

І. В. Шварц, А. С. Красівська, Т. М. Білоконь

Підприємництво



Міністерство освіти і науки України
Вінницький національний технічний університет

І. В. Шварц, А. С. Краєвська, Т. М. Білоконь

Підприємництво

**Електронний навчальний посібник
комбінованого (локального та мережного) використання**

Вінниця
ВНТУ
2022

УДК 334.72(075.8)

ШЗЗ

Рекомендовано до видання Вченою радою Вінницького національного технічного університету Міністерства освіти і науки України (протокол № 4 від 29.11.2022 р.).

Рецензенти:

І. Ю. Єпіфанова, доктор економічних наук, професор

О. В. Мороз, доктор економічних наук, професор

І. В. Гнидюк, кандидат економічних наук, доцент

Шварц, І. В.

ШЗЗ Підприємництво : електронний навчальний посібник комбінованого (локального та мережного) використання [Електронний ресурс] / Шварц І. В., Краєвська А. С., Білоконь Т. М. – Вінниця : ВНТУ, 2022. – 130 с.

Навчальний посібник містить теоретичні матеріали з підприємництва, а також набір завдань, які охоплюють практичні аспекти здійснення підприємницької діяльності. Наводяться практичні завдання та методики їх виконання, питання для перевірки знань, тести, що сприяють засвоєнню набутих знань, умінь і навичок. Навчальний посібник може бути використаний студентами економічних спеціальностей при вивченні окремих тем з дисциплін «Основи підприємництва», «Організація підприємницької діяльності», «Інноваційне підприємництво».

УДК 334.72(075.8)

© ВНТУ, 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	4
Тема 1 Генерування бізнес-ідеї та її тестування	5
Тема 2 Державна реєстрація суб'єктів підприємництва – юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців	15
Тема 3 Розробка і реєстрація знака для товарів і послуг	25
Тема 4 Визначення потреби в капіталі, необхідному для початку підприємницької діяльності	32
Тема 5 Дослідження галузі для здійснення підприємницької діяльності	39
Тема 6 Розрахунок сум основних податків у підприємницькій діяльності	45
Тема 7 Порівняння умов кредитування суб'єкта підприємництва у різних банках	56
Тема 8 Порівняння ефективності інвестування у різні підприємницькі проекти	61
Тема 9 Планування доходів і витрат у підприємницькій діяльності	71
Тема 10 Відкриття власної справи на умовах франчайзингу	79
Тема 11 Побудова власної франчайзингової мережі	88
Тема 12 Розробка договору франчайзингу	96
Список використаної та рекомендованої літератури	105
ДОДАТКИ.....	107

ВСТУП

Підприємництво відіграє особливу роль в економіці країни, забезпечуючи розвиток продуктивних сил суспільства. Накопичений досвід індустріально розвинутих країн з ринковою економікою незаперечно підтверджує, що підприємництво – необхідна умова досягнення економічного зростання. Оскільки підприємництво розвивається в різних сферах діяльності, існує необхідність вивчення основ підприємництва студентами як економічних, так і технічних спеціальностей.

Актуальність цього посібника полягає в тому, що він, насамперед, орієнтований на студентів, які здобувають вищу освіту та розглядають можливість започаткування власного бізнесу у майбутньому.

Навчальний посібник складається з 12 тем, які можуть бути використані студентами в процесі вивчення окремих тем з дисциплін «Основи підприємництва», «Організація підприємницької діяльності», «Інноваційне підприємництво». Кожна тема цього посібника містить короткі теоретичні відомості, а також практичні завдання та методики їх виконання, контрольні і тестові питання для самостійної перевірки знань.

Курс «Підприємництво» орієнтований на формування навичок генерування бізнес-ідей та їх тестування; здійснення державної реєстрації суб'єктів підприємництва – юридичних осіб і фізичних осіб – підприємців; розроблення і реєстрації знака для товарів і послуг; дослідження ринку для здійснення підприємницької діяльності; розрахунок потреби в капіталі для започаткування бізнесу; планування доходів і витрат у підприємницькій діяльності; розрахунок сум основних податків у підприємницькій діяльності; розрахунок вартості залучення кредитних коштів для здійснення підприємницької діяльності та порівняння умов кредитування у різних банках; оцінювання показників ефективності інвестування у різні варіанти підприємницьких проєктів; командну роботу та вміння цілісно оцінити проблему і знайти колегіальне рішення; аналіз умов франчайзингового підприємництва та розробку франшизи; аналіз готовності власного бізнесу до франчайзингу та розробку власної франшизи; розробку договору комерційної концесії (франчайзингу).

Виконання наведених у посібнику завдань забезпечує формування у студентів таких компетентностей: здатність виявляти ініціативу та підприємливість; здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких структур; здатність створення та ведення власного бізнесу на базі стартап проєктів з використанням інноваційних та інформаційних технологій; здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємництва; здатність визначати та виконувати професійні завдання з організації підприємницьких структур та ін.

ТЕМА 1 ГЕНЕРУВАННЯ БІЗНЕС-ІДЕЇ ТА ЇЇ ТЕСТУВАННЯ

Короткі теоретичні відомості

Будь-яка бізнес-ідея є результатом творчого мислення та підприємницької активності. Важливо, щоб генерована бізнес-ідея давала можливість підприємцю реалізувати себе, свій талант, темперамент, знання, вміння, навички, інтуїцію. Бізнес-ідея має суттєві шанси на успішну реалізацію, якщо сфера її втілення відповідає інтересам підприємця та не суперечить його цінностям.

Генерування бізнес-ідеї – це творчий процес креативного мислення підприємця, в першу чергу це інтелектуальна діяльність, в результаті якої формується інформаційний прообраз майбутнього бізнесу.

Будь-яка підприємницька ідея має бути націлена на задоволення потреб потенційного споживача. Генеруючи бізнес-ідею, підприємець, по-перше, створює образ привабливого та корисного для споживача продукту (товару, послуги), а по-друге, формує чітке уявлення про те, шляхом яких конкретних дій можуть бути задоволені потреби потенційного покупця.

Підприємницька ідея – це результат творчого пошуку, що вимагає від підприємця певної економічної активності, в якій поєднуються потенційні або реальні потреби ринку в певних послугах (або товарах) з можливостями підприємця створити ці послуги (товари) та отримати додатковий дохід від реалізації нововведення (інновації).

Розроблення бізнес-ідеї передбачає:

- 1) глибоке розуміння потреб та потенційної поведінки клієнта/споживача;
- 2) визначення перспективного ринку (сегмента ринку) для підприємницької діяльності;
- 3) аналіз рівня конкуренції на обраному ринку (сегменті ринку);
- 4) вибір і застосування можливих технологій;
- 5) оцінювання ресурсних можливостей;
- 6) розуміння зовнішніх і внутрішніх обмежень (законодавство, власний досвід, знання підприємця).

Якщо є бажання займатися підприємницькою діяльністю, але відсутні варіанти бізнес-ідей, потрібно використати доступні джерела нових ідей, які знаходяться в найближчому оточенні (рис. 1.1).

Основні джерела бізнес-ідеї можна об'єднати в такі групи.

- Знання та досвід. Знання, отримані у закладах освіти, а також практичний досвід у цій сфері підприємця-початківця, батьків, родичів та знайомих.

- Споживачі. Задоволення попиту споживачів – основна мета виробництва будь-якого товару або надання послуги. Тому скарги та

відгуки споживачів, думки та висловлювання щодо задоволеності існуючим продуктом (товаром, послугою) чи бажання отримати абсолютно новий продукт можуть надихати на нові підприємницькі ідеї.

- Конкуренти. Дослідження певних груп продукції (товарів, послуг) на ринку, аналіз їх властивостей, рівня цін тощо можуть сприяти появі нової ідеї.

- Поради працівників збуту та торговельних представників. Завдяки професійному консультуванню з працівниками збуту та спілкуванню з торговельними агентами можна згенерувати нову бізнес-ідею.

- Публічна інформація. Публікації у професійних виданнях, відвідування ярмарок і виставок інноваційних проєктів; відомості, що отримані з засобів масової інформації (радіо, телебачення, газети, журнали тощо) можуть надихати на нові бізнес-ідеї.

- Результати наукових досліджень. Теоретичні та прикладні наукові дослідження; дослідно-конструкторські розробки; інформаційні листи патентних бюро сприяють появі інноваційних ідей для бізнесу.

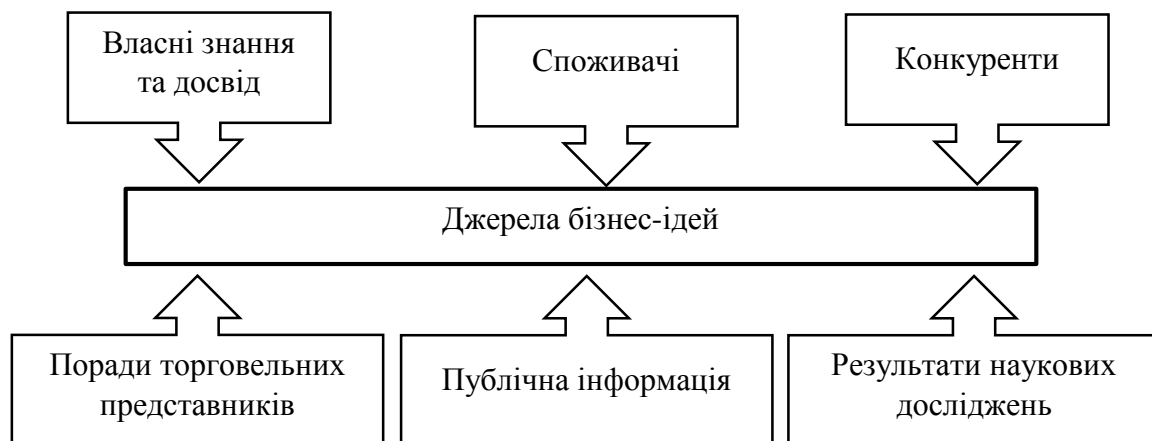


Рисунок 1.1 – Основні джерела бізнес-ідей

Сьогодні виділяють такі основні науково обґрунтовані **методи творчого пошуку підприємницьких ідей**:

1. *Індивідуальні методи творчого пошуку*:

- аналогії;
- ідеалізації;
- інверсії.

2. *Колективні методи пошуку*:

- «мозкового штурму»;
- зворотного «мозкового штурму»;
- конференції ідей;
- колективного блокнота.

3. *Методи активізації пошуку*:

- контрольних запитань;

- фокусних об'єктів;
- морфологічного аналізу.

Метод аналогії – один із найбільш універсальних і водночас простих евристичних прийомів пошуку нових ідей та оригінальних рішень творчих завдань. Даний метод служить ефективним способом активізації творчого мислення та уяви, технікою усунення психологічної інерції, подолання розумових бар'єрів та стереотипів.

Метод ідеалізації заснований на процесі абстракції, формуванні ідеалізованого об'єкта, теоретичних моделей.

Метод інверсії – це специфічний метод, що передбачає пошук ідей від протилежного і привчає до гнучкості мислення, відмови від традиційних рішень, дозволяє долати психологічну інерцію.

Метод «мозкового штурму» – найбільш відомий метод генерування нових ідей шляхом творчої співпраці групи фахівців. Даний метод являє собою організовану для рішення певної проблеми дискусію, учасники якої формулюють і розвивають власні ідеї, ідеї своїх колег, використовують одні ідеї для розвитку інших, комбінують їх. При цьому важливо не допускати критику і негативні коментарі; не засуджувати нові ідеї і пропозиції; заохочувати вільне творче мислення – чим більш фантастична ідея, тим краще; забезпечувати генерування якомога більшої кількості ідей; комбінувати їх.

Зворотний «мозковий штурм», на відміну від прямого, націлений на критику ідей, що висловлюються. Дискусія в цьому випадку направлена на всебічний аналіз недоліків бізнес-ідеї.

Метод конференції ідей відрізняється від методу «мозкового штурму» можливістю доброзичливої критики у формі реплік і коментарів. Спочатку всі нові ідеї фіксуються в протоколі анонімно, тобто без вказання їх авторів, після чого відбувається колективне обговорення ідей в доброзичливій атмосфері.

Метод колективного блокнота поєднує індивідуальне незалежне висунення ідей кожним членом робочої групи з колективним їх оцінюванням. Зокрема, кожний учасник групи отримує блокнот, в якому в доступній формі викладена суть проблеми, що вирішується. Протягом певного часу учасники записують в блокнот власні думки щодо вирішення існуючої проблеми. Потім ці блокноти здаються керівнику групи для узагальнення і систематизації інформації. Реалізація методу завершується творчою дискусією і обговоренням систематизованого матеріалу.

Метод контрольних запитань може застосовуватися як в індивідуальній роботі, коли дослідник сам собі задає питання і шукає на них відповіді, так і в колективному обговоренні проблеми.

Метод фокусних об'єктів полягає в перенесенні ознак випадково вибраних об'єктів на об'єкт (предмет, виріб, технологію тощо), що вдосконалюється.

Метод морфологічного аналізу враховує всі теоретично можливі варіанти вирішення проблеми, виходячи з закономірностей будови (морфології) об'єкта, що аналізується. Шляхом комбінування варіантів отримують безліч різних рішень, деякі з яких викликають практичний інтерес.

