОРЖНИКОМ усіх своїх зобов’язань за договором, вказаним у п.1 даного Договору, в сумі, що дорівнює _____ (грн.), а також за відшкодування КРЕДИТОРУ збитків та сплату неустойки (пені).

4 ПРАВА ТА ОБОВ’ЯЗКИ ПОРУЧИТЕЛЯ

4.1 ПОРУЧИТЕЛЬ зобов’язується виконати за БОРЖНИКА зобов’язання останнього перед КРЕДИТОРОМ на умовах, в порядку та терміни, встановлені угодою, вказаною у п. 1 даного Договору.

5 ПРАВА ТА ОБОВ’ЯЗКИ КРЕДИТОРА

5.1 У випадку виконання ПОРУЧИТЕЛЕМ за БОРЖНИКА зобов’язань перед КРЕДИТОРОМ останній зобов’язується передати ПОРУЧИТЕЛЮ всі документи, що засвідчують вимоги до БОРЖНИКА, та передати права, що забезпечують цю вимогу, у _____ - денний термін з дня виконання зобов’язання.

5.2 У випадку невиконання БОРЖНИКОМ своїх зобов’язань перед КРЕДИТОРОМ за договором № _____ від “ ___ ” _____ 200__ р. КРЕДИТОР має право пред’явити вимоги до ПОРУЧИТЕЛЯ в повному обсязі боргових зобов’язань БОРЖНИКА.

5.3 КРЕДИТОР не має права змінювати умови договору, вказаного у п. 1 Даного Договору без згоди на те ПОРУЧИТЕЛЯ. В іншому разі ПОРУЧИТЕЛЬ не відповідає перед КРЕДИТОРОМ за виконання БОРЖНИКОМ своїх зобов’язань з моменту внесення змін.

6 ТЕРМІН ДІЇ ДОГОВОРУ

Термін дії даного Договору збігається з терміном дії договору, вказаного в п. 1 даного Договору.

7 ІНШІ УМОВИ

7.1 У випадках, не передбачених даним Договором, СТОРОНИ керуються чинним цивільним законодавством.

7.2 Даний Договір складено у двох примірниках, по одному для кожної із сторін.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН

ПОРУЧИТЕЛЬ

КРЕДИТОР

Підпис

Підпис

М.П.

М.П.

Рисунок 26.2 – Форма договору поручництва

Гарантія – це договір між однією із сторін основного договору – *ОДЕРЖУВАЧЕМ ГАРАНТІЇ* і третьою особою – *ГАРАНТОМ* про те, що гарант бере на себе обов'язок за свій рахунок гарантувати одержувачу цієї гарантії виконання його зобов'язань за основним договором.

За гарантію одна із сторін, тобто одержувач гарантії, зобов'язана сплатити гаранту обумовлену в договорі суму грошей. Взаємовідносини гаранта й одержувача гарантії повинні бути оформлені договором гарантії (рис. 26.3).

ДОГОВІР ГАРАНТІЇ	
м. _____	“ ____ ” _____ 200 ____ р.
ГАРАНТ _____	в особі _____,
що діє на підставі _____, з одного боку, і	
ОДЕРЖУВАЧ ГАРАНТІЇ _____, що діє на підставі _____, з другого боку,	
уклали даний Договір про:	
1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ	
1. У відповідності до даного Договору ГАРАНТ надає ОДЕРЖУВАЧУ ГАРАНТІЇ субсидіарну (тобто, за власні кошти) гарантію виконання ОДЕРЖУВАЧЕМ ГАРАНТІЇ взятого зобов'язання перед КРЕДИТОРОМ:	
1.1 Зобов'язання випливає з договору, укладеного між ОДЕРЖУВАЧЕМ ГАРАНТІЇ та _____ (назва іншої сторони угоди - КРЕДИТОРА)	
1.2 Адреса та банківські реквізити КРЕДИТОРА _____.	
1.3 Сутність зобов'язання ОДЕРЖУВАЧА ГАРАНТІЇ _____.	
1.4 Термін виконання зобов'язання _____.	
1.5 Відповідальність ОДЕРЖУВАЧА ГАРАНТІЇ за неналежне виконання свого зобов'язання перед КРЕДИТОРОМ _____.	
1.6 Місце виконання _____.	
1.7 Припинення зобов'язання _____.	
1.8 Інші суттєві умови договору _____.	
2 РОЗМІР ГАРАНТІЇ	
2.1 Розмір гарантії, що надається ОДЕРЖУВАЧУ ГАРАНТІЇ, складає _____ (грн.).	
3 ЦІНА ДОГОВОРУ	
3.1 За надання гарантії ОДЕРЖУВАЧ ГАРАНТІЇ сплачує ГАРАНТУ винагороду в сумі _____ (грн.).	
4 ПОРЯДОК ВИПЛАТИ ВИНАГОРОДИ	
4.1 Термін сплати винагороди складає _____ з моменту _____.	
4.2 Порядок сплати _____ (поштовий, телеграфний).	
4.3 Вид розрахунків _____ (готівковий, безготівковий).	
4.4 Форма розрахунків _____ (платіжне доручення, чек, акредитив).	
5 ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ ГАРАНТА	
5.1 ГАРАНТ має право вимагати від ОДЕРЖУВАЧА ГАРАНТІЇ інформацію та документи щодо виконання договору, за якими видається дана гарантія.	
5.2 ГАРАНТ зобов'язується відшкодувати КРЕДИТОРУ відповідно до даного Договору його збитки (неустойку) при невиконанні ОДЕРЖУВАЧЕМ ГАРАНТІЇ зобов'язання з причин відсутності в останнього власних коштів.	
6 ОБОВ'ЯЗКИ ОДЕРЖУВАЧА ГАРАНТІЇ	
6.1 ОДЕРЖУВАЧ ГАРАНТІЇ зобов'язаний своєчасно сплатити ГАРАНТУ винагороду в порядку, визначеному в п. 4.	

6.2 Після виконання зобов'язання, що забезпечується згідно з даним Договором, ОДЕРЖУВАЧ ГАРАНТІЇ протягом _____ днів письмово повідомляє про це ГАРАНТА.

6.3 У випадку неможливості виконання зобов'язання з причин відсутності власних коштів, ОДЕРЖУВАЧ ГАРАНТІЇ протягом _____ днів повідомляє про це ГАРАНТА та передає останньому всю необхідну інформацію і документи щодо виконання договору, за яким видана дана гарантія.

6.4 ОДЕРЖУВАЧ ГАРАНТІЇ зобов'язаний за вимогою ГАРАНТА надавати останньому всю необхідну інформацію та документи щодо виконання договору, за яким видається дана гарантія.

6.5 ОДЕРЖУВАЧ ГАРАНТІЇ не має права змінювати умови договору, передбачені у п.1 Даного Договору, без згоди на це ГАРАНТА. У іншому разі ГАРАНТ не відповідає перед КРЕДИТОРОМ за виконання ОДЕРЖУВАЧЕМ ГАРАНТІЇ своїх зобов'язань в частині умов договору, що були змінені, з моменту внесення цих змін.

6.6 У випадку виконання ГАРАНТОМ за ОДЕРЖУВАЧА ГАРАНТІЇ зобов'язань перед КРЕДИТОРОМ сума, сплачена ГАРАНТОМ, підлягає поверненню з боку ОДЕРЖУВАЧА ГАРАНТІЇ з урахуванням відшкодування збитків, що їх зазнав при цьому ГАРАНТ.

7 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ОДЕРЖУВАЧА ГАРАНТІЇ

7.1 При невиконанні зобов'язання, передбаченого п. 6.1. даного Договору, ОДЕРЖУВАЧ ГАРАНТІЇ сплачує ГАРАНТУ штраф у розмірі _____ (грн., %), що не звільняє його від обов'язку виконати зобов'язання.

7.2 При невиконанні зобов'язань, передбачених пп. 6.3-6.4 даного Договору, ОДЕРЖУВАЧ ГАРАНТІЇ сплачує ГАРАНТУ штраф у розмірі _____ (грн., %), що не звільняє його від обов'язку виконати зобов'язання.

8 ТЕРМІН ЧИННОСТІ ДОГОВОРУ

Даний Договір набирає чинності з _____ та припиняє дію з _____.

9. ІНШІ УМОВИ

9.1 У випадках, не передбачених даним Договором, СТОРОНИ керуються чинним законодавством.

9.2 Даний Договір складено у двох примірниках, по одному для кожної із СТОРІН.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН	
ГАРАНТ	ОДЕРЖУВАЧ ГАРАНТІЇ
Підпис	Підпис
М.П.	М.П.

Рисунок 26.3 – Форма договору гарантії

Застава – це надання однією стороною договору іншій стороні права у випадку невиконання своїх зобов'язань задовольнити свої претензії з вартості закладеного майна.

Предметом застави можуть бути товари, цінні папери, нерухомість, векселі, майнові права і т.п. Якщо предмет застави передається на зберігання заставоутримувачу, то така застава називається *закладом*. За рахунок закладеного майна заставоутримувач має право задовольнити свої вимоги в повному обсязі, включаючи сплату процентів, відшкодування збитків, сплату неустойку і т.п. Всі ці вимоги заставоутримувача задовольняються за рішенням господарського суду.

Відношення застави між заставником та заставоутримувачем обов'язково повинні бути оформлені договором про заставу, який складається на основі чинного законодавства (рис. 26.4 та 26.5).

ДОГОВІР ПРО ЗАСТАВУ МАЙНА

(з залишенням майна у заставника)

м. _____ “_____” _____ 200__ р.

ЗАСТАВНИК _____ в особі _____,

що діє на підставі Статуту, з одного боку, і

ЗАСТАВОУТРИМУВАЧ _____ в особі _____,

що діє на підставі Статуту, з другого боку, уклали даний Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

У відповідності до даного Договору ЗАСТАВОУТРИМУВАЧ має право у випадку невиконання ЗАСТАВНИКОМ своїх зобов'язань за договором №__ від “_____” _____ 200__ р. _____ (назва договору, (який далі іменується “основний договір”) отримати задоволення своїх вимог за рахунок майна, заставленого на нижчезказаних умовах.

2 ЗОБОВ'ЯЗАННЯ, ЗАБЕЗПЕЧЕНЕ ЗАСТАВОЮ

2.1 Заставником за основним договором виступає _____.

2.2 Заставоутримувачем за основним договором виступає _____.

2.3 Предметом основного договору є _____.

2.4 Термін виконання зобов'язання, забезпеченого даним Договором _____.

3 РОЗМІР ЗАБЕЗПЕЧЕНОЇ ЗАСТАВОЮ ВИМОГИ

3.1 Розмір забезпеченої заставою вимоги складає _____.

4 ПРЕДМЕТ ЗАСТАВИ (склад заставленого майна):

4.1 Предметом застави є таке майно:

4.1.1 Найменування _____.

4.1.2 Кількість _____.

4.1.3 Якість _____.

4.2 Узгоджена за даним Договором вартість заставленого майна складає _____ (грн.).

4.3 Вищевказане майно належить ЗАСТАВНИКУ на правах _____.

4.4 Заставлене майно залишається у володінні ЗАСТАВНИКА за місцезнаходженням у _____.

5 ПРАВА ЗАСТАВНИКА З РОЗПОРЯДЖЕННЯ ЗАСТАВЛЕНИМ МАЙНОМ

5.1 ЗАСТАВНИК має такі права з розпорядження заставленим майном: _____.

5.2 Наступна застава заставленого майна _____ (допускається, не допускається, допускається за згодою ЗАСТАВОУТРИМУВАЧА).

5.3 ЗАСТАВНИК зобов'язаний (не зобов'язаний) застрахувати заставлене майно на певних умовах: _____.

5.4. ЗАСТАВНИК зобов'язаний у повному обсязі відшкодувати ЗАСТАВОУТРИМУВАЧУ збитки, спричинені втратою, нестачею або пошкодженням заставленого майна.

6 ІНШІ УМОВИ

6.1 У випадках, не передбачених даним Договором, сторони керуються чинним законодавством.

6.2 Даний Договір складено у двох примірниках, по одному для кожної із СТОРІН.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН

ЗАСТАВНИК

ЗАСТАВОУТРИМУВАЧ

Підпис

Підпис

М.П.

М.П.

Рисунок 26.4 – Форма договору про заставу майна з залишенням майна у заставника

ДОГОВІР ПРО ЗАСТАВУ МАЙНА
(з передачею майна заставоутримувачу)

м. _____ “___” _____ 200__ р.