Для пошуку бізнес-ідей можна використовувати будь-який з указаних методів, проте саме метод «мозкового штурму» (або «брейнштормінг» в перекладі з англійської brain storming) є найбільш популярним методом генерування творчих ідей. Його запропонував відомий американський діяч в сфері реклами Алекс Осборн у 1953 році. Мета «брейнштормінгу» – вийти за рамки традиційного мислення і знайти саме ту ідею, яку неможливо згенерувати шляхом стандартного процесу прийняття рішень. Мозковий штурм найчастіше відбувається в групах, хоча може бути й індивідуальним. Один із варіантів даного методу передбачає складання карти ідей.

Основні кроки генерування бізнес-ідей:

1. Заповнення карти ідей або списку ідей і вибір пріоритетної позиції з урахуванням власних умінь, знань, навичок, інтересів;
2. Формування потенційної підприємницької (комерційної) ідеї з урахуванням того, яку користь іншим принесе реалізація даної комерційної ідеї, які проблеми потенційних споживачів будуть вирішені.
3. Уточнення потенційної комерційної ідеї з урахуванням можливих змін в потребах, смаках та уподобаннях споживачів.
4. Удосконалення підприємницької ідеї за рахунок внесення, в разі потреби, змін.
6. Оцінювання підприємницької ідеї щодо можливості її реалізації.

Тестування на етапі створення бізнес-ідей дозволяє мінімізувати ризики, пов'язані з реалізацією ідей, які ідеально виглядають на папері, але є недієздатними на ринку. Зазвичай бізнес-ідеї тестуються за допомогою експериментів, які дозволяють зібрати інформацію про продукт від потенційних споживачів і вдосконалити бізнес-модель ще до виведення продукту на ринок.

Сьогодні існує велика кількість методів практичного тестування бізнес-ідей. При цьому, одні методи передбачають використання можливостей мережі Інтернет, інші базуються на спілкуванні з потенційними клієнтами і експертами.

Наприклад, можна створити «landing page» – сторінку сайту, яка допомагає зосередити увагу користувача на одній конкретній пропозиції (продаж певного товару чи послуги). Крім того, можна провести опитування в соціальних мережах, серед родичів, друзів і знайомих або організувати тестування за допомогою прямого інтернет-розсилання, онлайн опитування. При цьому запитання мають бути простими, ретельно продуманими та стосуватися виключно конкретного стартапу.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Мета роботи: сформувати навички генерування бізнес-ідеї та її тестування.

Виконання практичного завдання забезпечує формування нижчевказаних компетентностей.

- ✓ Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- ✓ Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.
- ✓ Здатність створення та ведення власного бізнесу на базі стартап проектів з використанням інноваційних та інформаційних технологій.

Завдання. Потрібно сформулювати бізнес-ідею, оцінити запропоновану комерційну ідею щодо можливості її реалізації.

Порядок виконання

1-ий крок. Формулювання комерційної ідеї

В першу чергу потрібно заповнити карту дослідження власних індивідуальних особливостей як підприємця. Для цього рекомендується дати відповіді та такі запитання:

1. Які Ваші інтереси, захоплення?
2. Які Ви маєте таланти, здібності, знання, вміння, навички?
3. Які Ваші основні життєві цінності?
4. Яку користь світу, суспільству, спільноті Ви хотіли б принести?

В результаті має вийти 4 пункти по декілька варіантів відповідей (рис. 1.2).

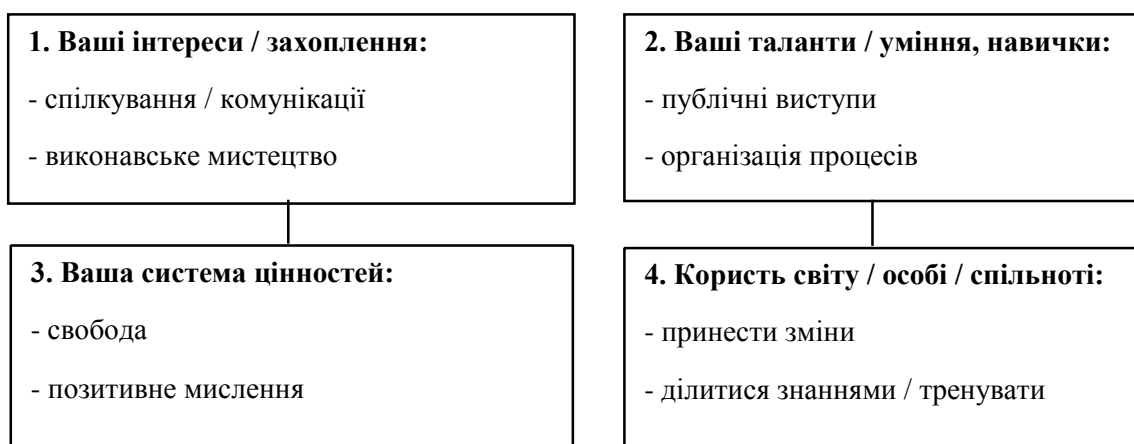


Рисунок 1.2 – Інформація для формулювання бізнес-ідей на основі індивідуальних особливостей підприємця

Далі потрібно поєднати варіанти (по одному з кожного пункту) методом логічного підбору.

Наприклад, поєднуючи мою «пристрасть до спілкування», мої «навички в публічних виступах» та моє бажання «ділитися знаннями», Я могла б (Я б міг) викладати курс з дизайнерського мислення (Life Design) в компанії, де працюю, з метою побудувати спільноту відкритих та самодостатніх людей.

Якщо вдалося сформулювати декілька бізнес-ідей, потрібно вибрати одну пріоритетну позицію, яка буде найбільш перспективною для реалізації.

2-ий крок. Моделювання майбутнього бізнесу

Пропонується використати модель LEAN CANVAS («Ощадливий стартап») – шаблон для побудови бізнес-моделі (рис. 1.3). В основі моделі – філософія бережливого мислення і методологія Lean Startup.

Lean Canvas допомагає швидко описати основні аспекти майбутнього бізнесу. Зміст шаблону Lean Canvas за необхідності можна змінювати. Це зручно для гнучких процесів, коли спочатку незрозуміло, що вийде в результаті. За допомогою даної моделі можна зібрати інформацію про майбутній продукт (бізнес) на одній сторінці, де всі існуючі гіпотези будуть під рукою і, за потреби, корегувати їх.

<i>Проблеми</i>	<i>Рішення</i>	<i>Унікальна пропозиція</i>	<i>Прихована перевага</i>	<i>Сегмент покупців</i>
<i>1</i>	<i>4</i>	<i>3</i>	<i>5</i>	<i>2</i>
	<i>Ключові показники</i>		<i>Канали</i>	
	<i>8</i>		<i>9</i>	
<i>Витрати</i>		<i>Доходи</i>		
	<i>7</i>		<i>6</i>	

Рисунок 1.3 – Шаблон моделі Lean Canvas

1. Проблема. Продукт

Мета: виявити найважливіші проблеми / потреби вашого потенційного клієнта та відповісти як вони вирішують проблему зараз.

Опишіть 1–3 проблеми, які необхідно вирішити для вашого клієнта. Дивіться на вирішення проблеми з точки зору споживача;

Дайте відповідь на запитання: Які існують альтернативи? Як ці проблеми вирішуються сьогодні?

2. Споживач. Сегмент покупців

Мета: визначити вашу цільову аудиторію.

Опишіть кілька груп ваших потенційних споживачів.

Дайте відповідь на запитання: Який ваш «ідеальний клієнт»?

3. Унікальна пропозиція

Мета: визначити в чому унікальність саме ваших послуг або продукції для клієнта.

Сформулюйте простий і зрозумілий меседж, чому клієнт має обрати саме ваш продукт (товар, послугу).

4. Рішення

Мета: пояснити як саме ваш бізнес вирішує проблему.

Опишіть як це працює, наведіть схему роботи бізнесу.

5. Прихована перевага

Мета: визначити в чому перевага вашого бізнесу.

Подумайте над поняттями «секретний інгредієнт», «фірмовий соус», «чорний ящик» і т. ін.

6. Доходи

Мета: визначити основні джерела прибутку.

Опишіть як буде заробляти ваш бізнес.

7. Витрати

Мета: визначити основні категорії витрат, структуру витрат.

Опишіть основні статті витрат вашого бізнесу (постійні та змінні).

8. Ключові показники

Мета: визначення основних показників розвитку бізнесу;

Опишіть ключові показники, за якими можна буде оцінити як ідуть справи вашого бізнесу.

9. Канали

Мета: визначити канали, завдяки яким знайдете своїх клієнтів.

Опишіть як ви знайдете своїх перших 10 клієнтів?

Після заповнення шаблону моделі Lean Canvas студент має вміти дати відповіді на такі запитання:

- Який продукт (товар, послугу) ви плануєте продавати?
- Хто ваш потенційний споживач (клієнт)?
- Яка місія вашого бізнесу, чим ваш продукт або послуга допоможе іншим людям, яку користь принесе суспільству?
- Які ресурси будуть потрібні для відкриття бізнесу (матеріальні, фінансові, людські та ін.)?
- В чому полягають переваги вашого бізнесу, порівняно з конкурентами?
- Яка буде схема роботи бізнесу, які будуть канали збуту, спосіб оплати і т. ін.?
- Які види реклами будуть використані для просування продукту?

- Яким чином ви плануєте отримати дохід?
- Які основні витрати плануються до початку основної діяльності?
- Які поточні витрати діяльності (постійні і змінні) плануються в процесі реалізації бізнес-ідеї?
- За допомогою яких основних показників ви оцінюватимете ефективність своєї діяльності?

3-ий крок. Тестування комерційної ідеї щодо можливості її реалізації

Пропонується скласти перелік із 10–15 простих і зрозумілих запитань, які, на Вашу думку, допоможуть оцінити комерційну ідею щодо можливості її реалізації. Обґрунтуйте, яку цільову аудиторію ви виберете для тестування власної бізнес-ідеї. Зробіть остаточний висновок про доцільність реалізації запропонованої комерційної ідеї.

Результати роботи подати у вигляді презентації в редакторі PowerPoint.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Поясніть сутність бізнес-ідеї та підходи до її формування.
2. Назвіть основні джерела бізнес-ідеї.
3. Назвіть основні науково обґрунтовані методи творчого пошуку підприємницьких ідей.
4. Охарактеризуйте основні методи індивідуального творчого пошуку комерційних ідей.
5. Охарактеризуйте основні методи колективного пошуку комерційних ідей.
6. Охарактеризуйте основні методи активізації пошуку комерційних ідей.
7. Охарактеризуйте основні кроки генерування бізнес-ідеї.
8. Поясніть суть моделі Lean Canvas, з якою метою вона використовується.
9. Що таке місія бізнесу?
10. Чому аналіз потенційних клієнтів є важливою складовою планування бізнесу?
11. Поясніть чому потрібно тестувати бізнес-ідею до моменту її реалізації.
12. Яким чином можна перевірити життєздатність бізнес-ідеї?

ТЕСТИ

1. Підприємницька ідея – це:
 - а) бажання отримати прибуток в результаті реалізації товарів або послуг за певний період часу;

б) конкретне цілісне знання про доцільність і можливість здійснювати певний вид підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів і засобів її досягнення;

в) техніко-економічне обґрунтування діяльності підприємства у ринкових умовах, програма його діяльності;

г) немає правильної відповіді.

2. Передумовою втілення ідеї зі створення власного бізнесу є:

а) моделювання майбутньої ситуації;

б) оптимальний вид офіційного оформлення підприємницької діяльності

в) доступність кредитних коштів;

г) немає правильної відповіді.

3. Чітке уявлення про послідовні кроки роботи зі створення і подальшого розвитку бізнесу – це...

а) формування власного капіталу;

б) підготовка технічної документації;

в) моделювання майбутньої підприємницької діяльності;

г) маркетингові дослідження.

4. Генерування підприємницької ідеї – це:

а) самостійне дослідження ринкової кон'юнктури;

б) чітке уявлення про послідовні кроки роботи зі створення і подальшого розвитку бізнесу;

в) творчий процес пошуку, в першу чергу інтелектуальна діяльність, в результаті якої формується інформаційний прообраз майбутнього бізнесу;

г) залучення додаткових фінансових джерел (кредити, реінвестування).

5. Оберіть декілька правильних відповідей. Метод інверсії передбачає такі підходи до вирішення нової проблеми:

а) поміняти місяцями;

б) перевернути «догори ногами», «вивернути» на протилежний бік;

в) індивідуальне висунення ідеї з колективною оцінкою;

г) ідеальне вирішення проблеми.

6. Оберіть декілька правильних відповідей. Метод «мозкового штурму» зводиться до...

а) індивідуального вирішення проблеми;

б) творчої співпраці певної групи спеціалістів заради вирішення проблеми за допомогою, наприклад, проведення дискусії з конкретного кола питань;

в) дискусійного вирішення питань з подальшим колективним прийнятим рішенням;

г) ініціювання вирішення обговорюваної проблеми з допомогою певних запитань, що мають стимулювати власні міркування щодо висунутої нової ідеї;

д) колективного вирішення питань.