ЗАСТАВНИК _____ в особі _____,
що діє на підставі Статуту, з одного боку, і
ЗАСТАВОУТРИМУВАЧ _____ в особі _____,
що діє на підставі Статуту, з іншого боку, уклали Даний Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

У відповідності до даного Договору **ЗАСТАВОУТРИМУВАЧ** має право у випадку невиконання **ЗАСТАВНИКОМ** своїх зобов'язань за договором № __ від “___” _____ 200__ р. _____ (назва договору, який далі іменується “основний договір”) отримати задоволення своїх вимог за рахунок майна, заставленого на нижчевказаних умовах.

2 ЗОБОВ'ЯЗАННЯ, ЗАБЕЗПЕЧЕНЕ ЗАСТАВОЮ

- 2.1 Заставником за основним договором виступає _____,
2.2 Заставоутримувачем за основним договором виступає _____.
2.3 Предметом основного договору є _____.
2.4 Термін виконання зобов'язання, забезпеченого Даним Договором _____.

3 РОЗМІР ЗАБЕЗПЕЧЕНОЇ ЗАСТАВОЮ ВИМОГИ

- 3.1 Розмір забезпеченої заставою вимоги складає: _____ (грн.).

4 ПРЕДМЕТ ЗАСТАВИ (склад заставленого майна)

- 4.1 Предметом застави є таке майно:
4.1.1 Найменування _____.
4.1.2 Кількість _____.
4.1.3 Якість _____.
4.2 Узгоджена за Даним Договором вартість заставленого майна складає _____ (грн.).
4.3 Вищевказане майно належить **ЗАСТАВНИКУ** на правах _____.
4.4 Заставлене майно передається у володіння **ЗАСТАВОУТРИМУВАЧУ** у такому порядку: Термін передачі _____ . Місце передачі _____.

5 ПРАВА ЗАСТАВНИКА З РОЗПОРЯДЖЕННЯ ЗАСТАВЛЕНИМ МАЙНОМ

- 5.1 **ЗАСТАВНИК** має такі права з розпорядження заставленим майном: _____.
5.2 Наступна застава заставленого майна _____ (допускається, не допускається, допускається за згодою **ЗАСТАВОУТРИМУВАЧА**).

6 ОBOB'ЯЗКИ ЗАСТАВОУТРИМУВАЧА

- 6.1 **ЗАСТАВНИК** зобов'язаний (не зобов'язаний) застрахувати заставлене майно на таких умовах: _____
(вартість, за чий рахунок, в чий інтересах, наприклад, заставника).
6.2 Вжити всіх необхідних заходів щодо збереження предмета застави.
6.3 негайно повідомити **ЗАСТАВНИКА** про виникнення небезпеки втрати чи пошкодження предмету застави.
6.4 В строк _____ повернути предмет застави після виконання **ЗАСТАВНИКОМ** або третьою стороною зобов'язання, забезпеченого заставою.
6.5 **ЗАСТАВОУТРИМУВАЧ** зобов'язаний у повному обсязі відшкодувати **ЗАСТАВНИКУ** збитки, спричинені втратою, нестачею або пошкодженням заставленого майна у випадку повного виконання **ЗАСТАВНИКОМ** своїх зобов'язань.

7 ІНШІ УМОВИ

7.1 У випадках, не передбачених даним Договором, сторони керуються чинним законодавством.

7.2 Даний Договір складено у двох примірниках, по одному для кожної СТОРОНИ.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН

ЗАСТАВНИК **ЗАСТАВОУТРИМУВАЧ**

Підпис

Підпис

М.П.

М.П.

Рисунок 26.5 – Форма договору про заставу майна з передачею майна заставоутримувачу

26.1 Завдання для самостійного виконання

В таблиці 26.1 наведені дані щодо застосування певних матеріальних та нематеріальних заходів, які б забезпечували виконання сторонами підприємницьких договорів взятих зобов'язань.

Студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 1 та 2, 11 та 12, 21 та 22, розробляють договір про завдаток;

- студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 3 та 4, 13 та 14, 23 та 24, розробляють договір поручництва;

- студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 5 та 6, 16 та 17, 26 та 27, розробляють договір гарантії;

- студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 7 та 8, 11 та 18, 27 та 28, розробляють договір про заставу майна з залишенням майна у заставника;

- студенти, які виконують варіанти (або записані в журналі) під номерами: 9 та 10, 19 та 20, 29 та 30, розробляють договір про заставу майна з передачею майна заставоутримувачу.

Таблиця 26.1 – Початкові дані для розробки договорів

Варіант	Основний договір	Сторона, якою виступає студент	Вартість основного договору, грн.	Вартість майна, величина завдатку (в % від вартості основного договору), що потребує гарантії
1	2	3	4	5
1	Договір купівлі-продажу товарів	Завдаткоутримувач	100000 грн.	20%
2		Завдаткодавець		
3	Кредитний договір	Кредитор –	1 млн. грн.	100%
4		Поручитель (за позичальника)		
5	Кредитний договір	Гарант –	10 млн. грн.	100%
6		Позичальник (одержувач гарантії)		
7	Договір поставки товару	Заставник (виробник) –	100 тис. грн.	30%
8		Заставоутримувач (покупець)		
9	Товарообмінний договір	Заставник (сторона-1) –	Приблизно 1 млн. грн.	20%
10		Заставоутримувач (сторона-2)		
11	Договір купівлі-продажу товарів	Завдаткоутримувач –	1000000 грн.	30%
12		Завдаткодавець		
13	Кредитний договір	Кредитор –	2 млн. грн.	80%
14		Поручитель (за позичальника)		
15	Кредитний договір	Гарант –	7 млн. грн.	60%
16		Позичальник (одержувач гарантії)		
17	Договір поставки товару	Заставник (виробник) –	400 тис. грн.	25%
18		Заставоутримувач (покупець)		
19	Товарообмінний договір	Заставник (сторона-1) –	Приблизно 2 млн. грн.	15%
20		Заставоутримувач (сторона-2)		

Продовження таблиці 26.1

1	2	3	4	5
21	Договір купівлі-продажу товарів	Завдаткоутримувач – Завдаткодавець	1000000 грн.	25%
22				
23	Кредитний договір	Кредитор – Поручитель (за позичальника)	5 млн. грн.	50%
24				
25	Кредитний договір	Гарант – Позичальник (одержувач гарантії)	4 млн. грн.	70%
26				
27	Договір поставки товару	Заставник (виробник) – Заставник (покупець)	900 тис. грн.	10%
28				
29	Товарообмінний договір	Заставник (сторона-1) – Заставоутримувач (сторона-2)	Приблизно 10млн. грн.	10%
30				

Керуючись даними таблиці 26.1, потрібно:

1. Виходячи із завдання, розробити договір, який би забезпечував виконання однією із сторін основного договору взятих зобов'язань. Даний договір розробляють два студенти, які виступають зацікавленими сторонами такого договору так, як про це зазначено в завданні. Для прикладу можна використати типові форми (зразки) договорів, наведені на рисунках (26.1...26.5).

2. Обов'язки кожної із сторін даного договору та інші питання, характерні як для основного договору, так і для договору, який забезпечує виконання основного договору, визначити самостійно.

3. Договір, який би забезпечував виконання основного договору, оформити в двох примірниках, по одному для кожної із сторін даного договору.

26.3 Питання для самоконтролю

1. Які заходи (або засоби) забезпечення виконання договірних зобов'язань сторонами підприємницьких угод ви знаєте?

2. Дайте характеристику договору про завдаток. Поясніть його суть, мету, обов'язки сторін та інші суттєві моменти договору.

3. Дайте характеристику договору поручництва. Поясніть його суть, мету, обов'язки сторін та інші суттєві моменти договору.

4. Дайте характеристику договору гарантії. Поясніть його суть, мету, обов'язки сторін та інші суттєві моменти договору.

5. Дайте характеристику договору про заставу майна із залишенням його у заставника. Поясніть його суть, мету та інші суттєві моменти договору.

6. Дайте характеристику договору про заставу майна з передачею його заставоутримувачу. Поясніть його суть, мету, обов'язки сторін та інші суттєві моменти договору.

7. Назвіть відмінності договорів поручництва та гарантії.

Тема: “Розрахунок величини матеріальної відповідальності суб’єктів підприємництва”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички розрахунку величини матеріальної відповідальності суб’єктів підприємництва та забезпечення захисту прав підприємців у випадку невиконання партнером договірних зобов’язань.

27.1 Теоретична частина

Одним із способів забезпечення виконання сторонами договірних зобов’язань є накладення на кожну зі сторін договору матеріальної відповідальності за невиконання взятих зобов’язань. Величина цієї матеріальної відповідальності залежить від величини *збитків*, яких може зазнати одна із сторін договору у випадку невиконання протилежною стороною взятих зобов’язань.

Збитки – це непередбачені додаткові витрати, яких може зазнати одна із сторін договору; або *збитки* – це незаплановані втрати чи ушкодження майна, продукції тощо, що належить одній із сторін договору; або *збитки* – це недоотримання прибутків, які б ця сторона одержала при виконанні зобов’язань протилежною стороною договору.

Щоб зменшити ймовірність отримання збитків, до укладення договору сторони повинні визначити види можливих збитків, яких сторони можуть зазнати при невиконанні умов договору; оцінити їх величину, погодити вид неустойки, яка буде застосовуватись в договірних відносинах з метою забезпечення відшкодування можливих збитків.

Оцінювання величини можливих збитків залежить від багатьох обставин. Наприклад, при недопоставках комплектуючих однією стороною, що може призвести до не виготовлення кінцевої продукції другою стороною і застосування до цієї сторони штрафних санкцій з боку замовника кінцевої продукції, *величина збитків* Z_6 для другої сторони може бути розрахована за формулою:

$$Z_6 = [(D - \Pi_{\text{п}}) + B_{\text{ш}}] \cdot N = [(B_0 + \Pi) + B_{\text{ш}}] \cdot N, \quad (27.1)$$

де D – дохід, який отримало б підприємство у випадку виробництва і реалізації одного виробу (з урахуванням ПДВ), грн.;

$\Pi_{\text{п}}$ – податок на прибуток у розрахунку на один виріб, грн.;

B_0 – витрати підприємства від операційної діяльності в розрахунку на один виріб, що виготовляється на підприємстві, грн.;

Π – величина чистого податку у розрахунку на один виріб, який отримало б підприємство у випадку виготовлення і реалізації продукції замовнику, грн.;

$B_{ш}$ – величина штрафу за недопоставку одного виробу, що накладається на підприємство стороною, яка є замовником цих виробів, грн.;

N – кількість виробів, які були недопоставлені, шт.;

Розглянемо приклад розрахунку величини можливих збитків від недоотримання однією стороною договору продукції, яку повинна поставляти інша сторона договору.

Приклад. Припустимо, що через можливу недопоставку металопрокату підприємством “Х” завод “У” може не виготовити 200 виробів “А” та 80 виробів “Б”, які мають бути поставлені підприємству “З”. За недопоставку кожного виробу “А” завод “У” має сплатити штраф у розмірі 2,8 грн., а за недопоставку кожного виробу “Б” – 1,2 грн.

Витрати заводу “У” від операційної діяльності в розрахунку на один виріб “А” складають 15 грн., а на один виріб “Б” – 20 грн. Прогнозований чистий прибуток заводу “У” від реалізації одного виробу “А” складає 3 грн., а одного виробу “Б” – 4 грн.

Потрібно розрахувати величину можливих збитків від недопоставки металопрокату, які може отримати завод “У”.

Розв’язування задачі.

Можлива величина збитків від не виготовлення заводом “У” виробів “А” складе:

$$З_A = [(15 + 3) + 2,8] \cdot 200 = 4160 \text{ грн.}$$

Можлива величина збитків від не виготовлення заводом “У” виробів “Б” складе:

$$З_B = [(20 + 4) + 1,2] \cdot 80 = 2016 \text{ грн.}$$

Величина загальних збитків для заводу “У” складе:

$$З_6 = 4160 + 2016 = 6176 \text{ грн.}$$

Розрахунок величини збитків можна зробити також за методикою, яка наведена в таблиці 27.1:

Таблиця 27.1 – Розрахунок величини можливих збитків

Виріб	Втрати на обсязі випуску виробів, шт.	Витрати від операційної діяльності в розрахунку на один виріб, грн.	Загальні втрати на витратах від операційної діяльності, грн.	Втрати чистого прибутку в розрахунку на один виріб, грн.	Збитки від сплати штрафів в розрахунку на один виріб, грн.	Загальні збитки від втрати чистого прибутку та сплати штрафів, грн.	Загальні збитки, грн.
“А”	200	15	3000	3	2,8	1160	4160
“Б”	80	20	1600	4	1,2	416	2016
Всього			4600	-	-	1576	6176

Сторони підприємницьких угод повинні усвідомлювати, то вимога відшкодування збитків обов'язково повинна бути включена в договір, інакше вважається, що сторони підписали договір без такого відшкодування. У такому випадку при невиконанні однією зі сторін своїх зобов'язань відшкодування збитків зроблено не буде (за винятком виплат на користь держави).

Основним способом накладення на винну сторону матеріальної відповідальності за невиконання нею взятих зобов'язань є неустойка.

Неустойка – це фіксована сума грошей (або процент від невиконаних зобов'язань), яку одна сторона договору зобов'язана сплатити іншій стороні договору у випадку невиконання своїх зобов'язань (наприклад, при затримці в постачанні продукції і т.п.).

У договорах можуть бути застосовані різні види неустойок.

Залікова неустойка – коли матеріальна відповідальність сторони договору обмежується тільки величиною заподіяного збитку і не може бути більше величини самої неустойки, яка була зафіксована в договорі. Іншими словами, залікова неустойка надає стороні договору право вимагати відшкодування всіх збитків, які вона зазнала, але в межах, визначених неустойкою.

Виняткова неустойка – коли матеріальна відповідальність сторін договору завжди встановлюється на рівні величини неустойки при будь-якому порушенні зобов'язань кожною стороною. Іншими словами, достатньо одній стороні довести лише факт порушення другою стороною договірних зобов'язань, і тоді друга сторона буде вимушена виплатити повністю всю неустойку.

Штрафна неустойка – коли винна сторона виплачує неустойку, а також відшкодовує додаткові збитки, якщо вони перевищують неустойку.

Альтернативна неустойка – коли стороні, яка зазнала збитків, дається право вибрати для винної сторони міру відповідальності: або відшкодувати всі збитки, або виплатити неустойку.

Якщо в укладеному договорі вид неустойки не зафіксований, то вважається, що це *залікова неустойка*.

Якщо суб'єкт підприємництва через невиконання протилежною стороною договору взятих зобов'язань зазнав збитків, а винна сторона їх не відшкодувала, то для захисту своїх майнових прав суб'єкт підприємництва повинен звернутися до господарського суду. Для звернення до господарського суду необхідно дотримуватися встановленого претензійного порядку.

Так, спочатку треба пред'явити відповідачу претензію. Якщо цього не зроблено, то господарський суд може повернути позов без розгляду або припинити справу взагалі. *Претензія* – це вимога щодо добровільного усунення порушень умов договору протилежною стороною. Претензія завжди направляється протилежній стороні цінним або рекомендованим листом. У претензії зазначається:

- назва підприємства, яке пред'являє претензію;

- назва підприємства, якому подається претензія;
 - обставини, що призвели до пред'явлення претензії;
 - розрахунок суми вимог заявника;
 - посилання на чинні нормативні акти, договір або інші документи.
- Вид претензійної заяви наведений на рис. 27.1.

<p>ПРЕТЕНЗІЯ про сплату неустойки за недопоставку продукції на суму _____ грн.</p>	
<p>У відповідності до укладеного договору №__ від “__” _____ 200__р. Ваше підприємство зобов'язане було поставити нам до “__” _____ 200__р. _____ таку продукцію _____ (найменування продукції, товару) у кількості _____ на суму _____ грн.</p>	
<p>Фактично на вказану дату поставлено продукції _____ (перелік продукції) у кількості _____ на суму _____ грн.</p>	
<p>Таким чином, Вами недопоставлено у визначений за договором строк _____ (найменування продукції) _____ у кількості _____ на суму _____ грн.</p>	
<p>У відповідності до викладеного і керуючись _____ (документи), прошу провести допоставку продукції і перерахувати на наш розрахунковий рахунок № _____ у _____ (найменування банку) м. _____ неустойку в розмірі _____ %, що складає величину _____ грн.</p>	
<p>Додатки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Копія договору №__ від “__” _____ 200__р. 2. Розрахунок величини неустойки. 3. Реєстр рахунків на відвантажену продукцію (товар). 	
<p>Керівник підприємства _____</p>	
Дата _____	Кому _____
№ _____	Адреса _____

Рисунок 27.1 – Форма (зразок) претензії про сплату неустойки

Підприємство, яке одержало претензію, зобов'язане дати позивачу мотивовану відповідь і відправити її цінним листом (або передати під розписку).

Якщо відповіді на претензію від винної сторони у встановлений термін не надійшло або надійшла відповідь із частковим задоволенням претензії, то постраждала сторона має право звернутися з позовною заявою про відшкодування заподіяної їй шкоди до відповідного господарського суду.

Позовна заява до господарського суду подається за місцем знаходження відповідача, тобто сторони, яка не виконала взяті на себе зобов'язання. До заяви постраждала сторона повинна додати квитанцію про сплату державного мита, величина якого визначається в процентах від величини понесених постраждалою стороною збитків.

Вид позовної заяви наведений на рис. 27.2.

До міського господарського суду
Дата _____
№ _____ Адреса _____
Позивач _____
Адреса _____
Банківські реквізити _____
Відповідач _____
Адреса _____
Банківські реквізити _____

ПОЗОВНА ЗАЯВА
про стягнення неустойки за недопоставку продукції (товарів)
Сума _____ грн.

У відповідності з договором № _____ від “ _____ ” _____ 200 _____ р. відповідач повинен був поставити нам у _____ 200 _____ р. _____ (найменування продукції) у кількості _____.

Свої зобов’язання за договором відповідач не виконав.
Фактично за вказаний період відповідач поставив _____ (найменування продукції) _____ у кількості _____ на суму _____ грн., недопоставивши _____ (найменування недопоставленої продукції) _____ на суму _____ грн.

За недопоставку продукції (товарів) згідно з п. _____ договору відповідач зобов’язаний сплатити неустойку в сумі _____ грн. (див. розрахунок, який додається).

Пред’явлену нами претензію № _____ від “ _____ ” _____ 200 _____ р. про сплату неустойки в сумі _____ грн. відповідач залишив без задоволення (відповіді) з таких мотивів _____.

Відмову відповідача від задоволення претензії вважаємо необґрунтованою _____ (обґрунтувати) _____.

Враховуючи викладене, просимо Господарський суд за недопоставку продукції (товарів) стягнути з відповідача неустойку в сумі _____ грн. і повернення витрат на сплату державного мита в сумі _____ грн.

Додаток:

1. Копія претензії та доказ відправки її відповідачу.
2. Копія відповіді на претензію (якщо є).
3. Копія договору.
4. Розрахунок неустойки.
5. Поштова квитанція на відправлення копії позовної заяви відповідачу.
6. Доручення про перерахування державного мита.
7. Виписки, специфікації тощо.

Керівник підприємства _____

Рисунок 27.2 – Форма позовної заяви до господарського суду

27.2 Завдання для самостійного виконання

Підприємство “Х” уклало договір з підприємством “У” на поставку ним матеріалів, із яких виготовляються вироби “А”, “Б” та “В”. Але підприємство “У” не виконало своїх зобов’язань, у зв’язку з чим підприємство “Х” зазнало певних збитків.

Керуючись даними завдання, наведеного в таблиці 27.2, потрібно:

1. Розрахувати розмір збитків, яких зазнало підприємство “Х”.

2. Визначити, на яку величину покриття збитків може розраховувати підприємство “Х”, виходячи із прийнятого в договорі виду неустойки.

3. Скласти претензійну заяву до винної сторони.

4. Скласти позовну заяву до господарського суду.

5. Зробити висновки.

Таблиця 27.2 – Початкові дані для виконання завдання

Вариант	Вироби, які не були виготовлені	Величина недопоставки, шт.	Витрати від операційної діяльності в розрахунку на один виріб, грн.	Чистий прибуток від реалізації одного виробу, грн.	Штраф за недопоставку 1-го виробу, грн.	Величина неустойки, грн.	Вид неустойки, обумовленої в договорі
1	2	3	4	5	6	7	8
1	А	100	9	6	5	8000	Залікова
	Б	90	10	4	6,7		
	В	80	11	3	8,75		
2	А	99	11	4	5,15	8000	Виняткова
	Б	89	9	4	6,96		
	В	79	13	2	8,5		
3	А	100	9	6	4,90	4000	Штрафна
	Б	91	10	4	6,6		
	В	81	14	2	8,64		
4	А	99	11	3	4,05	8000	Виняткова
	Б	89	10	4	7,86		
	В	78	15	1	10,25		
5	А	90	12	6	7,77	9000	Залікова
	Б	80	11	7	7,5		
	В	70	18	2	7,96		
6	А	98	13	5	7,14	9000	Виняткова
	Б	90	12	7	3,33		
	В	77	20	1	11,69		
7	А	98	13	5	7,65	9000	Штрафна
	Б	91	11	6	3,84		
	В	78	19	2	10,26		
8	А	98	13	4	7,66	9000	Виняткова
	Б	91	11	5	3,9		
	В	78	20	4	8,97		
9	А	98	13	4	7,57	3000	Альтернативна
	Б	91	11	5	3,79		
	В	78	20	3	8,99		
10	А	97	13	4	7,42	8500	Залікова
	Б	92	10	6	4,89		
	В	79	19	5	7,59		
11	А	105	13	7	3,33	9400	Виняткова
	Б	95	16	2	8,94		
	В	79	20	3	7,59		
12	А	102	13	2	8,33	9500	Штрафна
	Б	91	11	4	4,95		
	В	81	18	1	7,17		
13	А	99	12	4	7,57	3000	Штрафна
	Б	95	15	1	4,10		
	В	78	20	2	9,23		
14	А	104	13	5	7,21	10000	Альтернативна
	Б	93	11	5	5,91		
	В	85	18	3	5,88		
15	А	108	14	9	8,8	2000	Виняткова
	Б	101	11	5	3,46		
	В	78	13	7	6,41		

Продовження таблиці 27.2

1	2	3	4	5	6	7	8
16	А	97	13	6	7,42	7600	Залікова
	Б	93	10	6	3,76		
	В	79	20	54	7,59		
17	А	104	12	8	4,32	7700	Штрафна
	Б	95	10	7	7,89		
	В	79	20	3	7,57		
18	А	101	20	4	8,71	8900	Залікова
	Б	91	15	4	4,94		
	В	82	17	2	7,31		
19	А	99	12	4	7,57	3200	Штрафна
	Б	96	15	2	5,10		
	В	78	20	3	7,95		
20	А	103	13	5	7,28	9000	Альтернативна
	Б	91	10	4	7,14		
	В	84	11	9	4,76		
21	А	108	15	8	8,80	2500	Альтернативна
	Б	111	11	6	4,05		
	В	69	10	6	7,10		
22	А	98	13	6	7,35	11000	Залікова
	Б	95	10	6	3,68		
	В	78	20	6	7,69		
23	А	103	12	8	4,27	11000	Вияткова
	Б	97	13	1	8,76		
	В	78	16	10	7,69		
24	А	106	21	3	8,30	10500	Штрафна
	Б	92	15	4	5,00		
	В	83	12	9	7,35		
25	А	97	12	4	7,83	1900	Штрафна
	Б	93	13	5	5,16		
	В	79	25	3	7,97		
26	А	108	13	5	6,85	9800	Вияткова
	Б	90	11	5	7,11		
	В	82	17	2	5,12		
27	А	101	14	8	9,50	2450	Альтернативна
	Б	120	10	5	3,58		
	В	72	10	7	6,66		
28	А	108	15	9	8,79	8900	Залікова
	Б	110	10	6	5,00		
	В	68	11	2	8,68		
29	А	95	11	4	5,47	8980	Вияткова
	Б	92	11	7	5,98		
	В	79	20	4	8,86		
30	А	113	10	7	3,89	1000	Альтернативна
	Б	91	20	2	7,14		
	В	73	19	3	9,59		

27.3 Питання для самоконтролю

1. Дайте означення поняття “збитки”. Чому вони виникають і як розраховуються?

2. Що таке неустойка? Які види неустойки ви знаєте?

3. Охарактеризуйте існуючі види неустойки та поясніть, який вид неустойки доцільно використовувати продавцю (постачальнику) продукції та покупцю.

4. Яким чином постраждала сторона договору повинна діяти, щоб відшкодувати збитки, які виникли в результаті невиконання протилежною стороною договору своїх зобов'язань?

Тема: “Розрахунок величини основних податків, які сплачує суб’єкт підприємництва – юридична особа”

Мета: закріпити у студентів теоретичні знання та розвинути практичні навички з розрахунку величини основних видів податків, які повинен сплачувати суб’єкт підприємницької діяльності – юридична особа.