7. Модель Lean Canvas ...

а) використовується для побудови і оптимізації бізнес-процесів організації;

б) розробляється для пошуку інвесторів;

в) це шаблон бізнес-моделі, який дозволяє зібрати ключову інформацію про стартап на одній сторінці;

г) це техніко-економічне обґрунтування діяльності підприємства у ринкових умовах, детальна програма його діяльності.

8. До індивідуальних методів творчого пошуку ідей не належить:

а) метод аналогії;

б) метод інверсії;

в) метод ідеалізації;

г) метод конференції ідей.

9. До основних джерел пошуку бізнес-ідей не належать:

а) споживачі;

б) конкуренти;

в) інвестори;

г) статистичні дані.

10. До методів активізації пошуку ідей не належить:

а) метод контрольних запитань;

б) метод інверсії;

в) метод морфологічного аналізу;

г) метод фокусних об'єктів;

ЛІТЕРАТУРА З ТЕМИ 1

1. Вассерман Н. Дилеми засновника бізнесу. Як попередити помилки й уникнути їх під час створення стартапу. Пер. з англ. А. Клімової. Харків : Vivat, 2017. 480 с.

2. Гільбо К. Стартап на \$100. Як перетворити хобі на бізнес. Пер. з англ. А. Ящук. Київ : Наш формат, 2017. 264 с.

3. Тіль П. Від нуля до одиниці. Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє. Пер. з англ. Р. Обухів. Вид. 3-є. Київ : Наш формат, 2016. 232 с.

4. Портал ідей для бізнесу: www.franchising.ua/osnovi-biznesu/

5. Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В. Основи ведення сучасного бізнесу : практикум. Вінниця : ВНТУ, 2021. 110 с.

ТЕМА 2 ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА – ЮРИДИЧНИХ ОСІБ ТА ФІЗИЧНИХ ОСІБ – ПІДПРИЄМЦІВ

Короткі теоретичні відомості

Відносини, що виникають у сфері державної реєстрації, регулюються Конституцією України, Законом України № 755-IV «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань» та нормативно-правовими актами, прийнятими відповідно до вказаного Закону.

Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб–підприємців – засвідчення факту створення або припинення юридичної особи, засвідчення факту набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою шляхом внесення відповідних записів до Єдиного державного реєстру.

Єдиний державний реєстр (ЄДР) – автоматизована система збирання, накопичення, захисту, обліку та надання інформації про юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців.

Для проведення реєстрації потрібно звернутися до **суб'єкта держреєстрації**. З 01.01.2016 р. суб'єктами держреєстрації є уповноважені на це органи Мін'юсту; виконавчі органи місцевих рад; місцеві держадміністрації; акредитовані служби а також нотаріуси.

Документи для державної реєстрації мають бути складені українською мовою і можуть подаватися у паперовій або електронній формі. У паперовій формі документи подаються особисто заявником або поштовим відправленням. Документи в електронній формі подаються заявником з використанням Єдиного державного веб-порталу електронних послуг.

Для державної реєстрації створення суб'єкта підприємництва юридичної особи подаються такі документи:

- 1) заява про державну реєстрацію створення юридичної особи;
- 2) заява про обрання юридичною особою спрощеної системи оподаткування, та/або реєстраційна заява про добровільну реєстрацію як платника ПДВ (за бажанням заявника);
- 3) примірник оригіналу (нотаріально-посвідчена копія) рішення засновників про створення юридичної особи;
- 4) установчий документ (наприклад, статут).

Для державної реєстрації фізичної особи підприємцем подаються такі документи:

- 1) заява про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем;
- 2) заява про обрання фізичною особою спрощеної системи оподаткування та/або реєстраційна заява про добровільну реєстрацію як платника податку на додану вартість – за бажанням заявника.

За відсутності підстав для відмови в держреєстрації, юридичну особу чи фізичну особу – підприємця мають зареєструвати протягом **24 годин** після надходження документів. Реєстрація юрособи здійснюється безкоштовно, сплата адміністративного збору не передбачена.

Окремо повідомляти органи ДФС, ПФУ і статистики про держреєстрацію юрособи не потрібно. Між ЄДР і цими органами відбувається обмін інформацією за допомогою інформаційно-телекомунікаційних засобів зв'язку. Суб'єкти підприємництва мають право працювати без печатки. Після закінчення реєстрації юрособа отримує виписку з ЄДР.

Виписка з ЄДР є документом, який підтверджує держреєстрацію юридичної особи та фізичної особи – підприємця, а також взяття на облік в органах держстатистики, ДФС, видачу ліцензії та документів дозвільного характеру.

В Єдиному державному реєстрі містяться такі відомості про юридичну особу:

- 1) найменування юридичної особи;
- 2) ідентифікаційний код юридичної особи в Єдиному державному реєстрі підприємств і організацій України;
- 3) організаційно-правова форма;
- 4) перелік засновників та учасників юридичної особи: прізвище, ім'я, по батькові, дата народження, країна громадянства, місце проживання, реєстраційний номер облікової картки платника податків, серія та номер паспорта, якщо засновник – фізична особа; найменування, країна резидентства, місцезнаходження та ідентифікаційний код, якщо засновник – юридична особа;
- 5) інформація про кінцевого бенефіціарного власника юридичної особи, зокрема кінцевого бенефіціарного власника її засновника, якщо засновник – юридична особа;
- 6) місцезнаходження юридичної особи;
- 7) види діяльності;
- 8) відомості про органи управління юридичної особи;
- 9) відомості про керівника юридичної особи;
- 10) розмір статутного капіталу (пайового фонду) та розмір частки кожного з засновників (учасників);
- 11) вид установчого документа (установчий акт, статут, модельний статут, засновницький договір, одноособова заява (меморандум), положення тощо) та установчий документ;
- 12) інформація для здійснення зв'язку з юридичною особою: телефон, адреса електронної пошти;
- 13) дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі;
- 14) дані про відокремлені підрозділи юридичної особи;
- 15) відомості про ліцензування виду господарської діяльності суб'єкта господарювання;
- 16) інші відомості.

Таким чином, у виписці з ЄДР відображається інформація про наявність у суб'єкта господарювання **ліцензії** на провадження певного виду діяльності, що підлягає ліцензуванню. Загалом вичерпний перелік видів діяльності, що підлягають ліцензуванню, наведено у ст. 7 Закону № 222. Найпоширеніші з них наведено у **Додатку А**.

Суб'єкт підприємництва має право вести вид діяльності, що підлягає ліцензуванню, з моменту внесення до ЄДР запису про рішення органу ліцензування щодо видачі ліцензії. У випадку провадження суб'єктом господарювання виду діяльності, який підлягає ліцензуванню, без отримання ліцензії або з порушенням умов ліцензування, до посадових осіб юрособи чи фізичної особи – підприємця застосовується адміністративна відповідальність у вигляді:

- штрафу в розмірі від 1000 до 2000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян із конфіскацією виготовленої продукції, знарядь виробництва, сировини і грошей, отриманих унаслідок вчинення цього правопорушення, або без такого;
- штрафу в розмірі від 2000 до 5000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян із конфіскацією продукції, знарядь виробництва, сировини і грошей, отриманих унаслідок вчинення цього правопорушення, якщо дана особа протягом року вже притягалася до адміністративної відповідальності за таке саме правопорушення або неправомірні дії, пов'язані з отриманням доходу у великих розмірах.

Отже, для створення юридичної особи її учасники (засновники) розробляють установчі документи: **статут або установчий договір**. Товариство, створене однією особою, також діє на підставі статуту, затвердженого цією особою.

В установчих документах прописується загальна інформація про суб'єкта господарювання – юридичну особу, а також низка важливих пунктів щодо порядку спільної діяльності його учасників (засновників).

В установчих документах юридичних осіб мають бути зазначені:

- ✓ найменування юридичної особи;
- ✓ мета і предмет господарської діяльності;
- ✓ органи управління товариством, їх компетенція, порядок прийняття ними рішень;
- ✓ порядок вступу та виходу з товариства;
- ✓ порядок формування майна, розподілу прибутку і збитків;
- ✓ умови реорганізації та ліквідації товариства;
- ✓ інша інформація, визначена законодавством.

З метою спрощення реєстраційної процедури, з 1 червня 2020 року Міністерством юстиції України було затверджено дев'ять форм заяв, які згруповані переважно за видами осіб, щодо яких проводяться реєстраційні дії.

Відтепер, незалежно від дій, які потрібно провести щодо юридичної особи чи фізичної особи – підприємця (реєстрація, внесення відомостей до

реєстру, зміни відомостей чи припинення діяльності), завжди подається одна затверджена форма заяви:

- ✓ Форма 1 – для фізичної особи – підприємця (**Додаток Б**);
- ✓ Форма 2 – для юридичної особи (**Додаток В**).

Основні правила оформлення заяв, що подаються для державної реєстрації, такі:

- 1) заява заповнюється друкованими літерами;
- 2) якщо певна сторінка заяви не заповнюється через відсутність відомостей, що містяться на ній, така сторінка не підписується заявником і не подається;
- 3) друк заяви може здійснюватися з обох сторін аркуша;
- 4) при обранні певних полів у заяві проставляється знак «V» або інший подібний знак, що свідчитиме про обрання певного поля;
- 5) відомості про кінцевого бенефіціарного власника засновника юридичної особи заповнюються та в подальшому оновлюються виключно у разі наявності серед засновників/учасників юридичної особи іншої юридичної особи;
- 7) заповнення у заяві більше відомостей, ніж необхідно, не заборонено та не є підставою для зупинення розгляду документів.

На етапі створення юридичної особи потрібно вибрати її організаційно-правову форму. Рішення щодо вибору організаційно-правової форми ведення бізнесу фіксується в установчому документі, а також в заяві щодо державної реєстрації.

Загалом, в Україні діють суб'єкти підприємництва таких основних організаційно-правових форм: фізична особа – підприємець, приватне підприємство, Господарське товариство (Акціонерні товариства, Товариства з обмеженою відповідальністю, Товариства з додатковою відповідальністю, Повні товариства, Командитні товариства), Фермерське господарство.

Фізична особа може займатися підприємницькою діяльністю:

- як підприємець (ФОП) або через приватне підприємство (ПП), створене ним;
- із залученням або без залучення найманих працівників;
- самостійно або разом з іншими особами.

В заяві щодо державної реєстрації фізичної особи – підприємця, окрім особистих відомостей про самого підприємця, його місцезнаходження, наводиться інформація про види економічної діяльності (зокрема про основний), а також відомості про обрану систему оподаткування.

Для реєстрації юридичної особи в заяві вказується організаційно-правова форма, назва юридичної особи, відомості про власника, засновника, керівника, зазначаються види економічної діяльності і обрана система оподаткування.

Таблиця 2.1 – Основні організаційно-правові форми юрособи та їх характеристики

Критерії	Приватне підприємство	ТОВ	АТ	Фермерське господарство
Норми, що регулюють порядок створення та діяльності	Ст. 113 ГК	Ст. 140-151 ЦК, ст. 50-64 Закону № 1576	Ст. 152-162 ЦК, ст. 24-49 Закону № 514	Ст. 114 ГК, Закон № 973
Визначення виду юрособи	Підприємство, що діє на основі приватної власності одного або декількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці або з використанням найманої праці	Госптовариство, засноване однією або кількома особами, СК якого поділено на частки, розмір яких визначається статутом	Госптовариство, СК якого поділено на певну кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права на які засвідчуються акціями	Форма підприємницької діяльності громадян, які виявили бажання виробляти товарну сільгосп-продукцію, а також займатися її переробкою та реалізацією з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм для ведення фермерського господарства відповідно до закону
Кількість учасників	Законодавством не обмежена	Максимальна кількість – 100 осіб	Для частки АТ максимальна кількість – 100 осіб, для публічного АТ кількість акціонерів не обмежена	Один або декілька громадян України, які є рідними або членами родини
Хто може бути учасником	Фізичні та юридичні особи			Фізичні особи
Установчий документ	Статут			
Формування СК	Законодавство не встановлює ні мінімального розміру СК, ні строку його формування	Мінімальний розмір СК не визначено, але СК потрібно сформувати протягом року з моменту держреєстрації товариства	Мінімальний розмір становить 1 250 мінімальних зарплат, виходячи з розміру, що діє на момент створення (реєстрації)	Формування складеного капіталу визначається статутом
Органи управління	Власники підприємства відповідно до положень статуту	Вищий орган – загальні збори учасників	Вищий орган – загальні збори акціонерів	Керівник ФГ – голова
Відповідальність	У межах майна підприємства	Учасники несуть відповідальність у межах їх внесків	АТ несе відповідальність за зобов'язаннями тільки своїм майном	ФГ несе відповідальність за зобов'язаннями в межах свого майна

Види економічної діяльності визначаються підприємцем згідно з чинним Національним класифікатором України «Класифікація видів економічної діяльності ДК 009.2010».

Класифікацію видів економічної діяльності створено на основі NACE (Класифікації видів економічної діяльності Європейського Співтовариства), упровадженої Регламентом (ЄС) Європейського парламенту та ради від 20 грудня 2006 року № 1893/2006.

Класифікація видів економічної діяльності (далі – КВЕД) встановлює основи для підготовки та поширення статистичної інформації за видами економічної діяльності. Основний принцип КВЕД полягає в об'єднанні підприємств, що виробляють подібні товари чи послуги або використовують подібні процеси для створення товарів чи послуг (тобто сировину, виробничий процес, методи або технології), у групи.

КВЕД побудовано за ієрархічною системою кодування з застосуванням коду з літери та цифр. Літерні позначення секцій використовують як рубрикатор і їх не використовують у кодуванні. Подальшу деталізацію секцій КВЕД – розділ, група, клас – позначають цифровими кодами.

Структура кодового позначення об'єкта КВЕД У XX.XX,

Де	У	- секція (літери латинської абетки від А до U)
	XX	- розділ
	XX.X	- група
	XX.XX	- клас

Підприємець може обрати загальну або спрощену систему оподаткування. Якщо суб'єкт підприємництва (юридична особа чи ФОП) обирає спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, в заяві про державну реєстрацію потрібно вказати групу платника єдиного податку, ставку єдиного податку. Суб'єкт підприємництва, який обрав спрощену систему оподаткування, також має право зареєструватися платником податку на додану вартість, про що робиться відповідна відмітка в заяві щодо реєстрації.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Мета роботи: сформувати навички здійснення державної реєстрації суб'єктів підприємництва – юридичних осіб і фізичних осіб – підприємців.

Виконання практичного завдання забезпечує формування нижчевказаних компетентностей.

- ✓ Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
- ✓ Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.
- ✓ Здатність створення та ведення власного бізнесу на базі стартап проєктів з використанням інноваційних та інформаційних технологій.

Завдання

1. Кожному студенту потрібно заповнити заяву щодо державної реєстрації суб'єкта підприємництва: юридичної особи або фізичної особи – підприємця (вибрати самостійно, яка форма організації бізнесу буде більш оптимальною для реалізації бізнес-ідеї, сформульованої у практичному завданні 1).

2. Найменування, організаційно-правову форму, види економічної діяльності (згідно з чинним КВЕД), вид оподаткування, відомості про засновників, їх місцезнаходження або місце проживання, інші необхідні відомості, що заносяться до заяви державної реєстрації, визначити самостійно.

3. Зробити висновки, обґрунтувати свій вибір щодо організаційно-правової форми, системи оподаткування, охарактеризувати вибрану організаційно-правову форму суб'єкта господарювання.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Якими нормативно-правовими документами регулюються відносини в сфері державної реєстрації?

2. Що означає поняття «державна реєстрація» суб'єкта підприємництва?

3. Для чого створюється та яку інформацію містить Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців?

4. Який орган державної влади затверджує форми заяв про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців?

5. Де здійснюється державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців?

6. Які основні документи потрібно подати державному реєстратору для реєстрації юридичної особи?

7. Які основні документи потрібно подати державному реєстратору для реєстрації фізичної особи – підприємця?

8. Які основні правила оформлення заяв, що подаються для державної реєстрації?

9. Які види підприємницької діяльності підлягають ліцензуванню?

10. Яка відповідальність передбачена законодавством у випадку провадження суб'єктом господарювання виду діяльності, який підлягає ліцензуванню, без отримання ліцензії або з порушенням умов ліцензування?

11. Що таке установчі документи і яка інформація має бути в них зазначена?

9. Які основні організаційно-правові форми ведення бізнесу діють в Україні?

10. Які основні характеристики Приватного підприємства?

11. Які основні види та характеристики Товариств?

12. Які основні характеристики Акціонерного товариства?

13. Які основні характеристики Фермерського господарства?

14. Що таке класифікація видів економічної діяльності (КВЕД) і як вона організована?

ТЕСТИ

1. Суб'єктами підприємницької діяльності в Україні можуть бути:

- а) громадяни України;
- б) громадяни інших держав;
- в) особи без громадянства, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності;
- г) юридичні особи всіх форм власності та їх об'єднання;
- д) всі зазначені категорії.

2. Державна реєстрація фізичних осіб – підприємців та юридичних осіб в Україні здійснюється:

- а) протягом години після надходження документів;
- б) протягом двох тижнів після надходження документів;
- в) протягом 24 годин після надходження документів;
- г) протягом 3 днів після надходження документів.

3. Виписка з ЄДР є документом, який:

а) містить загальну інформацію про суб'єкта господарювання – юридичну особу, а також низку важливих пунктів щодо порядку спільної діяльності його учасників (засновників).

б) документ державного зразка, що засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку за умови виконання ліцензійних умов;

в) установлює основи для підготовки та поширення статистичної інформації за видами економічної діяльності;

г) підтверджує держреєстрацію юридичної особи та фізичної особи – підприємця, а також взяття на облік в органах держстатистики, ДФС, видачу ліцензії та документів дозвільного характеру.

4. Вид господарської діяльності, який підлягає ліцензуванню визначається відповідно до ...:

- а) Закону України «Про власність»;
- б) Закону України «Про підприємництво»;
- в) Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»;
- г) Господарського кодексу України.

5. Офіційно зареєстрований документ, в якому вказано найменування юридичної особи; мета і предмет господарської діяльності; органи управління, їх компетенція, порядок прийняття ними рішень; порядок формування майна, розподілу прибутку і збитків; умови реорганізації та ліквідації підприємства та інші положення, які регламентують діяльність юридичної особи – це...:

- а) виписка з Єдиного державного реєстру;
- б) колективний договір;
- в) установчий договір;
- г) статут;
- д) заява про державну реєстрацію.

6. До господарських товариств належать:

- а) акціонерні товариства;
- б) командитні та повні товариства;
- в) товариства з обмеженою відповідальністю;
- г) товариства з додатковою відповідальністю;
- д) всі зазначені види товариств.

7. Товариство, статутний капітал якого поділено на певну кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права на які засвідчуються акціями – це ...

- а) товариство з обмеженою відповідальністю;
- б) акціонерне товариство;
- в) повне товариство;
- г) командитне товариство.

8. Підприємство, всі учасники якого несуть відповідальність у межах майна підприємства – це...:

- а) товариство;
- б) акціонерне товариство;
- в) приватне підприємство;
- г) фермерське господарство;

9. Які засновницькі документи підтверджують статус юридичної особи?

- а) статут підприємства;
- б) підприємницька угода;

- в) свідоцтво про державну реєстрацію;
- г) установчий договір;
- д) відповіді а) та г).

10. Для акціонерних товариств законодавством визначено такі вимоги щодо формування статутного капіталу:

- а) законодавство не встановлює ні мінімального розміру СК, ні строку його формування;
- б) мінімальний розмір СК не визначено, але СК потрібно сформувати протягом року з моменту держреєстрації підприємства;
- в) мінімальний розмір становить 1 250 мінімальних зарплат;
- г) формування статутного капіталу визначається статутом.

ЛІТЕРАТУРА З ТЕМИ 2

1. Закон України № 755-IV «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань», Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 31–32, ст. 263.

2. Наказ Міністерства Юстиції України від 18.11.2016 № 3268/5 «Про затвердження форм заяв у сфері державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань».

3. Національний класифікатор України «Класифікація видів економічної діяльності ДК 009.2010 (Із змінами і доповненнями, внесеними наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 29 листопада 2010 року № 530).

4. Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В. Основи ведення сучасного бізнесу : практикум. Вінниця : ВНТУ, 2021. 110 с.

ТЕМА 3 РОЗРОБКА І РЕЄСТРАЦІЯ ЗНАКА ДЛЯ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

Короткі теоретичні відомості

Торговельна марка (знак для товарів та послуг) – це один з найпопулярніших об'єктів права інтелектуальної власності у світі. Торговельна марка (ТМ) покликана персоніфікувати та відрізнити товари та послуги, які виробляються/виготовляються однією фірмою, від аналогічних товарів та послуг інших виробників.

Індивідуалізація товарів та послуг – це ментальна асоціація споживача щодо певних характеристик та властивостей товару з прив'язкою до конкретного виробника.

Знак для товарів і послуг (товарний знак) – це позначення, за яким товари і послуги одних юридичних осіб відрізняються від однорідних товарів та послуг інших юридичних осіб.

Відповідно до законодавства України **торговельною маркою** визнається будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, які придатні для вирізнення товарів (послуг), що виробляються (надаються) однією особою, від товарів (послуг), що виробляються (надаються) іншими особами. такими позначеннями можуть бути, зокрема, слова, літери, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів.

В Україні правова охорона товарних знаків здійснюється Законом України «Про охорону прав на знаки для товарів та послуг», головною метою якого є забезпечення індивідуалізації товарів і послуг певними позначеннями.

Суб'єктами права інтелектуальної власності (за статтею 493 ЦКУ) на торговельну марку є фізичні та юридичні особи. Право інтелектуальної власності на певну торговельну марку може належати одночасно кільком фізичним та (або) юридичним особам.

Правова охорона надається знаку, який не суперечить публічному порядку, принципам гуманності і моралі, вимогам законодавства України.

Об'єктом знака може бути будь-яке позначення або будь-яка комбінація позначень, а саме:

- 1) слова. В цій категорії можуть бути назви фірм, прізвища, імена, географічні назви і будь-які інші слова або словосполучення;
- 2) літери і цифри у будь-яких комбінаціях;
- 3) зображення. Тут можуть бути зображення, рисунки і символи, а також плоскі зображення товарів або тари;
- 4) комбінації будь-яких елементів з числа наведених вище, зокрема логотипи і етикетки;

5) кольорові знаки. Дана категорія охоплює слова, зображення і будь-які їх комбінації в кольоровому виконанні, а також поєднання кольорів і колір сам по собі;

6) просторові (об'ємні) позначення. Типовою категорією просторових позначень є форма виробів або їх упаковки. Проте і інші просторові позначення, зокрема, чотири кільця на автомобілях «Ауді» можуть бути зареєстровані як товарний знак;

7) звукові знаки (як ті, що можна записати за допомогою музичних нот, так і інші звуки);

8) пахучі знаки. Компанія продає свої товари (наприклад, зошити, флешки) з деяким ароматом, і споживач може розпізнавати такі товари за їх запахом;

9) інші (невидимі) позначення. Прикладами їх є позначення, розпізнавані на дотик та смак;

10) анімаційні (рухомі) позначення. Прикладами їх є рухома заставка на мобільному телефоні.

Потрібно відмітити, що в деяких країнах перелік дозволених для реєстрації позначень значно коротший і часто обмежується графічними зображеннями, які можна надрукувати. У багатьох країнах, також в Україні допускається реєстрація світлового знака.

Відповідно до статті 6 Закону «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» не можуть одержати правову охорону позначення, які зображують або імітують:

- державні герби, прапори та інші державні символи (емблеми);
- офіційні повні або скорочені назви держав чи міжнародні літерні коди держав;
- емблеми, скорочені або повні найменування міжнародних міжурядових організацій;
- офіційні контрольні, гарантійні та пробірні клейма, печатки;
- нагороди та інші відзнаки.

Право власності на знак засвідчується свідоцтвом. Строк дії свідоцтва становить 10 років від дати подання заявки до Установи і продовжується Установою за клопотанням власника свідоцтва, щоразу на 10 років. Порядок продовження строку дії свідоцтва встановлюється Установою. Обсяг правової охорони, що надається, визначається наведеними у свідоцтві зображенням знака і переліком товарів та послуг.

Право на одержання свідоцтва у порядку, встановленому Законом, має будь-яка особа, об'єднання осіб або їх правонаступники. Право на одержання свідоцтва має заявник, заявка якого має більш ранню дату подання до Установи або, якщо заявлено пріоритет, більш ранню дату пріоритету, за умови, що вказана заявка не вважається відкликаною, не відкликана або не відхилена.

Види товарних знаків

- Словесні (слова та абрєвіатури)

- Зображувальні (композиції ліній, плям, фігур на площині)
- Об'ємні (композиції фігур у трьох вимірах)
- Комбіновані (сполучення зображувальних, словесних і об'ємних символів).

Етапи реєстрації товарного знака (торгової марки).

1. Вибір класу і типу торгової марки.
2. Попередній пошук на тотожність і схожість.
3. Підготовка документів для реєстрації, сплата зборів та інших платежів.
4. Публікація і видача документів реєстрації.

Для реєстрації торгової марки, в Україні діє **Міжнародний класифікатор товарів і послуг**. Складається він з переліку товарів і послуг, котрі згруповані між собою за різними галузями та наразі поділені на 45 класів:

- з 1-го по 34-й клас розміщені товари,
- з 35-го по 45-й – послуги.

Після отримання сповіщення від Укрпатенту про встановлення дати подачі заявки на реєстрацію підприємець може ставити біля своєї марки попереджувальне маркування. Це – **значок торговельної марки™**. Він попереджатиме про те, що дана позначка проходить експертизу та уже частково охороняється законом.

Після проходження усіх етапів експертизи і отримання Свідоцтва про реєстрацію знака для товарів та послуг підприємець для своєї торговельної марки може ставити значок «®». Він буде попереджати споживачів та конкурентів про те, що торгова марка зареєстрована в патентному відомстві.

Реєстрацію ТМ здійснює Державна служба інтелектуальної власності, котра делегувала частину своїх повноважень підприємству «**Український інститут промислової власності**» (Укрпатент).