28.1 Теоретична частина

В процесі своєї діяльності суб’єкт підприємницької діяльності – юридична особа повинен сплачувати близько 20 основних та 15 місцевих податків. Основними із них є податок на прибуток, акцизний збір та податок на додану вартість. Розрахунок величини цих податків здійснюється на основі чинного законодавства, даних бухгалтерського обліку, звітів про результати діяльності підприємства за встановленими формами тощо.

Перед тим, як перейти до розрахунку основних видів податків, дамо визначення таких понять як “оптова ціна”, “вільна ринкова ціна” та “ціна реалізації”.

Оптова ціна виробу – це ціна, яка визначає витрати підприємства на виробництво одного виробу та величину прибутку від реалізації цього виробу. Оптова ціна C_0 може бути розрахована за формулою:

$$C_0 = (B_T + П), \quad (28.1)$$

де B_T – витрати підприємства в розрахунку на один виріб, грн.;

$П$ – чистий прибуток, який отримує підприємство від реалізації одного виробу, грн.

Вільна ринкова ціна виробу – це ціна виробу, в якій враховується акцизний збір, що запроваджується державою для певних видів товарів. Вільна ринкова ціна виробу C_0 розраховується за формулою:

$$C_B = (C_0 + A) = (B_T + П) + A, \quad (28.2)$$

де A – величина акцизного збору (податку) в розрахунку на один виріб, грн.

Ціна реалізації виробу – це ціна, за якою вироби реалізуються на ринку. Ціна реалізації C_p розраховується за формулою:

$$C_p = C_B + ПДВ = (B_T + П) + A + ПДВ, \quad (28.3)$$

де $ПДВ$ – величина податку на додану вартість в розрахунку на один виріб, грн.

Податок на прибуток – один з основних прямих податків, який повинен сплачувати суб’єкт підприємництва.

Величина *податку на прибуток* $\Pi_{\text{п}}$ в розрахунку на один виріб може бути розрахована за формулою:

$$\Pi_{\text{п}} = (\text{Ц}_0 - \text{В}_0) \cdot \lambda, \quad (28.4)$$

де Ц_0 – оптова ціна одного виробу, грн.;

В_0 – витрати від операційної діяльності в розрахунку на один виріб, грн.;

λ – ставка податку на прибуток, у відносних одиницях.

Податок на прибуток, який повинно сплачувати підприємство в цілому, розраховується за даними бухгалтерського обліку. Об'єктом оподаткування є прибуток, який визначається як різниця між валовим доходом і валовими витратами (з урахуванням амортизаційних відрахувань), що були на підприємстві протягом певного періоду. Величина податку з прибутку $\Pi_{\text{п-заг}}$ може бути розрахована за формулою:

$$\Pi_{\text{п-заг}} = (\text{ВД} - \text{ВВ}) \cdot \lambda, \quad (28.5)$$

де ВД – валовий дохід підприємства, грн.;

ВВ – валові витрати підприємства, включаючи амортизаційні відрахування, грн.

Валовий дохід підприємства – це загальна сума прибутків суб'єкта підприємництва від усіх видів діяльності, отриманих протягом звітного періоду в грошовій, матеріальній, нематеріальній формах як в Україні, так і за її межами.

Датою фіксації валового доходу є подія, яка настає раніше. Це – або надходження грошей на поточний рахунок суб'єкта підприємництва, або відвантаження ним продукції на адресу споживача.

Валові витрати – величина будь-яких витрат суб'єкта бізнесу в грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, які здійснюються для компенсації вартості придбаних товарів, послуг і т.п. для подальшого використання у власній господарській діяльності.

Датою фіксації валових витрат є подія, яка настає раніше. Це – або списання грошей з поточного рахунку суб'єкта підприємництва, або дата оприбуткування матеріалів на складі суб'єкта підприємництва.

Акцизний збір – це непрямий податок на високорентабельні і монопольні товари, який включається в ціну реалізації цих товарів. Акциз – це податок у ціні. Акцизний збір сплачується незалежно від результатів фінансової діяльності суб'єкта підприємництва. Величина акцизного збору A для одного виробу розраховується за формулою:

$$A = \text{Ц}_в \cdot \alpha, \quad (28.6)$$

де $\text{Ц}_в$ – вільна ринкова ціна виробу, грн.;

α – ставка акцизного збору, в відносних одиницях.

Об'єктом оподаткування акцизним збором є обсяг реалізації під-акцизних вітчизняних товарів (у вільних ринкових цінах) або митна вартість імпортованих товарів з урахуванням мит і митних зборів. Платниками акцизного збору є виробники й імпортери підакцизних товарів.

Виведемо формулу для розрахунку величини акцизного збору, який перепадає на один виріб:

$$\begin{aligned} \text{Так, } A &= C_v \cdot \alpha, \text{ а } C_v = (B_T + \Pi) + A. \\ \text{Звідси } \Rightarrow A &= [(B_T + \Pi) + A] \cdot \alpha, \\ A - A \cdot \alpha &= (B_T + \Pi) \cdot \alpha, \Rightarrow A \cdot (1 - \alpha) = (B_T + \Pi) \cdot \alpha, \\ \boxed{A} &= \frac{B_T + \Pi}{1 - \alpha} \cdot \alpha, \end{aligned} \quad (28.7)$$

де B_T – витрати підприємства в розрахунку на один виріб, грн.;

Π – чистий прибуток, який отримує підприємство в розрахунку на один виріб, грн.

Загальна величина акцизного збору $A_{\text{заг}}$, який повинен сплатити підприємство, розраховується за формулою:

$$A = \sum_1^n C_{vi} \cdot \alpha, \quad (28.8)$$

де C_{vi} – вільна ринкова ціна виробу i -го найменування, грн.;

α – ставка акцизного збору, в відносних одиницях;

n – кількість найменувань виробів.

Податок на додану вартість ПДВ – один із найголовніших непрямих податків. Об'єктом оподаткування є операції з продажу товарів, робіт, послуг, ввезення товарів в Україну. Базою оподаткування є вільні ринкові ціни.

Величина податку на додану вартість ПДВ у розрахунку на один виріб розраховується за формулою:

$$\text{ПДВ} = C_v \cdot \beta, \quad (28.9)$$

де C_v – вільна ринкова ціна виробу, грн.;

β – ставка податку на додану вартість; в 2004 році $\beta=0,20$.

Величина податку на додану вартість ПДВ в цілому по підприємству розраховується за формулою:

$$\text{ПДВ} = \sum_1^n C_{vi} \cdot \beta, \quad (28.10)$$

де C_{vi} – вільна ринкова ціна виробу i -го найменування, грн.;

n – кількість найменувань виробів.

Величина ПДВ, що підлягає сплаті в цілому по підприємству, розраховується за формулою:

$$\text{ПДВ} = \beta \cdot \left(\sum_1^n \text{Ц}_{\text{вi}}^2 - \sum_1^m \text{Ц}_{\text{вi}}^1 \right), \quad (28.11)$$

де $\text{Ц}_{\text{вi}}^2$ – вільна ринкова ціна проданого товару i -го виду, грн.;

$\text{Ц}_{\text{вi}}^1$ – вільна ринкова ціна купленого матеріалу i -го виду, грн.;

n – кількість видів реалізованих товарів;

m – кількість видів куплених товарів.

Розглянемо *приклад* розрахунку величини податку на додану вартість, який повинен сплатити підприємець.

1-й крок: підприємець для організації виробництва купує матеріали. Продавець матеріалів виписує йому рахунок, у якому вказує суму платежу і величину ПДВ. Наприклад, якщо вільна ринкова ціна матеріалів дорівнює 1000 грн., то ПДВ буде складати $0,2 \cdot 1000 = 200$ грн. Рахунок виписується на суму $1000 + 200 = 1200$ грн.

Підприємець сплачує покупцю 1200 грн., у тому числі 200 грн. податку на додану вартість. Сума в 200 грн. – це *податковий кредит*, який надає підприємець державі у зв'язку з покупкою матеріалів для своєї діяльності.

2-й крок: визначається дата виникнення *податкового кредиту*. Датою виникнення податкового кредиту є одна з подій, що відбулася першою. Це – дата списання грошей з розрахункового рахунку бізнесмена або дата оформлення податкової накладної, яка свідчить про одержання підприємцем товарів і оприбуткування їх на складі.

3-й крок: підприємець виробляє певні вироби, додаючи до раніше куплених матеріалів нову вартість, наприклад, 2000 грн. Тоді нові вироби будуть мати вільну ринкову ціну $1000 + 2000 = 3000$ грн. Ці вироби підприємець реалізує на ринку. Він розраховує величину податку на додану вартість, яка складе $3000 \cdot 0,2 = 600$ грн., виписує покупцю рахунок на суму $3000 + 600 = 3600$ грн., яка є ціною реалізації виробів. Причому 600 грн. – це величина податку на додану вартість ПДВ.

4-й крок: визначається дата виникнення у підприємця *податкових зобов'язань*. Датою виникнення податкових зобов'язань вважається подія, що протягом податкового періоду сталася раніше. Це – дата надходження грошей від покупця (так званий касовий метод сплати податку на додану вартість) або дата відвантаження товару підприємцем. В цей момент у підприємця виникають податкові зобов'язання.

5-й крок: розраховується величина ПДВ, яка *реально* повинна бути сплачена підприємцем. Вона визначається як різниця між податковим зобов'язанням і податковим кредитом:

$$\text{ПДВ} = 600 - 200 = 400 \text{ грн.}$$

Саме цю величину податку на додану вартість підприємець повинен сплатити до бюджету. Термін сплати – до 20 числа кожного за звітним періодом місяця.

Якщо ж величина ПДВ буде *від'ємною*, то це означає, що бюджет повинен або відшкодувати підприємцю вартість зайво сплаченого податку на додану вартість, або зменшити майбутні платежі підприємця до бюджету на величину зайво сплаченого податку на додану вартість.

Примітка. В деяких країнах, зокрема в США, податок на додану вартість має свою особливість. Точніше, він замінений *податком із продажу*, який стягується тільки при кінцевому споживанні у роздрібній торгівлі і спрямовується до місцевих бюджетів.

Такий податок не обтяжує підприємців розрахунками, не потребує сплати всіма виробниками ПДВ, починаючи, наприклад, з моменту видобутку кремнію і закінчуючи продажем телевізорів; тут немає кредитування державного бюджету; після придбання товарів кінцевим споживачем гроші надходять до місцевого бюджету і використовуються для реалізації соціальних програм розвитку регіону.

28.2 Завдання для самостійного виконання

В таблиці 28.1 наведені дані щодо того, які господарські операції виконувались на підприємстві протягом року з купівлі матеріалів, видачі заробітної плати, надходження грошей на рахунки тощо, а також наведені дати фіксації цих господарських операцій.

Користуючись даними таблиці 28.1, потрібно:

1. Розрахувати величину податку на прибуток, що повинен сплатити підприємець за перший, другий, третій та четвертий квартали. При проведенні розрахунків ставку податку на прибуток прийняти самостійно в межах (25...30)%.

2. Пояснити, які складнощі можуть виникнути на підприємстві, коли, наприклад, продукція відвантажена, а гроші за цю продукцію на рахунок підприємця ще не надійшли.

3. Пояснити, яким чином можна зменшити величину сплачуваного податку на прибуток в окремому кварталі.

В таблиці 28.2 наведені дані щодо того, яку кількість підакцизних виробів “А”, “Б” та “В” було виготовлено на підприємстві протягом року.

Керуючись даними таблиці 28.2, потрібно:

1. Розрахувати величину акцизного збору, який повинен сплатити виробник за виробництво одиниці кожного виду підакцизних виробів “А”, “Б” та “В”.

2. Розрахувати вільну ринкову ціну одиниці кожного виробу.

3. Розрахувати величину акцизного збору, який повинен сплатити виробник за виробництво кожного виду підакцизних виробів “А”, “Б” та “В”.

4. Розрахувати величину акцизного збору, який повинен сплатити виробник за виробництво всіх підакцизних виробів разом.