Реєстрація знака для товарів і послуг в Україні передбачає сплату державного збору, величина якого є диференційованою для різних заявників і розраховується таким чином (рис. 3.1).

Державне підприємство "Український інститут інтелектуальної власності"

Калькулятор зборів за подачу заявок на знаки для товарів і послуг

Кількість класів МКТП

1

За кожний клас МКТП сплачується 4000 грн.

- Подання кольорового позначення (+ 1000 грн.)
- Включення до знака позначення, що відображує назву держави "Україна" (+ 24000 грн.)
- Подання заявки кількома заявниками (сплачується 130% розміру зборів)
- Подання електронної заявки (пільга 20%)

Загальна вартість: 30160 грн.

Рисунок 3.1 – Калькулятор зборів за подачу заявок на знаки для товарів і послуг

Щодо позначення, обраного для реєстрації торговельної марки, потрібно виконати такі дії:

1. Вказати, для яких товарів і послуг використовується/буде використано товарний знак;
2. Визначити коди відповідно до Ніццької угоди про міжнародну класифікацію товарів і послуг для реєстрації знаків;
3. Визначити коди зображувальних елементів (за наявності) знаків відповідно до Міжнародної класифікації зображувальних елементів знаків;
4. Визначити ключові слова (якщо є);
5. Заповнити заявку;
6. Провести незалежну попередню експертизу заявки згідно з Положенням про оформлення, подання та розгляд заявки на свідоцтво України на знак для товарів і послуг» [4];
7. За потреби внести виправлення в матеріали заявки;
8. Звернутися до Укрпатенту. Оплатити процедуру;
9. Надати обґрунтовані відповіді на запити та висновки експертів;
10. Вирішити питання про доцільність/недоцільність міжнародної реєстрації торгової марки;
11. Пройти сертифікацію;
12. Проводити регулярний моніторинг зареєстрованої торгової марки для виявлення можливих порушень прав інтелектуальної власності.

Пакет документів для подачі заявки на реєстрацію торгової марки має містити:

1. Зображення торговельної марки розміром 8×8 см в електронному та друкованому видах, у 5 примірниках для чорно-білої торговельної марки і у 10 – для кольорової;
2. Повний перелік товарів і/або послуг, для яких передбачається реєстрація товарного знака;
3. Повне найменування заявника українською мовою (назва фірми, її юридична адреса або ПІБ та місце проживання фізичної особи).

Комерціалізація прав на торговельну марку

Власник свідоцтва може на підставі договору передати будь-якій особі право власності на знак повністю або частково на товари та послуги, зазначені у свідоцтві. Передача права власності на позначення є неприпустимою, якщо це може призвести до введення в оману споживача щодо товарів і послуг або особи, яка виробляє товар чи надає послугу. Власник свідоцтва має право надати згоду (видати ліцензію) будь-якій особі на використання знака на підставі ліцензійного договору. Ліцензійний договір має містити умову про те, що якість товарів і послуг, що виробляються чи надаються за ліцензійним договором, не поступатиметься якості товарів і послуг власника сертифіката та що останній контролюватиме дотримання цієї умови. Договір про передачу прав на товарний знак і ліцензійний договір є дійсними, якщо вони укладені в письмовій формі та підписані сторонами.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Мета роботи: сформувати навички розробки і отримати досвід проходження реєстраційних процедур для реєстрації знака для товарів і послуг.

Виконання практичного завдання забезпечує формування таких компетентностей:

- ✓ Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.
- ✓ Здатність діяти відповідально та свідомо.
- ✓ Здатність реалізувати свої права та обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
- ✓ Здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.
- ✓ Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур.

Завдання

1. Визначити предмет діяльності підприємства, для якого потрібно розробити товарний знак (згідно з результатами практичної роботи № 1).
2. Розробити товарний знак (результат подати у вигляді зображення).
3. Скласти заявку на реєстрацію товарного знака (**зразок заяви про реєстрацію знака для товарів і послуг в Україні наведено у додатку А**).

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Дайте означення товарного знака.
2. Які функції виконує товарний знак?
3. Наведіть приклади найвідоміших товарних знаків у світі.
4. В чому відмінність між товарним знаком та брендом?
5. Опишіть порядок реєстрації товарного знака.
6. Яка інформація міститься у заяві на реєстрацію знака для товарів і послуг в Україні?
7. В чому відмінність між позначеннями «ТМ» та «®»?
8. Чому реєстрація знака для товарів і послуг є важливою при започаткуванні бізнесу?

ТЕСТИ

1. Торговельна марка:

- а) дозволяє ідентифікувати товари певної фірми;
- б) захищає товари фірми-виробника від підробок;
- в) дозволяє споживачам швидко знайти улюблені товари в магазинах;
- г) усі відповіді правильні.

2. Кожній країні – учасниці штрихової системи надається свій номер і код, що складається, як правило, з:

- а) 13 або 8 цифр;
- б) 20 або 10 цифр;
- в) 20 або 15 цифр;
- г) інша відповідь.

3. Складова частина товарної марки, що має форму символу, рисунка чи позначки, за якими споживачі розпізнають продукцію улюбленої фірми, – це:

- а) фірмовий знак;
- б) товарна марка;
- в) товарне ім'я;
- г) інша відповідь.

4. До основних функцій товарного знака належать:

- а) гарантійна, рекламна;
- б) фірмова, рекламна, стимулювальна;
- в) гарантійна, стимулювальна, рекламна;
- г) усі відповіді правильні.

5. Знак «®»:

- а) є свідченням того, що товар оригінальний;
- б) попереджає споживачів та конкурентів про те, що торговельна марка зареєстрована в патентному відомстві;
- в) є свідченням того, що торговельна марка проходить реєстрацію;
- г) інша відповідь.

6. Свідцтво про право власності на товарний знак дійсне:

- а) 5 років;
- б) 10 років;
- в) необмежений термін;
- г) 10 років із можливістю подальшого продовження.

7. Що з переліку не є різновидом товарних знаків:

- а) словесні;
- б) звукові;
- в) зображувальні;
- г) об'ємні?

8. Яким міжнародним документом регулюється міжнародна класифікація товарів і послуг для реєстрації знаків?

а) Ліонська конвенція про міжнародну класифікацію товарів і послуг для реєстрації знаків;

б) Ніццька конвенція про міжнародну класифікацію товарів і послуг для реєстрації знаків;

в) Меморандум про міжнародну класифікацію товарів і послуг для реєстрації знаків;

г) Ніццька угода про міжнародну класифікацію товарів і послуг для реєстрації знаків.

9. Вкажіть фактори, які впливають на розмір збору за подачу заявки на знак для товарів і послуг в Україні:

а) кількість класів товарів і кількість заявників;

б) форма подання заявки (паперова чи електронна) та наявність кольорового зображення;

в) внесення до знака позначення, що відображує назву «Україна»;

г) усі перераховані.

10. Не можна зареєструвати позначення, які зображують чи імітують:

а) державні герби, прапори та інші державні символи (емблеми);

б) офіційні повні або скорочені назви держав;

в) емблеми, назви міжнародних міждержавних організацій;

г) офіційні контрольні, гарантійні та пробірні клейма, печатки;

д) нагороди та інші відзнаки.

е) усе перераховане.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ 3

1. Штовба О. В. Товарний брендинг у маркетинзі та комунікативному менеджменті : навчальний посібник. Вінниця : ВНТУ, 2013. 90 с.

2. Брендингові дослідження в XXI столітті : бібліометричний аналіз. *Вісник ВПІ*. 2019. № 2. С. 43–51.

3. Антоненко К. Сучасний стан і тенденції функціонування товарних знаків у сучасній комерційній практиці в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. *Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. 2017. Вип. 18. С. 20–23.

4. Базилевич В. Д. Інтелектуальна власність : [підручник]. К. : Знання, 2015. 431 с.

5. Ромашко А. С., Кравець О. М. Торговельна марка: самостійний пошук, підготовка до реєстрації, моніторинг : навч. посіб. [Електронний ресурс]. К. : НТУУ «КПІ», 2016. 170 с.

ТЕМА 4 ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРЕБИ В КАПІТАЛІ, НЕОБХІДНОМУ ДЛЯ ПОЧАТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Короткі теоретичні відомості

Для здійснення підприємницької діяльності потрібно мати певний початковий (стартовий) капітал.

Під **капіталом** розуміють матеріальні і грошові кошти, об'єкти права інтелектуальної власності та організаційні здібності (гудвіл), які використовуються в процесі виробництва й виступають джерелом і засобом отримання прибутку.

До основних елементів, які формують підприємницький капітал, відносять:

- необоротні засоби виробництва, які можуть використовуватися підприємцем як об'єкти власності або на правах оренди, лізингу (будівлі, споруди, устаткування, транспорт, інструменти тощо);

- матеріальні оборотні засоби виробництва: сировина, матеріали, напівфабрикати, інструменти одноразового та короткострокового використання, паливо, енергія тощо;

- оборотні засоби у грошовій формі на оплату праці працівників, оплату інформаційних послуг, рекламу тощо;

- нематеріальні активи – інтелектуальна власність (наприклад, спосіб виготовлення сировини або готової продукції).

Таким чином, **стартовий підприємницький капітал** – це матеріальні і нематеріальні активи (майно, гроші, знання тощо), які підприємець планує використати для початку підприємницької діяльності.

Стартовий (початковий) капітал – це різновид інвестицій, які вкладаються у бізнес на початку практичної реалізації комерційної ідеї до моменту, коли підприємницька діяльність почне приносити прибуток. На обсяг стартового капіталу впливає зміст комерційної ідеї, вид продукції або послуги, масштаби та активність виробництва, тривалість виробничого циклу виготовлення продукції. Наприклад, у випадку складнішої продукції або тривалішого виробничого циклу величина стартового капіталу буде більшою.

Найбільш загальний підхід до визначення потреби в стартовому (початковому) капіталі K , який потрібний для початку підприємницької діяльності, зводиться до формули

$$K = \Gamma_0 + \Gamma_{c-m} + \Gamma_n + \Gamma_r, \quad (4.1)$$

де Γ_0 – грошові кошти, потрібні для купівлі або оренди машин, обладнання, будівель, споруд, обчислювальної техніки, інструменту, транспортних засобів тощо;

Гс-м – грошові кошти, потрібні для купівлі сировини, матеріалів, напівфабрикатів, енергії, палива тощо;

Гн – грошові кошти, потрібні для оплати праці найманих працівників;

Гі – грошові кошти, потрібні для оплати інформаційних, рекламних послуг, використання об'єктів інтелектуальної власності та інші кошти.

Стартовий капітал може формуватися з двох джерел:

- власного капіталу засновників бізнесу;
- капіталу покриття (позикового капіталу), який вкладається у бізнес інвесторами, комерційними банками, кредиторами на умовах, обумовлених цими особами.

Стартовий капітал = Власний капітал + Капітал покриття

Отже, при розрахунку стартового капіталу потрібно врахувати такі види майбутніх витрат:

1. Витрати на придбання (оренду) будівель, техніки, машин тощо, потрібних для початку бізнесу. При цьому обов'язковим є визначення терміну використання грошей (бажано помісячно);

2. Щомісячні витрати на оплату праці, закупівлю сировини і матеріалів, палива, енергії, витрати на рекламу тощо.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Мета роботи: сформувати вміння розраховувати потребу в капіталі для започаткування бізнесу.

Виконання практичного завдання забезпечує формування такої компетентності, як здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.

Завдання

Підприємець починає власну справу. Він підрахував, що для цього йому потрібно взяти в оренду приміщення, сплачуючи щомісячно Г01 грн, купити обладнання, витрачаючи на це Г02 грн, найняти працівників і сплачувати їм Гн грн щомісяця, купувати сировину і матеріали за Гс-м грн щомісяця, витратити на рекламу Гі грн кожного місяця.

Конкретні величини витрат підприємця за січень, а також коефіцієнти Кі, які показують зміну витрат щомісяця, наведені у **додатку Д**.

Підприємець підрахував, що з певного місяця він може отримувати чистий прибуток, якщо буде виготовляти щомісяця по N виробів, отримуючи від реалізації кожного чистий прибуток Р грн (табл. Д.3). Там же зазначено обсяг власного капіталу підприємця ВК, який він збирається вкласти в бізнес.

Необхідно розрахувати потребу в капіталі та визначити суму і терміни повернення кредиту, що потрібний для покриття усіх витрат.

Порядок виконання завдання

За даними додатка Б потрібно:

1. Визначити свої початкові дані згідно з варіантом.
2. З урахуванням коефіцієнтів K_i розрахувати щомісячні витрати, які понесе підприємець при реалізації комерційної ідеї протягом року.

Щомісячні витрати

Місяці	G_{01}	G_{02}	G_n	G_{c-m}	G_i	G_{01}	Разом
Січень							
Лютий							
Березень							
Квітень							
Травень							
Червень							
Липень							
Серпень							
Вересень							
Жовтень							
Листопад							
Грудень							
Разом							

1. Побудувати графік зміни щомісячних витрат за таким зразком:

Наприклад, якщо в перший місяць підприємець планує витратити 1 млн грн, в другий – 1,4 млн грн, в третій – 0,9 млн грн, в четвертий – 0,6 млн грн, а починаючи з п'ятого – по 0,3 млн грн щомісяця, то графік зміни щомісячних витрат буде мати вигляд, наведений на рис. 4.1.