Таблиця 28.1 – Початкові дані для розрахунку податку на прибуток

Варіант	Події, що спричиняють виникнення податкового зобов'язання			Події, що спричиняють виникнення податкового кредиту		
	Надходження грошей за відправлену продукцію	Відвантаження продукції замовнику	Сума, грн.	Списання грошей з рахунку за отримані матеріали, видачу зарплати та інші	Оприбуткування матеріалів на складі підприємця та фіксація інших витрат	Сума, грн.
	Дата	Дата		Дата	Дата	
1	2	3	4	5	6	7
1	23.01	22.01	190 000	24.02	1.04	30 000
	15.05	10.03	130 000	11.06	13.09	34 000
	12.07	15.06	98 000	9.08	10.08	42 000
	1.11	17.12	100 000	13.11	15.12	21 000
2	13.01	22.01	100 000	20.02	1.03	31 000
	25.05	10.03	120 000	4.06	13.06	35 000
	12.06	15.06	90 000	2.08	10.09	40 000
	1.12	17.12	140 000	13.10	16.12	20 000
3	4.03	2.02	130 000	3.03	2.03	15 000
	5.06	13.05	45 000	7.05	5.04	24 000
	6.09	31.08	94 000	24.07	22.07	32 000
	12.12.	12.11	123 000	11.12	9.12	41 000
4	1.01	1.02	135 000	12.02	14.02	25 000
	6.06	6.07	100 000	16.06	17.06	21 000
	3.09	15.08	142 000	18.09	19.10	54 000
	10.12	25.12	200 000	12.11	14.12	35 000
5	2.01	4.02	250 000	4.03	2.02	33 000
	23.05	22.04	300 000	23.08	12.09	27 000
	12.08	12.10	120 000	24.09	22.10	24 000
	12.11	21.12	96 000	1.12	2.12	12 000
6	22.02	24.04	220 000	11.02	13.03	21 000
	31.06	31.08	140 000	14.05	15.08	10 000
	10.09	12.11	210 000	16.08	18.10	9 000
	12.10	31.12	130 000	19.12	12.10	13 500
7	13.01	12.01	180 000	24.02	1.05	20 000
	15.05	14.03	130 000	12.06	13.09	24 000
	12.08	15.06	99 000	9.09	10.08	22 000
	1.11	17.12	105 000	13.11	15.11	21 000
8	13.02	22.01	100 500	23.02	11.03	30 000
	25.04	10.03	120 500	7.06	3.06	25 000
	12.05	15.07	90 500	3.08	15.09	30 000
	1.11	17.12	140 500	13.11	15.12	20 000
9	14.03	12.02	190 000	3.04	2.04	18 000
	15.06	3.05	55 000	7.07	5.05	25 000
	16.09	1.08	99 000	24.08	22.07	30 000
	22.12.	22.11	125 000	11.12	19.12	11 000
10	11.01	1.03	115 000	13.02	1.02	15 000
	16.06	6.07	150 000	17.06	1.06	31 000
	13.09	16.08	112 000	19.09	9.10	51 000
	20.12	22.12	220 000	13.11	14.12	35 000
11	2.01	4.02	280 000	14.03	12.02	53 000
	23.05	22.04	310 000	3.08	22.08	57 000
	12.08	12.10	160 000	4.09	22.10	54 000
	12.11	21.12	196 000	11.12	1.12	52 000
12	22.02	24.04	120 000	1.02	12.03	20 000
	31.06	31.08	130 000	4.05	14.08	13 000
	10.09	12.11	200 000	6.08	16.10	19 000
	12.10	31.12	110 000	9.12	13.10	23 500
13	3.01	23.01	195 000	25.02	11.04	30 500
	25.05	11.03	135 000	12.06	23.09	34 500
	22.07	14.06	95 000	19.08	20.08	42 500
	21.11	18.12	105 000	23.11	25.12	21 500
14	13.02	22.02	105 000	20.01	1.04	31 500
	25.06	10.04	125 000	4.05	13.05	35 500
	12.07	15.07	95 000	2.07	10.08	40 500
	1.11	17.12	145 000	13.10	16.11	20 500

Продовження таблиці 28.1

1	2	3	4	5	6	7
15	24.03	22.02	132 000	13.03	12.03	15 800
	25.06	23.05	45 000	17.05	15.04	24 800
	26.09	21.08	96 000	14.07	12.07	32 800
	12.12.	12.11	121 000	21.12	19.12	41 800
16	21.01	21.02	235 000	11.02	11.02	45 000
	26.06	26.07	200 000	15.06	14.06	41 000
	23.09	25.08	242 000	17.09	12.10	58 000
	20.12	2.12	200 000	19.11	11.12	65 000
17	2.01	4.02	240 000	14.03	12.02	33 800
	23.05	22.04	340 000	13.08	16.09	27 800
	12.08	12.10	140 000	14.09	26.10	24 800
	12.11	21.12	94 000	11.12	26.12	12 800
18	2.02	21.04	420 000	11.03	12.03	121 000
	3.06	3.08	440 000	14.06	14.08	110 000
	1.09	1.11	410 000	16.07	16.10	19 000
	1.10	3.12	430 000	19.11	17.10	113 500
19	11.02	11.03	515 000	17.02	21.02	215 000
	16.05	16.07	550 000	16.06	21.06	321 000
	13.09	16.08	512 000	5.09	29.10	251 000
	20.11	12.12	520 000	12.11	4.12	235 000
20	1.01	14.02	380 000	11.03	22.02	153 000
	23.04	21.04	310 000	13.08	12.08	157 000
	12.07	11.10	360 000	14.09	25.10	154 000
	12.11	21.12	396 000	31.12	10.12	152 000
21	12.02	25.04	620 000	21.02	22.03	220 000
	11.06	30.08	630 000	24.05	24.08	213 000
	11.08	11.11	600 000	26.08	26.10	219 000
	12.11	3.12	610 000	29.12	14.10	223 500
22	13.01	21.01	795 000	21.02	13.04	330 500
	15.05	11.03	735 000	14.06	21.09	334 500
	12.07	12.06	795 000	13.08	21.08	342 500
	11.11	15.12	705 000	22.11	29.12	321 500
23	13.02	22.02	805 000	20.01	1.04	431 500
	24.06	14.04	825 000	4.05	14.05	435 500
	14.07	14.07	895 000	2.07	10.08	440 500
	14.11	17.12	845 000	14.10	16.11	420 500
24	14.03	12.02	132 000	12.03	13.03	15 700
	15.06	21.05	545 000	14.05	14.04	224 800
	21.09	11.08	596 000	15.07	10.07	232 800
	19.12.	16.11	521 000	28.12	18.12	241 800
25	11.01	1.02	285 000	18.02	1.02	145 000
	16.06	6.08	280 000	18.06	1.06	141 000
	21.09	5.08	282 000	18.09	1.10	158 000
	21.12	12.12	280 000	19.12	13.12	165 000
26	3.01	27.01	300 000	21.02	11.03	133 000
	5.05	17.03	420 000	14.06	23.06	133 000
	2.06	16.06	590 000	21.08	18.09	124 000
	1.11	12.12	640 000	11.10	26.12	122 000
27	4.03	2.02	130 000	3.03	2.03	15 000
	5.06	13.05	45 000	7.05	5.04	24 000
	6.09	31.08	94 000	24.07	22.07	32 000
	12.12.	12.11	123 000	11.12	9.12	41 000
28	1.01	11.02	435 000	11.02	1.02	125 000
	7.06	16.07	400 000	17.06	1.06	221 000
	7.09	25.08	342 000	13.09	1.10	154 000
	17.12	26.12	200 000	19.11	1.12	35 000
29	12.01	24.02	50 000	14.03	21.02	3 000
	13.05	12.04	40 000	13.08	10.09	7 000
	22.08	22.10	20 000	14.09	28.10	4 000
	22.11	31.12	6 000	11.12	21.12	2 000
30	22.01	29.04	20 000	21.02	23.03	1 000
	31.06	31.08	40 000	1.05	5.08	1 000
	19.09	19.11	10 000	26.08	28.10	900
	19.10	31.12	30 000	29.12	12.10	9500

Таблиця 28.2 – Початкові дані для розрахунку акцизного збору

Вариант	Товари	Витрати підприємства в розрахунок на один виріб, грн.	Чистий прибуток у розрахунок на один виріб, грн.	Ставка акцизного збору α , у відсотках один.	Кількість виготовлених виробів, шт.
1	2	3	4	5	6
1	А	1 000	290	0,25	1 200
	Б	600	230	0,30	3 200
	В	12 000	300	0,35	3 400
2	А	6 000	500	0,20	3 600
	Б	10 000	2 000	0,10	4 300
	В	1 200	320	0,50	5 000
3	А	5 000	1 000	0,15	10 000
	Б	6 000	1 200	0,10	12 000
	В	7 000	1 300	0,40	13 000
4	А	400	100	0,30	34 000
	Б	500	90	0,40	43 000
	В	600	80	0,20	50 000
5	А	50	5	0,40	30 000
	Б	70	7	0,30	20 000
	В	100	9	0,25	40 000
6	А	400	100	0,45	20 000
	Б	500	110	0,35	30 000
	В	500	120	0,25	40 000
7	А	1 000	300	0,10	4 000
	Б	2 000	600	0,5	6 000
	В	3 000	700	0,15	8 000
8	А	540	100	0,50	10 000
	Б	660	98	0,40	20 000
	В	870	87	0,30	30 000
9	А	3 000	1 000	0,10	2 000
	Б	4 000	1 300	0,20	4 000
	В	5 000	1 500	0,15	6 000
10	А	10 000	2 900	0,25	200
	Б	6 000	2 300	0,30	200
	В	12 000	3 000	0,35	400
11	А	40 000	15 000	0,20	360
	Б	20 000	12 000	0,15	430
	В	2 200	320	0,50	500
12	А	15 000	2 000	0,15	10 000
	Б	16 000	2 200	0,10	12 000
	В	17 000	2 300	0,40	13 000
13	А	2 400	1 000	0,30	34 000
	Б	2 500	900	0,40	43 000
	В	2 600	800	0,20	20 000
14	А	50	5	0,40	30 000
	Б	70	7	0,30	20 000
	В	100	9	0,25	40 000
15	А	100	20	0,25	3 200
	Б	600	230	0,30	3 200
	В	1 200	300	0,35	9 400
16	А	5 000	500	0,20	3 000
	Б	7 000	2 000	0,20	4 000
	В	1 800	300	0,50	50 000
17	А	2 000	1 000	0,50	10 000
	Б	3 000	1 100	0,20	12 000
	В	4 000	1 000	0,30	13 000
18	А	4 000	1 000	0,35	24 000
	Б	5 000	900	0,45	23 000
	В	6 000	800	0,25	10 000
19	А	150	15	0,40	10 000
	Б	170	71	0,20	10 000
	В	1100	91	0,25	20 000
20	А	4 400	700	0,25	2 000
	Б	4 500	710	0,15	3 000
	В	4 500	820	0,20	4 000
21	А	100	30	0,10	5 000
	Б	200	60	0,50	7 000
	В	300	70	0,15	9 000

Продовження таблиці 28.2

1	2	3	4	5	6
22	А	2 540	1 000	0,20	1 000
	Б	2 660	980	0,10	2 000
	В	2 870	870	0,35	3 000
23	А	3 000	1 200	0,20	3 000
	Б	4 000	1 400	0,25	5 000
	В	5 000	1 700	0,35	2 000
24	А	1 000	290	0,20	1 200
	Б	600	230	0,40	1 200
	В	1 000	300	0,30	1 400
25	А	7 540	1 800	0,20	1 000
	Б	7 660	988	0,40	2 000
	В	7 870	887	0,30	3 000
26	А	13 000	2 000	0,10	1 000
	Б	14 000	2 300	0,20	3 000
	В	15 000	2 500	0,15	5 000
27	А	100	29	0,20	6 200
	Б	60	23	0,30	6 200
	В	120	30	0,15	6 400
28	А	2 000	100	0,20	5 360
	Б	1 000	100	0,25	5 430
	В	200	20	0,50	5 500
29	А	150	20	0,25	15 000
	Б	160	22	0,20	18 000
	В	170	23	0,60	19 000
30	А	12 400	1 000	0,30	3 000
	Б	12 500	1 900	0,50	4 000
	В	12 600	1 800	0,20	2 000

В таблиці 28.3 наведені дані щодо основних показників діяльності суб'єкта підприємництва, які включають: дату відвантаження продукції підприємцем та дату отримання коштів за неї; дату списання коштів з рахунку за отримані матеріали та дату виписки податкової накладної.

Керуючись даними таблиці 28.3, потрібно:

1. Розрахувати величину податку на додану вартість, яку повинен сплатити підприємець в січні, лютому та березні:

- при застосуванні касового методу сплати податку;
- при виникненні податкового зобов'язання в момент відвантаження продукції.

Величину ставки податку на додану вартість прийняти самостійно в межах $\beta = (0,15 \dots 0,2)$.