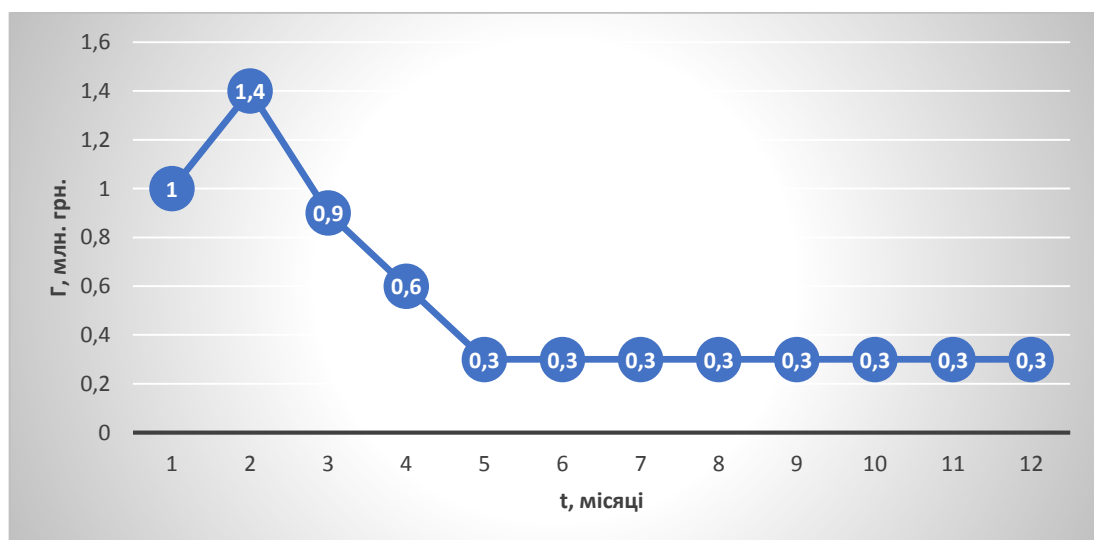


Рисунок 4.1 – Графік зміни щомісячних витрат

2. Розрахувати щомісячний чистий прибуток, який буде отримувати підприємець з певного часу.

3. Побудувати графік потреби в капіталі у часі, скоригований з урахуванням очікуваного прибутку.

Потрібно визначити, з якого часу підприємець почне отримувати гроші за продукцію, яку він буде виготовляти, реалізуючи власну комерційну ідею, а також величину цих надходжень. Припустимо, перша продукція буде реалізована у третьому місяці, чистий прибуток (ЧП) складе 0,2 млн грн. В четвертому місяці ЧП = 0,3 млн грн. Далі щомісяця по 0,4 млн грн. Зрозуміло, це зменшить реальну потребу в капіталі. Вже з 3-го місяця потреба в капіталі зменшиться і складе $0,9 - 0,2 = 0,7$ млн грн і т. д. Скоригований графік реальної потреби в капіталі буде мати вигляд, показаний на рис. 4.2.

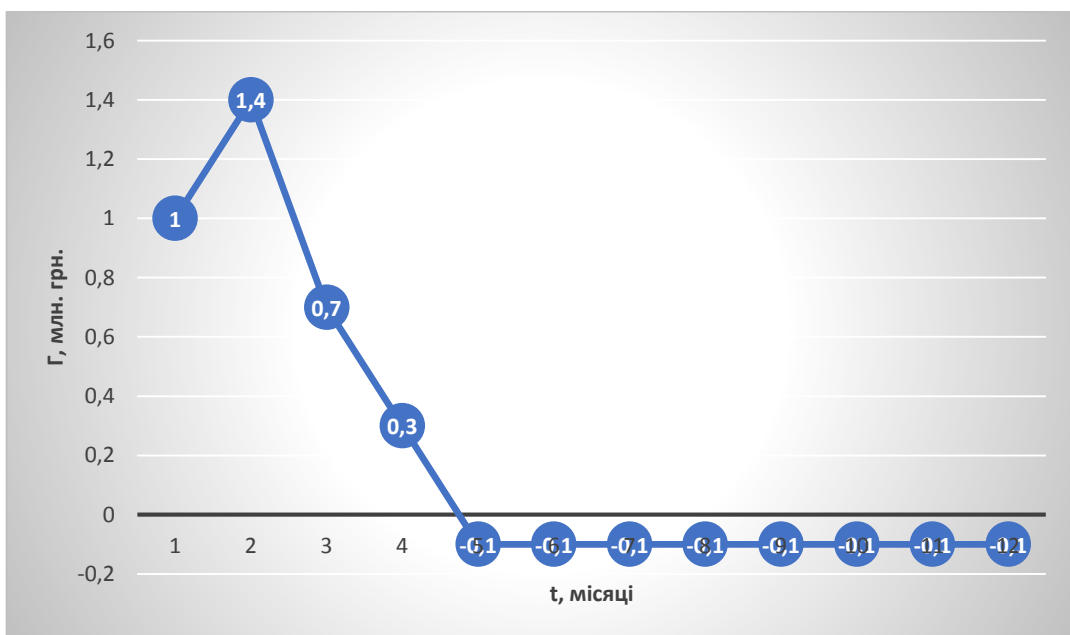


Рисунок 4.2 – Скоригований графік потреби у капіталі

Як видно з графіка, потреба в капіталі буде відчуватися лише протягом перших 4-х місяців.

4. Розрахувати величину стартового капіталу для початку бізнесу. За аналізованими даними величина стартового капіталу складе:

$$1 + 1,4 + 0,7 + 0,3 = 3,4 \text{ млн грн.}$$

5. З урахуванням величини власного капіталу (ця інформація є у вихідних даних) побудувати графік покриття потреби в капіталі.

Наприклад, якщо у підприємця є власний капітал 2,1 млн грн, тоді в перший місяць покриття потреби в капіталі за поданими даними складе 0 грн, бо 1 млн грн він може покрити за рахунок власних коштів, в другий місяць покриття потреби в капіталі складе 0,3 млн грн

(1,1 млн грн покривається за рахунок власного капіталу, який залишився). В третій місяць покриття потреби в капіталі складе 0,7 млн грн, а в четвертий – 0,3 млн грн.

Загальне покриття потреби в капіталі: $0 + 0,3 + 0,7 + 0,3 = 1,3$ млн грн.

Починаючи з 5-го місяця підприємець буде отримувати щомісячний прибуток $0,4 - 0,3 = 0,1$ млн грн. Графік покриття потреби в капіталі у часі матиме вигляд, показаний на рис. 4.3.

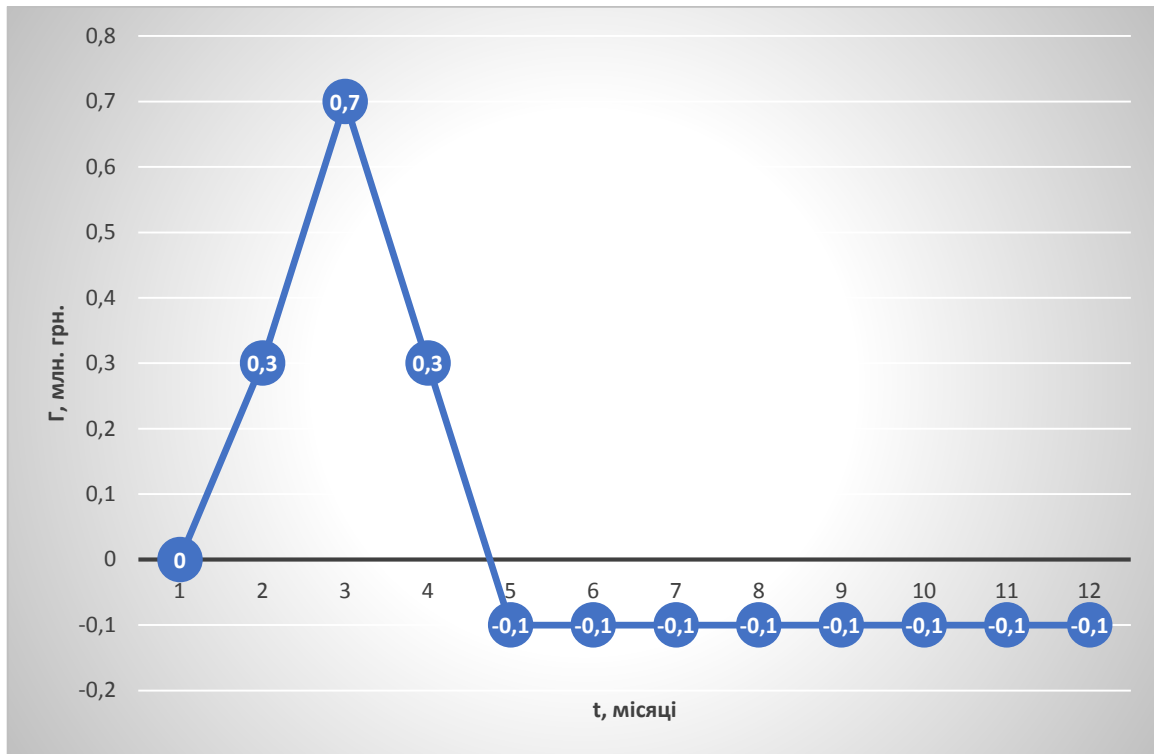


Рисунок 4.3 – Графік покриття потреби у капіталі

Отже, бачимо, що підприємцю потрібно залучити додаткові кошти в розмірі 1,3 млн грн протягом 3-х місяців.

б. Розраховуємо, за який період підприємець зможе повернути кредит.

Для цього беремо до уваги очікуваний середньомісячний прибуток (отримуємо його, склавши прибутки за весь період і поділивши на кількість місяців, протягом яких ці прибутки планується отримати), що його почне отримувати підприємець з 5-го місяця (0,1 млн грн), якщо припустити, що половину цього прибутку він зможе спрямувати на погашення кредиту, то термін, за який він зможе погасити кредит становить: $1,3 : 0,05 = 26$ місяців.

Тоді загальний термін кредиту складе $26 + 3$ (термін безпосереднього використання коштів) = 29 місяців або приблизно 2,5 року.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Що таке стартовий капітал? Основні джерела утворення стартового капіталу.
2. Назвіть основні види підприємницьких витрат.
4. Як відрізняються складові витрати в різних сферах підприємництва?
5. В чому відмінність між валовим і чистим прибутками підприємця?
6. Що таке кредит?
7. Які функції виконує кредит для розвитку підприємництва?
8. Якою є середня ставка для кредитів у національній валюті в Україні на даний час?
9. Який механізм розрахунку середньомісячного прибутку?
10. Які інші (окрім кредиту) способи залучення коштів для започаткування бізнесу?

ТЕСТИ

1. Що не відносять до основних елементів, які формують підприємницький капітал?
 - а) необоротні засоби виробництва;
 - б) оборотні засоби виробництва;
 - в) нематеріальні активи;
 - г) інша відповідь.
2. Що не відносять до капіталу покриття?
 - а) капітал інвесторів;
 - б) власний капітал підприємця;
 - в) капітал кредиторів;
 - г) інша відповідь.
3. Стартовий капітал розраховується як ...
 - а) сума власного капіталу засновників бізнесу та капіталу покриття;
 - б) різниця власного капіталу засновників бізнесу та капіталу покриття;
 - в) сума капіталу кредиторів та інвесторів;
 - г) інша відповідь.
4. Що відносять до оборотних засобів виробництва?
 - а) будівлі
 - б) транспорт
 - в) споруди
 - г) грошові кошти
5. Що відносять до необоротних засобів виробництва?
 - а) паливо;
 - б) сировину;

- в) споруди;
- г) грошові кошти.

6. Що відносять до нематеріальних активів?

- а) паливо;
- б) патент;
- в) споруди;
- г) грошові кошти.

7. Що відносять до необоротних засобів виробництва?

- а) паливо;
- б) сировину;
- в) споруди;
- г) грошові кошти.

8. Кошти на оплату інформаційних послуг відносять до:

- а) необоротних засобів виробництва;
- б) необоротних засобів виробництва;
- в) нематеріальних активів;
- г) інша відповідь.

9. Кошти на купівлю напівфабрикатів відносять до:

- а) необоротних засобів виробництва;
- б) необоротних засобів виробництва;
- в) нематеріальних активів;
- г) інша відповідь.

10. Кошти на оренду офісного приміщення відносять до:

- а) необоротних засобів виробництва;
- б) необоротних засобів виробництва;
- в) нематеріальних активів;
- г) інша відповідь.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ 4

1. Козловський В. О. Підприємництво. Практикум. Вінниця : 2014. 354 с.
2. Кучеренко В. Р., Добрава Н. В., Квач Я. П., Осіпова М. М. Основи бізнесу. Практичний курс (збірник вправ, задач, тестів та ситуаційних завдань) : навч. посіб. / за ред. В. Р. Кучеренка. К. : Центр учбової літератури, 2010. 176 с.

ТЕМА 5 ДОСЛІДЖЕННЯ ГАЛУЗІ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Короткі теоретичні відомості

Обсяг ринку – це частина аналізу ринку, метою якого є обчислення потенційного розміру ринку, який може охопити ваш продукт або послуга.