Таблиця 28.3 – Початкові дані для розрахунку ПДВ

Варіант	Операції	Виготовлена продукція			Отримані матеріали		
		Сума у вільних цінах, грн.	Дата відвантаження	Дата отримання коштів	Сума у вільних цінах, грн.	Дата списання коштів з рахунку	Дата виписки податкової накладної
1	2	3	4	5	6	7	8
1	а	200 000	2.02	5.03	76 000	15.01	17.01
	б	230 000	13.02	11.02	120 000	11.02	14.02
	в	50 000	23.03	12.04	12 000	16.03	12.03
2	а	100 000	3.02	6.03	37 000	14.01	16.01
	б	130 000	14.02	12.03	40 000	10.02	13.02
	в	320 000	24.03	13.04	130 000	15.03	11.03
3	а	125 000	1.02	4.03	34 000	16.01	17.01
	б	200 000	12.02	10.02	56 000	12.02	14.02
	в	230 000	25.03	11.04	120 000	17.03	12.03

Продовження таблиці 28.3

1	2	3	4	5	6	7	8
4	а	300 000	13.02	5.03	125 000	18.01	14.01
	б	330 000	24.02	16.03	110 000	19.02	1.02
	в	150 000	14.03	12.04	23 000	11.03	1.04
5	а	300 000	1.01	4.01	110 000	5.01	7.01
	б	430 000	5.02	13.03	210 000	1.02	4.02
	в	520 000	14.04	13.03	215 000	6.03	2.03
6	а	625 000	2.01	5.01	230 000	4.01	16.01
	б	700 000	3.02	14.03	300 000	10.02	3.01
	в	830 000	15.04	14.03	320 000	5.03	11.03
7	а	1200 000	7.01	9.01	340 000	16.01	17.01
	б	1230 000	7.02	19.03	400 000	12.02	14.02
	в	150 000	12.04	16.03	24 000	7.03	2.03
8	а	1100 000	4.01	8.01	500 000	18.01	12.01
	б	1130 000	3.02	18.03	450 000	19.02	21.02
	в	1320 000	14.04	17.03	400 000	11.03	21.04
9	а	1125 000	7.02	2.01	460 000	13.01	16.01
	б	1200 000	12.02	15.03	360 000	20.02	23.02
	в	1230 000	13.04	12.03	270 000	25.03	11.03
10	а	2200 000	8.02	3.01	500 000	26.01	17.01
	б	2230 000	13.02	16.03	550 000	22.02	24.02
	в	250 000	14.04	14.03	100 000	27.03	12.03
11	а	2100 000	9.02	5.01	600 000	18.01	14.01
	б	2130 000	14.02	18.03	650 000	29.02	21.02
	в	2320 000	15.04	16.03	700 000	11.03	21.04
12	а	2125 000	10.02	7.01	650 000	5.01	7.01
	б	2200 000	16.02	19.03	660 000	21.02	24.02
	в	2230 000	19.04	13.03	760 000	6.03	2.03
13	а	700 000	4.02	12.01	300 000	23.01	16.01
	б	830 000	2.02	13.03	230 000	20.02	24.02
	в	650 000	5.03	23.04	430 000	25.03	11.03
14	а	600 000	14.02	2.01	230 000	16.01	17.01
	б	730 000	2.02	13.03	330 000	22.02	26.02
	в	820 000	15.03	3.04	540 000	27.03	12.03
15	а	425 000	14.02	12.01	230 000	18.01	14.01
	б	500 000	22.02	23.03	240 000	29.02	27.02
	в	930 000	15.03	25.04	340 000	21.03	21.04
16	а	3200 000	19.02	17.01	1200 000	5.01	7.01
	б	3230 000	18.02	13.03	1250 000	21.02	28.02
	в	350 000	13.03	24.04	105 000	16.03	2.03
17	а	3100 000	8.02	12.01	1200 000	8.01	14.01
	б	3130 000	7.02	1.03	1250 000	29.02	1.02
	в	3320 000	5.03	23.04	1300 000	1.03	21.04
18	а	4125 000	14.02	2.01	2000 000	5.01	17.01
	б	4200 000	5.02	1.03	2100 000	1.02	24.02
	в	4230 000	19.03	3.04	2000 000	6.03	12.03
19	а	6200 000	14.02	12.01	3200 000	23.01	15.01
	б	6230 000	22.02	13.03	2200 000	10.02	14.02
	в	650 000	25.03	15.04	250 000	23.03	11.03
20	а	6100 000	19.02	17.01	3250 000	16.01	13.01
	б	6130 000	18.02	13.03	3700 000	21.02	22.02
	в	6320 000	13.03	24.04	3550 000	27.03	12.03
21	а	7125 000	14.02	12.01	3600 000	15.01	17.01
	б	8200 000	2.02	3.03	4000 000	22.02	25.02
	в	9230 000	15.03	23.04	4500 000	25.03	12.03
22	а	250 000	4.02	2.01	100 000	18.01	15.01
	б	250 000	22.02	13.03	125 000	25.02	27.02
	в	55 000	15.03	13.04	12 000	21.03	25.04
23	а	150 000	14.02	22.01	24 000	25.01	7.01
	б	150 000	22.02	13.03	54 000	20.02	28.02
	в	380 000	19.03	25.04	150 000	16.03	20.03

Продовження таблиці 28.3

1	2	3	4	5	6	7	8
24	а	185 000	18.02	17.01	60 000	18.01	14.01
	б	290 000	13.02	13.03	130 000	20.02	11.02
	в	240 000	1.03	23.04	136 000	1.03	20.04
25	а	2200 000	18.02	12.01	700 000	15.01	13.01
	б	1230 000	7.02	31.03	280 000	21.02	24.02
	в	6650 000	15.03	23.04	3000 000	6.03	15.03
26	а	1100 000	15.02	12.01	400 000	15.01	13.01
	б	2100 000	2.02	4.03	800 000	21.02	22.02
	в	3300 000	16.03	23.04	1200 000	27.03	15.03
27	а	1250 000	4.02	21.01	400 000	15.01	17.01
	б	2000 000	27.02	13.03	670 000	16.02	25.02
	в	2300 000	15.03	12.04	1200 000	25.03	16.03
28	а	500 000	14.02	19.01	230 000	18.01	15.01
	б	730 000	20.02	13.03	210 000	17.02	27.02
	в	750 000	19.03	18.04	200 000	21.03	17.03
29	а	800 000	18.02	14.01	300 000	25.01	7.01
	б	830 000	11.02	13.03	350 000	20.02	28.02
	в	570 000	1.03	2.04	270 000	16.03	2.03
30	а	655 000	18.02	12.01	300 000	18.01	14.01
	б	630 000	17.02	31.03	400 000	20.02	11.02
	в	830 000	25.03	23.04	430 000	11.03	27.03

28.3 Питання для самоконтролю

1. Поясніть принципову різницю між прямими та непрямими податками.
2. Дайте загальну характеристику податку на прибуток. Поясніть його суть, мету запровадження, порядок розрахунку.
3. Дайте загальну характеристику акцизного збору. Поясніть його суть, мету запровадження, порядок розрахунку.
4. Дайте загальну характеристику податку на додану вартість. Поясніть його суть, мету запровадження, порядок розрахунку.
5. Дайте характеристику таких понять, як вільна ринкова ціна та ціна реалізації. Як розраховується кожна із цих видів цін?
6. Поясніть, яким чином запровадження в країні податку на додану вартість впливає на розвиток виробництва.
7. Зробіть порівняльний аналіз податку на додану вартість та податку з продажу товарів. Який із цих податків, на ваш погляд, є більш прийнятним для економіки України?

28.4 Задачі для самостійного розв'язання за темою

1. Розрахуйте величину чистого прибутку, що його отримує підприємець від реалізації одного виробу, за такими даними: ціна реалізації виробу – 2000 грн., витрати на виробництво виробу – 1200 грн., акцизний збір – 300 грн., величина ПДВ – 250 грн.
2. Розрахуйте ставку акцизного збору за такими даними: витрати на виробництво одного виробу – 100 грн., чистий прибуток від реалізації одного виробу – 20 грн., вільна ринкова ціна виробу – 300 грн.

3. Розрахуйте ставку акцизного збору за такими даними: витрати на виробництво одного виробу – 200 грн., чистий прибуток від реалізації виробу – 40 грн., величина сплаченого акцизного збору – 60 грн.

4. Розрахуйте величину чистого прибутку, що його отримує підприємець від реалізації виробу, за такими даними: величина акцизного збору складає 120 грн., ставка акцизного збору – 0,3, витрати на виробництво одного виробу – 60 грн.

5. Розрахуйте величину чистого прибутку, що його отримує підприємець від реалізації одного виробу, за такими даними: величина акцизного збору складає 133,33 грн., ставка акцизного збору – 0,4, витрати на виробництво одного виробу в 3 рази більші за величину чистого прибутку.

6. Розрахуйте величину чистого прибутку, що його отримує підприємець від реалізації одного виробу, за такими даними: ціна реалізації виробу складає 2400 грн., ставка податку на додану вартість – 0,2, ставка акцизного збору – 0,5. Витрати на виробництво одного виробу в 4 рази більші за величину чистого прибутку.

7. Розрахуйте оптову ціну одного виробу за такими даними: ставка акцизного збору – 0,5, ставка податку на додану вартість – 0,2, витрати на виробництво одного виробу в 3 рази більші за величину чистого прибутку. Ціна реалізації виробу – 1200 грн.

8. Розрахуйте вільну ринкову ціну виробу за такими даними: ставка акцизного збору – 0,5, ставка податку на додану вартість – 0,2, витрати на виробництво одного виробу в 3 рази більші за величину чистого прибутку. Ціна реалізації виробу – 1200 грн.

9. Розрахуйте ціну реалізації одного виробу за такими даними: оптова ціна виробу – 500 грн., ставка акцизного збору – 0,5, величина податку на додану вартість – 400 грн.

10. Розрахуйте ціну реалізації одного виробу за такими даними: витрати на виробництво одного виробу – 100 грн., величина чистого прибутку – 50 грн., ставка акцизного збору – 0,4, ставка податку на додану вартість – 0,2.

11. Розрахуйте витрати на виробництво одного виробу за такими даними: величина акцизного збору – 100 грн., ставка акцизного збору – 0,5, величина чистого прибутку – 10 грн.

12. Розрахуйте ставку податку на додану вартість за такими даними: витрати на виробництво одного виробу складають 200 грн., величина чистого прибутку – 80 грн., ставка акцизного збору – 0,3, ціна реалізації виробу дорівнює 520 грн.

13. Підприємство виготовляє вироби і реалізує їх на ринку за ціною реалізації 15 тис. грн. Витрати на виробництво одного виробу – 5 тис. грн., величина чистого прибутку – 1 тис. грн. Ставка акцизного збору в два рази вища за ставку податку на додану вартість.

Розрахуйте ставку акцизного збору та ставку податку на додану вартість.

14. Підприємство виготовляє вироби на реалізує їх на ринку за ціною реалізації 480 грн. Витрати на виробництво одного виробу – 150 грн., величина акцизного збору, що його сплачує підприємство, – 50 грн. Ставка податку на додану вартість – 0,2.

Розрахуйте величину чистого прибутку, який підприємство отримує від реалізації одного виробу.

15. Підприємство виготовляє та продає вироби за ціною реалізації 450 грн., отримуючи від кожного по 50 грн. чистого прибутку. Ставка акцизного збору – 0,3. Ставка податку на додану вартість – 0,2.

Розрахуйте витрати підприємства на виробництво одного виробу.

16. Чистий прибуток, величина акцизного збору, податок на додану вартість та витрати підприємства на виробництво одного виробу співвідносяться між собою в пропорції 1:2:3:4.

Розрахуйте ставку податку на додану вартість та ставку акцизного збору, якщо виріб продається на ринку за ціною реалізації 500 грн.

17. Підприємство виготовляє та продає на ринку певні вироби. Витрати на виробництво одного виробу дорівнюють 250 грн., величина чистого прибутку – 50 грн. Ставка податку на додану вартість – 0,2.

Розрахуйте, як зміниться ціна реалізації виробу, якщо держава запровадить акцизний збір на ці вироби зі ставкою 0,5.

18. Підприємство виготовляє і продає на ринку вироби за ціною реалізації 10,5 тис. грн. Оптова ціна виробу – 7 тис. грн., ставка акцизного збору дорівнює 0,25.

Розрахуйте величину податку на додану вартість.

19. Підприємство реалізує на ринку вироби. Витрати на виробництво одного виробу – 200 грн., чистий прибуток з кожного – 100 грн. Ставка акцизного збору – 0,4, а ставка податку на додану вартість – 0,2.

Визначте, як зміниться ціна реалізації виробу, якщо держава запровадить регулювання рентабельності виробів шляхом встановлення граничного рівня рентабельності в 20% (тобто, величина чистого прибутку не може перевищувати витрат на виробництво одного виробу більше ніж на 20%).

20. Підприємство виготовляє та реалізує на ринку свої вироби. Витрати на виробництво одного виробу – 4 тис. грн. Ставка акцизного збору дорівнює 0,4, ставка податку на додану вартість – 0,2. Ціна реалізації виробу дорівнює 8,4 тис. грн.

Розрахуйте величину чистого прибутку, який отримує підприємство від реалізації одного виробу.

21. Підприємство виготовляє та продає на ринку вироби за ціною реалізації 23,4 тис. грн. Витрати на виробництво одного виробу дорівнюють 13 тис. грн., величина чистого прибутку – 2 тис. грн. Ставка податку на додану вартість – 0,2.

Розрахуйте ставку акцизного збору та його величину.

22. Підприємство виготовляє та реалізує на ринку свої вироби. Витрати підприємства на виробництво одного виробу – 20 тис. грн., величина чистого прибутку від реалізації кожного – 5 тис. грн. Ставка акцизного збору – 0,5. Ставка податку на додану вартість – 0,2. В результаті зниження попиту на дану продукцію ціни реалізації впали на 10%.

Розрахуйте, яку величину чистого прибутку втратило підприємство на одному виробі.

23. Підприємство виготовляє та продає на ринку свої вироби. Оптова ціна виробу – 1000 грн. Ціна реалізації – 2000 грн. Ставка акцизного збору в 4 рази перевищує ставку податку на додану вартість.

Розрахуйте ставку акцизного податку та ставку податку на додану вартість.

24. Підприємство виготовляло та продавало свої вироби за ціною реалізації, яка склалася на ринку, сплачуючи при цьому акцизний збір та податок на додану вартість. Ставка акцизного збору була в 2 рази більшою за ставку податку на додану вартість.

Витрати на виробництво одного виробу – 300 грн., чистий прибуток з кожного – 100 грн. Підвищення ставки податку на додану вартість в 2 рази призвело до того, що підприємство почало отримувати чистий прибуток тільки 60 грн. з кожного виробу. Ціна реалізації виробів не змінилась.

Розрахуйте величину ставки акцизного збору.

25. Підприємство виготовляло та продавало свої вироби за ціною реалізації, яка склалася на ринку, сплачуючи при цьому акцизний збір та по-

даток на додану вартість. Ставка податку на додану вартість була в 2 рази більшою за ставку акцизного збору. Витрати на виробництво одного виробу – 800 грн., чистий прибуток з кожного виробу – 200 грн.

Зниження ставки акцизного збору в 2 рази привело до збільшення чистого прибутку підприємства до 300 грн. з кожного виробу. Ціна реалізації виробів не змінилась.

Розрахуйте величину ставки податку на додану вартість.

26. Підприємство виготовляло та продавало свої вироби за ціною реалізації, яка склалася на ринку, сплачуючи при цьому акцизний збір та податок на додану вартість. Ставка акцизного збору була в 2 рази більшою за ставку податку на додану вартість. Витрати на виробництво одного виробу склали 500 грн., чистий прибуток з кожного виробу – 300 грн.

Підвищення ставки акцизного збору в 2 рази призвело до того, що підприємство почало отримувати чистий прибуток тільки 100 грн. з кожного виробу. Ціна реалізації виробів не змінилась.

Розрахуйте величину ставки податку на додану вартість.

27. Підприємство виготовляло та продавало свої вироби за ціною реалізації, яка склалася на ринку, сплачуючи при цьому акцизний збір та податок на додану вартість. Ставка акцизного збору була в 2 рази нижчою за ставку податку на додану вартість. Витрати на виробництво одного виробу склали 500 грн., чистий прибуток з кожного виробу – 100 грн.

Зниження ставки податку на додану вартість в 3 рази привело до того, що підприємство почало отримувати чистий прибуток з кожного виробу на 150 грн. більший. Ціна реалізації виробів не змінилась.

Розрахуйте величину ставки акцизного збору.

28.5 Відповіді на задачі

- | | | | |
|--------------------|-----------------------------|----------------|--------------|
| 1. 250 грн. | 2. 0,6. | 3. 0,2. | 4. 220 грн. |
| 5. 50 грн. | 6. 200 грн. | 7. 500 грн. | 8. 1000 грн. |
| 9. 1400 грн. | 10. 300 грн. | 11. 90 грн. | 12. 0,3. |
| 13. 0,5 та 0,25. | 14. 200 грн. | 15. 212,5 грн. | |
| 16. 0,25 та 0,375. | 17. Збільшиться на 360 грн. | | |
| 18. 1,17 тис. грн. | 19. Зменшиться на 120 грн. | | |
| 20. 0,2 тис. грн. | 21. 0,23 та 4,5 тис. грн. | | |
| 22. 2,5 тис. грн. | 23. 0,11. | | |
| 24. 0,25. | 25. 0,33. | | |
| 26. 0,1. | 27. 0,214. | | |

Тема: “Участь підприємців у роботі виставок та ярмарок”

Мета: отримання студентами теоретичних знань та практичних навичок з підготовки документів та розрахунку основних витрат суб'єкта підприємництва, який бажає взяти участь у роботі виставки або ярмарки.

29.1 Теоретична частина

Виставки та ярмарки стали звичайним явищем у нашому житті. Відвідування цих заходів дає змогу ознайомитися з новинками в тій чи іншій галузі, розширити коло потенційних споживачів та постачальників. Саме на виставках та ярмарках можна оцінити рівень продукції конкурентів.

Участь підприємців у виставках і ярмарках із демонстрацією товарів або послуг є винятково рекламним заходом.

Виставка – це захід, під час якого експонуються товари та послуги підприємств з однієї або декількох країн, однієї або декількох галузей економіки з метою вивчення попиту на них і сприянню їх реалізації на певному ринку.

Ярмарок – це короткострокова виставка, що регулярно повторюється у певному місці під традиційною назвою в обумовлений термін з метою продажу товарів. Ярмарки поділяються на оптові та роздрібні.

Оптовий ярмарок передбачає демонстрацію товарів для ознайомлення з ними потенційних покупців і укладання оптових торговельних угод за виставленими зразками. Після закінчення демонстрації виставлені зразки нерідко продаються. *Роздрібний* ярмарок – тимчасовий або щоденний діючий торг, на який доставляються товари для роздрібного продажу. Обидва заходи мають за мету прорекламувати товари чи послуги й реалізувати їх.

Витрати підприємств на участь у виставках і ярмарках законодавчо не обмежені і підлягають включенню до складу витрат на збут у бухгалтерському обліку та до складу валових витрат – у податковому. Лімітується лише сума витрат на безкоштовну роздачу зразків. Податок на додану вартість у витратах на участь у виставках включається до складу податкового кредиту за умови, що його сума підтверджена податковою накладною, а самі витрати включено до складу валових витрат.

Процедура участі підприємця у роботі виставки або ярмарку передбачає проведення певних робіт.

1-й крок: укладання договору з організаторами виставки або ярмарку. Зразок такого договору подано на рис. 29.1.

ДОГОВІР НА УЧАСТЬ У ВИСТАВЦІ (ЯРМАРКУ)

м. _____ "____" _____ 200__ р.
ОРГКОМІТЕТ _____ в особі директора, який діє на підставі Статуту, з одного боку, і УЧАСНИК _____ в особі _____, який діє на підставі доручення № __ від "____" _____ 200__ р., з другого боку, склали цей Договір про:

1 ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

УЧАСНИК подає для експонування на виставці (ярмарку) зразки своєї продукції і товарів, а ОРГКОМІТЕТ організовує виставку цих товарів і продукції, сприяє укладанню взаємовигідних договорів між УЧАСНИКОМ і третіми особами, а також надає УЧАСНИКУ додаткові послуги.

2 ОBOB'ЯЗКИ ОРГКОМІТЕТУ

ОРГКОМІТЕТ згідно з цим договором зобов'язаний:

- забезпечити умови для успішного функціонування заходу;
- надати УЧАСНИКУ необхідні приміщення (склад, сховище, демонстраційну площу, службове приміщення з телефоном тощо);
- забезпечити умови для найефективнішого експонування зразків продукції УЧАСНИКА (освітлення, дизайн, доступ, покажчики тощо);
- внести відомості про УЧАСНИКА та його продукцію і товари до каталогів і проспектів виставки;
- надати у користування телефонний і телефаксний зв'язок;
- гарантувати збереження зразків продукції, товарів та іншого майна УЧАСНИКА на території ОРГКОМІТЕТУ.

У цій статті сторони можуть домовитись про будь-які умови експонування.

3 ОBOB'ЯЗКИ УЧАСНИКА

УЧАСНИК зобов'язується:

- у термін _____ до початку функціонування виставки (ярмарку) подати ОРГКОМІТЕТУ відомості, необхідні для участі в заході: розмір необхідних демонстраційних площ, умови експонування, зберігання, а також іншу інформацію за вимогою ОРГКОМІТЕТУ;
- у термін до _____ надати в розпорядження ОРГКОМІТЕТУ зразки товарів;
- забезпечити під час проведення заходу супровід демонстрації експонатів поясненнями своїх фахівців.

4 ПОРЯДОК ОПЛАТИ ПОСЛУГ ОРГКОМІТЕТУ

УЧАСНИК здійснює таку оплату:

- внесок на право участі _____ грн.;
 - оплату за оренду приміщення _____ грн.;
 - оплату за охорону і зберігання зразків продукції і товарів _____ грн.;
 - інші _____ грн.;
- Усього (з урахуванням ПДВ) _____ грн.

УЧАСНИК оплачує ОРГКОМІТЕТУ _____ % від суми всіх договорів, укладених під час проведення заходу.

5 ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

Термін оплати _____.

Форма розрахунків _____.

6 ТЕРМІН ДОГОВОРУ

Цей договір діє з моменту його підписання до завершення заходу, тобто до "____" _____ 200__ р.

Експонати повинні бути вивезені з території ОРГКОМІТЕТУ в термін до "____" _____ 200__ р.

7 ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

Сторони відповідно до цього договору відповідальні:

ОРГКОМІТЕТ _____.

УЧАСНИК _____.

8 ІНШІ УМОВИ

Цей договір набирає чинності з моменту підписання його сторонами і діє до моменту його остаточного виконання, але в будь-якому випадку до “_”_200_ р.

Цей договір укладено у двох примірниках, по одному для кожної сторони.

У випадках, не передбачених цим договором, сторони керуються чинним законодавством.

ЮРИДИЧНІ АДРЕСИ, БАНКІВСЬКІ РЕКВІЗИТИ І ПІДПИСИ СТОРІН

Рисунок 29.1 – Зразок договору на участь у виставці або ярмарку

2-й крок: підготовка та підписання наказу про участь у роботі виставки або ярмарку. Зразок такого наказу наведений на рис. 29.2.

НАКАЗ

20.03.2005 р.

м. Вінниця

“Про участь у виставці “Меблі-2005” з метою реклами власної продукції та укладання договорів на продаж за встановленими зразками”

З метою реклами продукції, що випускається, укладання договорів на продаж за виставленими зразками наказую:

1. Взяти участь у виставці, що буде проведена у м. Дніпропетровську з 13 по 15 грудня 2005 р.

2. Начальнику виробничої ділянки Марченку О.П. підготувати виставкові зразки продукції до 5 грудня 2005 р.

3. Начальнику відділу маркетингу Кравцю С.С. для перевезення виставкових зразків укласти договір оренди з автотранспортним підприємством.

4. Для оформлення виставкової площі і реклами зразків продукції підприємства на час виставки терміном на 6 діб з 10 по 16 грудня 2005 року відрядити до м. Дніпропетровська:

- генерального директора Наливайка О.В.;
- заступника директора Гуцол А.А.;
- начальника відділу маркетингу Панасенка С.С.;
- менеджера Філатову К.Н.

5. Головному бухгалтеру Симоновій М.М.: оплатити всі витрати, пов'язані з участю у виставці.

Генеральний директор

Наливайко О.В.

Рисунок 29.2 – Зразок наказу про участь у роботі виставки

3-й крок: розрахунок витрат на участь у роботі виставки або ярмарку. Ці витрати можуть передбачати: оплату рекламної площі, оплату за участь у заході; оренду стелажів та виставкових стендів, оренда вітрин та інших

пристроїв для розміщення експонатів; упакування, транспортування, супровід і охорона, зберігання зразків, що виставляються; підготовка і видання каталогів, рекламних буклетів, проспектів тощо; розробка і виготовлення стелажів, виставкових стендів, вітрин та інших пристроїв для розміщення експонатів; витрати на відрядження працівників, які беруть участь в іногородніх виставках тощо.

Розрахунок витрат здійснюється на підставі чинних нормативів (наприклад, на відрядження працівників), тарифів на перевезення вантажів тими чи іншими видами транспорту, розцінками на надання тих чи інших послуг тощо.

4-й крок: участь в роботі виставки або ярмарку.