Загальний обсяг цільового ринку та динаміка його зростання є важливим фактором, що впливає на оцінку бізнес-потенціалу та рівень зацікавленості з боку потенційних інвесторів.

При розрахунку обсягу ринку виділяють 3 категорії оцінки: TAM, SAM, SOM.

TAM (Total Addressable Market) – максимально можливий обсяг ринку, який може охопити бізнес теоретично, якщо припустити, що не існує взагалі ніяких обмежень. Оцінка TAM – це метрика, яка дозволяє оцінити потенціал бізнесу та загальний попит на продукт/сервіс.

TAM можна розрахувати у фінансовому вираженні або в термінах загальної кількості користувачів у світі (усі 100% людей або компаній, які мають проблему).

Фінансовий розрахунок полягає в пошуку аналітичних звітів, статистичних даних, звітів, досліджень або припущень засновників стартапу, які дозволять розрахувати і зробити висновки про те, скільки грошей витрачається на цьому ринку, тобто загальний річний обіг грошей. Ви можете знайти цю інформацію в базах даних, аналізах і звітах.

Якщо неможливо знайти дані для розрахунку фінансового TAM, також можна розрахувати загальний обсяг ринку як 100% кількості потенційних користувачів, після чого фінансовий показник обсягу TAM можна розрахувати шляхом множення їх кількості на середнє очікуване значення попиту на товар.

Розрахунок оцінки TAM важливий з точки зору бізнес-моделі та потенційного фінансового плану, оскільки від цієї оцінки залежатимуть подальші розрахунки фінансових коефіцієнтів і майбутні бізнес-метрики.

Важливо на самому початку правильно і коректно визначити цільовий ринок, на який орієнтується бізнес. Наприклад, ринок онлайн продажів техніки, ринок онлайн сервісів для SMM, ринок гаджетів для зняття стресу тощо. Наприклад, якщо бізнес-ідея стосується створення маркетплейсу косметики та товарів для догляду за обличчям, то TAM – це не весь ринок маркетплейсів, а ринок косметики онлайн.

Визначення ринкових цілей (ринкового сегмента) має бути максимально актуальним і конкретним. Це важливо, зокрема, і для правильного оцінювання розміру ринку.

SAM (Serviceable Available Market) є частиною TAM, що означає сегмент, який може бути охоплений продуктом з боку географічної цільової

групи. Це означає, що обсяг SAM розраховується як частина TAM, яка є географічно та демографічно обмежені. Розраховується як відсоток TAM з урахуванням портретів цільової аудиторії.

SOM (Serviceable Obtainable Market) – частина SAM – реалістична частка ринку, яку компанія може отримати завдяки наявним ресурсам. Він розраховується таким чином:

1. *На основі місткості.* Якщо виробництво продукту пов'язане з виробництвом, людино-годинами або іншими обмеженими ресурсами, розрахуйте, скільки майбутній бізнес зможе виробляти за місяць/рік/5 років. Виходячи з цього, можна розрахувати максимально можливу суму SOM;

2. *На основі ваших конкурентів.* Подивіться, яка частка ринку у ваших конкурентів, і використовуйте ці дані, щоб зробити власні припущення щодо потенційної частки ринку вашої майбутньої компанії.

Зростання ринку – це показник, за яким можна зрозуміти динаміку ринку і наскільки він зростає протягом року. Дані про зростання ринку можна знайти в статистиці чи аналітичних звітах або розрахувати за розміром ринку в різні роки. Тобто за формулою

$$\text{Зростання ринку} = (\text{обсяг ринку на кінець поточного періоду} - \text{обсяг на кінець попереднього періоду}) / \text{обсяг ринку на кінець попереднього періоду}.$$

Аналіз конкурентів передбачає аналіз компонентів майбутніх бізнес-конкурентів, щоб краще зрозуміти вашу конкурентну перевагу.

Є прямі і непрямі конкуренти:

Прямі – це ті, хто вирішує ту саму проблему (ті самі проблеми, що й ваша канва ціннісної пропозиції) так само, як і ви;

Непрямі – це ті, хто вирішує ту саму проблему (ті самі проблеми, що й канва ціннісної пропозиції), але іншими способами.

Можна шукати конкурентів за допомогою spyfu.com або за допомогою пошуку в Інтернеті.

Конкурентів потрібно аналізувати за такими критеріями:

- 1) проблема, яку вони вирішують;
- 2) основні ознаки;
- 3) ціна;
- 4) маркетингові показники;
- 5) позиціонування;
- 6) ринок, на якому вони працюють.

Основні ознаки, за якими потрібно порівнювати ваш бізнес з бізнесом конкурентів, можна знайти в канві ціннісної пропозиції – знеболюючі, продукти та послуги, додаткові переваги.

Нечесні конкурентні переваги – це те, що робить команду/продукт стартапу кращими за команду/продукт конкурента, це те, що важко скопіювати і що робить бізнес сильнішим на ринку. Це може бути доступ до

конфіденційної інформації, найнижча ціна на ринку, унікальність у сфері розповсюдження, авторські права чи патенти тощо.

Теорія Майкла Портера для оцінювання потенційних ризиків була розроблена далекого 1979 року, але зберегла популярність до цього дня. Вона полягає в оцінюванні можливих несприятливих подій, які можуть так чи інакше вплинути на бізнес у майбутньому. Аналіз проводиться у розрізі п'яти факторів, або так званих сил.

П'ять сил Портера, що впливають на розвиток бізнесу:

1. Покупці (клієнти);
2. Постачальники (якщо їх немає, просто не враховуються);
3. Чинні конкуренти;
4. Нові конкуренти;
5. Товари-замінники.

Автор теорії стверджує, що кожен із цих факторів чинить певний тиск на бізнес. Певною мірою вони вважаються зовнішніми (оскільки компанія ніяк не може на них вплинути).

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Мета роботи: сформувати навички дослідження ринку для здійснення підприємницької діяльності.

Виконання практичного завдання забезпечує формування таких компетентостей:

- ✓ здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях;
- ✓ критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності;
- ✓ здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур;
- ✓ здатність здійснювати діяльність у взаємодії з суб'єктами ринкових відносин;
- ✓ здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур.

Завдання. Дослідити ринок, де плануєте здійснювати діяльність (відповідно до обґрунтованої у практичній роботі № 1 бізнес-ідеї) у межах країни (області, міста).

Порядок виконання завдання

1. Загальна характеристика ринку (опис ринку, аналіз тенденцій розвитку; загальні показники ринку, ємність, сегментація і структурування, сировинна база, технологія виробництва).

2. Державне регулювання галузі (основні закони, що регулюють галузь; податки і збори на ринку).
3. Виробництво та динаміка реалізації (обсяг виробництва і реалізації в кількісних і вартісних показниках, динаміка).
4. Конкуренція (провести аналіз 5 конкурентних сил за М. Портером, навести дані про частку ринку основних операторів і т. д.).
5. Обсяги продажів на ринку (в розрізі операторів, за видами продукції).
6. Ціна і ціноутворення на ринку (динаміка цін на продукцію, фактори, що впливають на формування ціни, рентабельність в галузі).
7. Споживачі і їх вподобання (також онлайн).
8. Канали збуту продукції (опис і структура продажів по каналах).
9. Асортимент продукції, презентований на ринку.
10. Показати свої конкурентні переваги (внутрішні і зовнішні) у вигляді таблиці.
11. Зробити висновки про доцільність здійснення підприємницької діяльності на даному ринку (1–2 абзаци).

При виконанні завдання використовуються як первинна, так і вторинна інформація, а саме:

- ✓ дані Державної служби статистики України,
- ✓ дані митної служби (бази ЗЕД),
- ✓ дані профільних міністерств і асоціацій,
- ✓ дані операторів ринку,
- ✓ інформаційні ресурси компанії (внутрішня база) та її партнерів, банків,
- ✓ дані спеціалізованих інформаційних ресурсів та ЗМІ,
- ✓ інформація, зібрана шляхом опитування споживачів товару (послуги),
- ✓ дані аналізу інтернет-аудиторії,
- ✓ експертне опитування тощо.

Увага! Обов'язковим є посилання на джерело інформації.

Практична робота оформляється у вигляді презентації за допомогою редактора PowerPoint та має бути презентована (захищена) на практичному занятті.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Дайте означення ринку.
2. Опишіть механізм взаємодії попиту, пропозиції та встановлення ринкової рівноважної ціни.
3. Назвіть та охарактеризуйте основні типи ринків за видом конкурентної ситуації.
4. Що являють собою економічні бар'єри для входження на монопольний ринок?

5. Наведіть приклади підприємств-монополістів в Україні.
6. Які позитивні наслідки конкуренції?
7. Наведіть приклади олігополістичного ринку.
8. Назвіть основні характеристики сучасних товарних ринків.

ТЕСТИ

1. Максимально можливий теоретично обсяг ринку, без урахування будь-яких обмежень, – це:

- а) TAM;
- б) SAM;
- в) SOM;
- г) інша відповідь.

2. Сегмент макимально можливого ринку, який може бути охоплений продуктом, враховуючи географічну цільову аудиторію, – це:

- а) TAM;
- б) SAM;
- в) SOM;
- г) інша відповідь.

3. Реалістична частка ринку, яку бізнес може завоювати за допомогою доступних йому ресурсів, – це:

- а) TAM;
- б) SAM;
- в) SOM;
- г) інша відповідь.

4. Хто з переліку є непрямими конкурентами для фірми-виробника жіночого одягу?

- а) взуттєва фабрика;
- б) молокозавод;
- в) друкарня;
- г) місцеве ательє з пошиву одягу.

5. Хто з переліку є непрямими конкурентами для корпорації Netflix?

- а) кіностудія Universal Pictures;
- б) національні канали телебачення;
- в) місцева компанія-провайдер кабельного телебачення;
- г) медіа-сервіс Megogo.

6. Кількість продажів powerbank у регіоні у 2021 році становила 500000, у 2022 становить 585000 шт. Індекс зростання регіонального ринку powerbank становить:

- а) 17%;
- б) 1,17%;

- в) 117%;
- г) інша відповідь.

7. Те, що робить команду/продукт кращою за команду/продукт конкурентів, те, що важко скопіювати і що робить бізнес сильнішим на ринку, має назву:

- а) конкурентні переваги;
- б) нечесні конкурентні переваги;
- в) сильні сторони;
- г) інша відповідь.

8. Таргетований ринок також називають:

- а) конкурентним;
- б) цільовим;
- в) контрольованим;
- г) інша відповідь.

9. Що з переліку не відносять до п'яти конкурентних сил Портера?

- а) покупців;
- б) постачальників;
- в) законодавчі обмеження;
- г) чинних конкурентів;
- д) нових конкурентів;
- е) товари-замінники.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ 5

1. Маркетингові дослідження ринку : монографія. О. В. Жегус, Л. О. Попова, Т. М. Парцирна. Х. : ХДУХТ, 2010. 176 с.
2. Амонс С. Е., Красняк О.П. Маркетингові дослідження ринку і його структурних елементів: теоретичний аспект. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=792>
3. Маслак О. І., Квятковська Л. А., Кулінічев П. К. Конкуренція: її сутність та особливості в умовах глобалізації. Технологічний аудит та резерви виробництва. 2014. № 3/3(17). С. 57–61.

ТЕМА 6 РОЗРАХУНОК ОСНОВНИХ ПОДАТКІВ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Короткі теоретичні відомості

Суб'єкти підприємництва (юридичні особи і фізичні особи – підприємці) можуть добровільно обирати спосіб оподаткування і працювати за загальною або спрощеною системами.

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності – це особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів на сплату єдиного податку з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності (ст. 291 ПКУ). Спрощена система оподаткування може бути обрана юридичною особою чи фізичною особою – підприємцем, якщо така особа відповідає вимогам, визначених главою 1 розділу XIV ПКУ.

Метою застосування спрощеної системи оподаткування є забезпечення накопичення суб'єктами малого підприємництва первісного капіталу, розширення виробництва з подальшим переходом на загальну систему оподаткування.

Єдиний податок (ЄП) – це місцевий податок, який заміщає собою сплату і розрахунок певної кількості обов'язкових податків і зборів, які сплачуються в Україні (п. 297.1 ПКУ), зокрема:

1. Податок на прибуток підприємств (ПП);
2. Податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) у частині доходів (об'єкта оподаткування), отриманих у результаті господарської діяльності платника єдиного податку першої–четвертої груп (фізичної особи);
3. Податок на додану вартість (ПДВ) з операцій із постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України (крім платників третьої групи за ставкою єдиного податку 3%, а також платників єдиного податку четвертої групи);
4. Податок на майно в частині земельного податку (крім земельного податку на земельні ділянки, що не використовуються платниками першої–третьої груп у господарській діяльності, та платниками єдиного податку четвертої групи для ведення сільськогосподарського товаровиробництва);
5. Рентної плати за спеціальне використання води платниками єдиного податку четвертої групи.

Водночас платники єдиного податку на загальних підставах є платниками екологічного податку, рентної плати (у частині плати за спеціальне використання води, плати за користування надрами, спеціальне використання лісових ресурсів, користування радіочастотним ресурсом України).