5-й крок: підбиття результатів участі в роботі виставки або ярмарку. До них можна віднести: аналіз власної продукції в порівнянні з конкурентами та визначення напрямків її удосконалення, обґрунтування цінової політики, аналіз фактичних витрат участі в роботі виставки, *підрахунок можливого збільшення* обсягів виробництва та прибутків підприємства у зв'язку з виконанням укладених на виставці договорів.

Для підтвердження фактичних витрат потрібно мати правильно оформлені первинні документи. До них відносяться: запрошення на виставку; наказ керівника про участь у виставці; наказ керівника про призначення працівників, які беруть участь у проведенні виставки; рахунки на оплату будь-яких послуг, пов'язаних із виставкою; платіжні документи про сплату; посвідчення про відрядження, авансові звіти тощо.

Участь у роботі виставки можна вважати *доцільною та ефективною*, якщо витрати, що їх здійснить підприємець, будуть перекриті додатковим чистим прибутком, який він отримає за рік. Умовою ефективності участі підприємця в роботі виставки (ярмарку) є:

$$\frac{\text{ЧП}}{1 + \alpha} > B \quad \text{або} \quad \frac{\text{ЧП}}{1 + \alpha} = (1,1 \dots 2) \cdot B, \quad (29.1)$$

де ЧП – додатковий чистий прибуток, який отримає підприємець протягом року після участі в роботі виставки або ярмарку, грн.;

(1,1...2) – коефіцієнт, який враховує вид продукції, терміни її виготовлення, ціну реалізації тощо;

B – витрати на участь в роботі виставки або ярмарку, грн.;

α - прогнозований рівень інфляції в країні за рік, в відносних одиницях.

29.2 Завдання для самостійного виконання

В м. Вінниці є підприємець, який виготовляє певну продукцію. З метою рекламування своєї продукції, налагодження ділових контактів з іншими підприємцями, отримання додаткових прибутків підприємць прийняв рішення про участь в роботі відповідної виставки. Інформація про

види продукції, що їх виготовляє підприємець, місце проведення виставки, загальна вартість продукції ЗВ, яку підприємець збирається поставити на виставку, наведені в таблиці 29.1.

Таблиця 29.1 – Початкові дані для виконання завдання

Варіант	Продукція	Місце виставки	ЗВ, тис. грн.	N, осіб	T, днів	S, кв.м	i , у відн. один.
1	Меблі	Київ	200	6	4	30	0,05
2	Канцтовари	Львів	30	2	5	7	0,04
3	Взуття	Тернопіль	50	4	6	10	0,06
4	Сорочки	Івано-Франківськ	45	3	5	8	0,07
5	Пальта	Луцьк	70	5	4	12	0,08
6	Електроприлади	Рівне	60	4	3	9	0,09
7	Комп'ютери	Чернівці	200	3	4	16	0,1
8	Телевізори	Хмельницький	180	5	5	15	0,11
9	Молочні продукти	Житомир	30	4	4	5	0,05
10	Ковбасні вироби	Суми	40	3	3	5	0,04
11	Консерви	Черкаси	38	5	4	6	0,06
12	Мобільні телефони	Дніпропетровськ	100	2	5	6	0,07
13	Тканини	Запоріжжя	80	2	4	10	0,08
14	Хутро	Херсон	300	3	3	8	0,09
15	Світильники	Миколаїв	78	4	4	13	0,1
16	Посуд	Донецьк	59	3	5	7	0,11
17	Компакт-диски	Харків	40	4	6	6	0,03
18	Книги	Луганськ	50	2	5	9	0,12
19	Крісла	Сімферополь	49	3	4	15	0,13
20	Мийні засоби	Севастополь	80	3	5	8	0,14
21	Ковдри	Чернігів	120	3	4	14	0,15
22	Валізи та сумки	Кривий Ріг	60	2	6	10	0,16
23	Інструмент	Одеса	40	4	5	8	0,17
24	Фарби	Ужгород	35	3	6	9	0,02
25	Одяг	Ялта	60	5	4	12	0,05
26	Чай, кава	Маріуполь	15	3	3	6	0,07
27	Печиво, цукерки	Бердянськ	38	3	4	6	0,09
28	Дитячі іграшки	Макіївка	60	2	4	9	0,11
29	Товари для немовлят	Кіровоград	47	2	5	9	0,13
30	Годинники	Полтава	75	3	6	5	0,04

Керуючись даними таблиці 29.1, потрібно:

1. Самостійно визначити номенклатуру (5-10 позицій) продукції, яку підприємець може поставити на виставку.

2. Укласти з організаторами виставки договір на участь у роботі виставки. При цьому передбачити в договорі такі витрати підприємця: внесок на право участі; оплату за оренду приміщення; оплату за охорону і зберігання зразків товарів; внесення до каталогу виставки.

3. Підготувати наказ про участь у роботі виставки. Кількість працівників N, яких планується спорядити на виставку, тривалість виставки T (днів) наведені в таблиці 29.1. Посади відряджуваних визначити самостійно.

4. Розрахувати витрати підприємця на участь у роботі виставки. До основних витрат віднести: внесок на право участі; оплату оренди примі-

щення та виставкових стендів; оплату за охорону і зберігання зразків продукції та товарів; оплату внесення до каталогу виставки; доставку продукції до місця виставки та у зворотному напрямку (оренда транспортного засобу); виготовлення рекламних буклетів; витрати на відрядження персоналу – добові; оплату проживання в готелі; проїзд тощо.

Примітка. Внесок на право участі в роботі виставки прийняти в сумі (200...300) грн.

Оплату за оренду приміщення та виставкових стендів прийняти як (100...200) грн. за 1 кв.м. Площа орендованого приміщення та стендів S наведена в таблиці 29.1.

Оплату за охорону і зберігання зразків продукції та товарів прийняти як (3...10)% від загальної вартості продукції, яка поставляється на виставку.

Витрати на внесення до каталогу виставки прийняти в сумі (200...400) грн.

Витрати на доставку продукції на виставку та у зворотному напрямку розраховувати із нормативу (1,5...2) грн. за транспортування вантажу на відстань 1 км. Для цього потрібно визначити відстань між м. Вінницею та пунктом, де відбувається виставка (за довідниками або картами). Якщо вся продукція буде реалізована на виставці, то витрат на зворотний шлях не буде.

Витрати на виготовлення рекламних буклетів прийняти в сумі (500...800) грн.

Витрати на відрядження підраховувати таким чином:

- добові – по 18 грн. на особу на добу;
- проїзд – по (0,07...0,15) грн. за 1 км проїзду туди і назад на особу;
- проживання в готелі – по (50...100) грн. на особу за ніч.

5. Керуючись формулою 29.1, розрахувати при якому мінімальному збільшенні річного чистого прибутку участь підприємця в роботі виставки буде вважатися успішною. Прогнозований річний рівень інфляції *i* наведений в таблиці 29.1.

6. Зробити висновки.

29.3 Питання для самоконтролю

1. Охарактеризуйте поняття “виставка” та “ярмарок”. З якою метою підприємець бере в них участь?

2. Охарактеризуйте процедуру участі підприємця в роботі виставки або ярмарку.

3. Які витрати несе підприємець, який бере участь в роботі виставки або ярмарку. Як розраховуються ці витрати?

4. Як визначити ефективність участі підприємця в роботі виставки або ярмарку?

ЛІТЕРАТУРА

1. Бовин А.А., Чередникова Л.Е. Интеллектуальная собственность: экономический аспект: Учебное пособие. – Новосибирск: ИНФРА-М; 2001. – 216 с.
2. Бусигін А.В. Предпринимательство: Учебник. – М.: Дело, 2001. – 640 с.
3. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навч. посібник. – К.: Знання-ПресЮ; 2002. – 239 с.
4. Генри Форд. Моя жизнь – мои достижения. – М.: «Финансы и статистика», 1989. – 206 с.
5. Господарський кодекс України.
6. Джини Грехем Скотт. Сила ума. Описание пути к успеху в бизнесе. – Внешнеторгиздат, Киев, 1991. – 200 с.
7. Дип С., Сасмен Л. 2000 советов бизнесмену. – СПб: Питер Пресс, 1997. – 384 с.
8. Закон України «Про господарські товариства» від 19 вересня 1991 року.
9. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 14 травня 1992 року.
10. Закон України «Про промислово-фінансові групи в Україні» від 21 листопада 1995 року.
11. Закон України «Про кредитні спілки» від 20 грудня 2001 р.
12. Закон України «Про споживчу кооперацію» від 10 квітня 1992 року.
13. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців» від 15 травня 2003 року.
14. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» від 1 червня 2000 року.
15. Закон України «Про охорону прав на знаки товарів і послуг» від 15 грудня 1993 року.
16. Закон України «Про авторське право і суміжні права» від 23 грудня 1993 року.
17. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 року.
18. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 7 червня 1996 року.
19. Камаев В.Д. и колл. авт. Экономическая теория – М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1998 – 640 с.: ил.
20. Кийосаки Р.Т., Лектер Ш.Л. Богатый папа, бедный папа /Пер. с англ. Е.А.Мартинкевич; 2-е изд. – Мн: ООО "Попурри", 2002. – 272 с.
21. Кісельов А.П. Основи бізнесу: Підручник. – К.: Вища шк., 1998. – 191 с.
22. Козловський В.О. Основи підприємництва. Практикум, видання 4-е, доповнене. – Вінниця, ВНТУ, 244 с.
23. Колот В.М., Щербина О.В. Підприємництво: Навч.-метод. посіб. для самостійн. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2003. – 160 с.
24. Котлер Филипп, Армстронг Гарри, Сондерс Джон, Вонг Вероника – Основы маркетинга, 1999.
25. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чеботар С.І. Основи підприємницької діяльності: Посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 280 с.
26. Основы экономической теории: Учебник / С.В.Мочерный, В.К.Симоненко, В.В., Секретарюк, А.А.Устенко; Под общ. ред. С.В.Мочерного. – К.: О-во «Знання», КОО, 2000. – 607 с.
27. Основы предпринимательского дела. Благородный бизнес. /Под ред. Ю.М.Осипова. – 432 с.

28. Павловський М.А. Макроекономіка перехідного періоду: Український контекст. – К.: Техніка, 1999. – 336.
29. Підприємницька діяльність: Посібник /Під ред. В.О.Козловського. – Вінниця: 1997. – 304 с.
30. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посібник. – К.:КНЕУ, 1998. – 352 с.
31. Предпринимательство: Учебник для вузов /Под ред. проф. В.Я.Горфинкеля, проф. Г.Б.Поляка, проф. В.А.Швандара. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999. – 475 с.
32. Предпринимательство и бизнес: Учебн. пособие /Авторы-составители Л.П.Дашков, А.И.Данилов, Е.Б.Тютюкина. – М.: Инфор.-внедренческий центр «Маркетинг», 1996. – 304.
33. Прингл Х. Энергия торговой марки – М.: Томпсон, 2001.
34. Пруссова Л.Г. Основы ринкової економіки: Виробничо-практичне видання: – К.: РВО “Поліграфкнига”, 1993. – 304 с.
35. Роберт Т.Кийосаки, Шарон Л.Лектер. Квадрант денежного потока, – "Эридан", 2001, – 192 с.
36. Рыночная экономика: Учебник. В 3 т. Т.2 Часть 1. Основы бизнеса. – М.: «Соминтэк», 1992. – 164 с.
37. Сизоненко В.О.Підприємництво: Підручник. – К.: Вікар, 1999. – 438 с.
38. Стонер Джеймс А.Ф., Долан Едвін Г. Вступ у бізнес: Пер. з англ. /Заг. ред. і вступ. сл. Й.С.Завадського. – К.: 2000. – 752 с.
39. Татеиси Кадзума. Вечный дух предпринимательства. – М.: Моск. бизнес. 1990.
40. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия: Пер. с нем. /Под ред. проф. А.Г.Поршнева. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 512 с.
41. Экономика и бизнес /Под ред. В.Д.Камаева. - М.: МГТУ, 1993. - 464 с.

Навчальне видання

Володимир Олександрович Козловський,
Погріщук Борис Васильович

**Основи підприємництва.
Практикум**

Навчальний посібник

Видання 5-е, доповнене та перероблене

Відповідальний редактор В.М.Синюка
Оригінал-макет підготовлений авторами

Видавництво ТзОВ „Терно-Граф”
Реєстраційне свідоцтво
Серія ТР № 24

Підписано до друку 07.04.2005 р.
Формат 60 x 86/16. Папір офсетний
Гарнітура Times New Roman
Друк. різнографічний. Ум. друк. арк. 17,26
Тираж 500 прим. Зам. № 543

Віддруковано у ТзОВ „Терно-Граф”
м. Тернопіль, вул. Текстильна, 18
Тел. (0352) 27-64-34