На сьогодні в Україні існують чотири групи платників єдиного податку, визначені Податковим кодексом України (табл. 6.1). Платниками

єдиного податку можуть бути як фізичні особи – підприємці, так і юридичні особи.

Таблиця 6.1 – Групи платників єдиного податку та їх характеристики

Групи платників єдиного податку	Річний ліміт доходу	Використання праці найманих працівників	Види діяльності	Ставка єдиного податку та податкова база
Перша група: виключно фізичні особи - підприємці	167 МЗП (1002000 грн), тобто 1,0 млн грн	Не використовується	Роздрібний продаж товарів на ринках та/або надання побутових послуг виключно населенню	До 10% від прожиткового мінімуму для працездатних осіб (227 грн/міс.)
Друга група: виключно фізичні особи – підприємці	834 МЗП (5004000 грн), тобто 5,0 млн грн	Не більше 10 осіб	Надання послуг, зокрема побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства	До 20% мінімальної зарплати (1200 грн/міс.)
Третя група: юридичні особи та фізичні особи – підприємці	1167 МЗП (7002000 грн), тобто 7,0 млн.грн	Не обмежується	Дозволено будь-які види діяльності, крім заборонених на єдиному податку	- 3% доходу для платників ПДВ; - 5% доходу для неплатників ПДВ
Четверта група: юридичні особи – сільськогосподарські товаровиробники та фізичні особи – підприємці, які проводять діяльність в межах фермерського господарства	Не обмежується	Не обмежується	Сільськогосподарське товаровиробництво, частка якого становить не менше 75% за попередній податковий (звітний) рік	Розмір ставок податку з одного гектара сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду залежить від категорії (типу) земель та їх розташування, коливається у межах 0,16–5,4% від нормативної грошової оцінки

Статтею 291.5 ПКУ визначено види діяльності, які повністю або частково заборонені на єдиному податку чи заборонені тільки для 1-ї групи, але дозволені для 2–3-ї груп. Наприклад, суб'єкти господарювання, які займаються виробництвом виноградних вин, тютюнових виробів, дорогоцінних металів, автотранспортних засобів; роздрібною торгівлею пальним; оптовою торгівлею алкогольних напоїв; діяльністю з підтримки театральних і концертних заходів тощо, не можуть обирати спрощену систему оподаткування. Для 1-ої і 2-ої груп єдиного податку заборонено відкривати агентство нерухомості.

Доходом платника єдиного податку першої–третьої груп є:

1) для фізичної особи – підприємця – дохід, отриманий протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій); матеріальній або нематеріальній формі (крім доходів у вигляді процентів, дивідендів, роялті, страхових виплат, бюджетних грантів);

2) для юридичної особи – будь-який дохід, також дохід представництв, філій, відділень такої юридичної особи, отриманий

протягом податкового (звітного) періоду в грошовій (готівковій та безготівковій) формі, матеріальній або нематеріальній формі.

Приклад 1. Сплата єдиного податку та ЄСВ платниками ЄП 1-ої групи у 2021 році

Підприємець 1-ої групи за 2021 рік має сплачувати, незалежно від факту отримання доходу,

- ЄСВ не менше як 9350 грн (1320 грн * 6 міс. + 1430);
- єдиний податок, максимум у сумі 1589 грн (227 грн * 7 міс.).

Тобто, загальне річне податкове навантаження у ФОП 1-ої групи в 2021 році становитиме 10 939 грн.

Розрахунки проведено з урахуванням розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб у 2021 році: з 1 січня – 2270 грн, з 1 липня – 2379 грн, з 1 грудня – 2481 грн. Крім того, за січень–травень 2021 року фізичні особи «єдинники» 1-ої групи були звільнені від сплати ЄСВ і ЄП.

Приклад 2. Сплата єдиного податку та ЄСВ платниками ЄП 2-ої групи у 2021 році

Підприємець 2-ої групи за 2021 рік має сплачувати, незалежно від факту отримання доходу,

- ЄСВ не менше ніж 15950 грн (1320 грн * 11 міс. + 1430 грн);
- єдиний податок максимум у сумі 14400 грн (1200 грн * 12 міс.).

Тобто, загальне річне податкове навантаження у ФОП 2-ої групи в 2021 році становитиме 30350 грн.

Розрахунки проведено з урахуванням розміру мінімальної зарплати у 2021 році: з 1 січня – 6000 грн, з 1 грудня – 6500 грн.

Юридичні особи і ФОП можуть працювати на загальній системі оподаткування.

Перевага загальної системи оподаткування (порівняно зі спрощеною) – податки сплачуються не з доходу, а з прибутку.

Прибуток (чистий оподатковуваний дохід) ФОП – це сума доходів, зменшена на суму дозволених витрат. Тому у разі наявності у підприємця значних витрат вигіднішою стає загальна система оподаткування, а не спрощена.

Загальна система оподаткування є єдино можливою у випадках, коли у юридичної особи чи ФОП є:

- заборонені для спрощеної системи види діяльності, наприклад, діяльність у сфері аудиту, технічних досліджень, організація та проведення гастрольних заходів, брокерська діяльність;
- потреба у заборонених для ЄП способах розрахунків, наприклад, бартер та інші негрошові форми.

Перевищення дозволеної максимальної виручки (доходу) ФОП протягом року також позбавляє можливості перебувати на спрощеній системі оподаткування, наприклад, річний дохід в сумі 1167 мінімальних

зарплат є межею для 3-ої групи ЄП. У разі її перевищення, юрособа чи ФОП змушені переходити в обов'язковому порядку на загальну систему оподаткування.

На загальній системі оподаткування, залежно від обраного виду діяльності, підприємцем сплачуються такі основні податки і платежі:

- Податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) – 18%;
- Військовий збір (ВЗ) – 1,5%;
- Єдиний соціальний внесок (ЄСВ) – 22%

Сплачуються ці податки і збори з однієї бази – отриманого чистого оподатковуваного доходу (прибутку), який визначається за формулою

$$\text{ЧОД} = \text{Д} - \text{В}, \quad (6.1)$$

де ЧОД – чистий оподатковуваний дохід ФОП (прибуток);

Д – Доходи (виручка від реалізації товарів, робіт, послуг) ФОП;

В – Витрати ФОП.

Тоді податок на доходи фізичних осіб визначається за формулою

$$\text{ПДФО} = \text{ЧОД} * 0,18. \quad (6.2)$$

Військовий збір визначається за формулою

$$\text{ВЗ} = \text{ЧОД} * 0,015. \quad (6.3)$$

Єдиний соціальний внесок визначається за формулою

$$\text{ЄСВ} = \text{ЧОД} * 0,22. \quad (6.4)$$

Крім того, юрособа або ФОП може сплачувати такі податки:

- ✓ ПДВ, якщо зареєструється добровільно як платник ПДВ або обсяг доходу за останніх 12 місяців перевищить 1 млн грн. Це також зобов'язує подавати Податкову декларацію з ПДВ й скласти податкові накладні;
- ✓ ПДФО, ВЗ та ЄСВ щодо найманих працівників, якщо такі є;
- ✓ Податок на доходи нерезидентів – 15%. Цей податок сплачується, якщо ФОП виплачує доходи юрособі-нерезиденту та утримується з такого виплаченого доходу;
 - ✓ транспортний податок;
 - ✓ акцизний податок;
 - ✓ плату за землю, зокрема земельний податок;
 - ✓ податок на нерухомість (податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки);
 - ✓ екологічний податок;
 - ✓ рентна плата;
 - ✓ мито, якщо здійснює операції імпорту-експорту;
 - ✓ збір за паркування;
 - ✓ туристичний збір.

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

Мета роботи: сформувати навички розрахунку сум основних податків у підприємницькій діяльності.

Виконання практичних завдань забезпечує формування таких компетентностей.

- ✓ Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.
- ✓ Здатність діяти відповідально та свідомо.
- ✓ Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
- ✓ Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.
- ✓ Здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.
- ✓ Здатність застосовувати основи обліку та оподаткування в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

Завдання 1

Суб'єкт підприємництва обрав спрощену систему оподаткування. За наведеними в таблиці даними (**Додаток Е**) визначити:

1. Групу платника єдиного податку;
2. Поквартальну та річну суми єдиного податку, що підлягають сплаті до бюджету;
3. Поквартальну та річну суми ЄСВ, ВЗ і ПДФО, що підлягають сплаті до бюджету. Відповідь обґрунтувати.

Завдання 2

Розрахувати величину податку на прибуток, який має сплатити підприємець за перший, другий, третій та четвертий квартали. При проведенні розрахунків амортизаційні відрахування прийняти щоквартально по 10 тис. грн, а ставку податку на прибуток – 18%.

Зробити висновки. Пояснити, які труднощі можуть виникнути на підприємстві, якщо, наприклад, продукція відвантажена, а гроші за неї на рахунок підприємця ще не надійшли. Поясніть, яким чином можна зменшити величину сплачуваного податку на прибуток в окремому кварталі. Вихідні дані наведені в **додатку Ж**.

Порядок виконання завдання

Об'єкт оподаткування податку на прибуток – прибуток, що визначається як різниця між валовим доходом і валовими витратами та

амортизаційними відрахуваннями, які отримало підприємство протягом певного періоду.

$$\Pi = (\text{ВД} - \text{ВВ} - \text{А}) \times \omega, \quad (6.5)$$

де ВД – валовий дохід,

ВВ – валові витрати,

А – амортизаційні відрахування,

ω – ставка податку на прибуток, у відносних одиницях.

Дата виникнення валового доходу: те, що настало раніше: надходження грошей на поточний рахунок суб'єкта або відвантаження ним продукції.

Дата появи валових витрат: те, що настало раніше: списання грошей з поточного рахунку суб'єкта або дата оприбуткування матеріалів у себе на складі.

Завдання 3

Підприємство виготовляє підакцизні товари А, Б і В. На основі даних таблиці (додаток II) розрахувати:

1) Величину акцизного збору, який має сплатити виробник за виробництво кожного виду підакцизних товарів, а також всіх товарів разом.

2) Вільну ринкову ціну по кожному виду товарів

Порядок виконання завдання

Акцизний збір – це непрямий податок на високорентабельні і монопольні товари, який входить в ціну реалізації цих товарів. Платниками акцизного податку є суб'єкти господарювання, які виробляють, реалізують або ввозять на митну територію України підакцизні товари (продукцію), до яких належать: спирт, алкогольні напої, тютюнові вироби, паливо, електромобілі, автобуси та ін.

Акцизний податок сплачується незалежно від результатів фінансової діяльності суб'єкта бізнесу. Величина акцизного збору у грн (А) розраховується за формулою 6.6

$$\text{А} = \text{Ц}_\text{в} \times \alpha, \quad (6.6)$$

де α – ставка акцизного збору, у відносних одиницях.

Завдання 4

Підприємство виготовляє продукцію і відвантажує її споживачам. Дата відвантаження продукції, отримання коштів за неї, списання коштів з рахунку за отримані матеріали та виписки податкової накладної наведені в таблиці. Керуючись методикою розрахунку ПДВ та даними додатка К, потрібно розрахувати величину податку на додану вартість, яку має сплатити підприємець в січні, лютому та березні.

а) при застосуванні касового методу сплати ПДВ;

б) при виникненні податкового зобов'язання в момент відвантаження продукції (за видатковою накладною).

Ставка ПДВ – 20%.

Порядок виконання завдання

ПДВ – це непрямий податок, який входить у вартість товару або послуги. Його платять з різниці між вартістю усіх реалізованих товарів (робіт, послуг) і вартістю усіх куплених на стороні товарів (робіт, послуг) у платників цього податку.

Ця різниця містить в собі внутрішньо створену вартість (оплату праці персоналу, використання машин і обладнання) та прибуток.

$$\text{ПДВ} = \text{Ц}_в \times \beta, \quad (6.7)$$

де β – ставка ПДВ, у відносних одиницях

Розмір ПДВ, що підлягає сплаті, розраховується за формулою 6.8

$$\text{ПДВ} = (\text{Ц}_в^2 - \text{Ц}_в^1) \times \beta, \quad (6.8)$$

де $\text{Ц}_в^2$ – вільна ціна проданого товару, грн;

$\text{Ц}_в^1$ – вільна ціна куплених матеріалів, грн;

$\beta = 0,2$.

Таким чином, якщо суб'єкт підприємництва є платником ПДВ і здійснює операції з постачання товарів (послуг) на митній території України, він має податкові зобов'язання.

Податкове зобов'язання (ПЗ) – загальна сума податку, отримана або нарахована платником у звітному періоді. Це та сума податку, яку суб'єкт господарювання нараховує на договірну вартість з урахуванням націнки, яку він додає до товару, щоб отримати прибуток.

Суми ПЗ – це кошти, які потрібно сплатити до бюджету. При цьому зменшити суму ПЗ звітного періоду платник податку має право на суму Податкових кредитів (ПК), яка сплачена (нарахована) у складі вартості товарів (послуг), що були придбані. Таким чином, за підсумками звітного періоду платник ПДВ перераховує до бюджету суму, яка складає різницю між ПЗ і ПК.

За касовим методом дата виникнення податкових зобов'язань (відображення податкового кредиту) виникає за датою отримання оплати за товари (послуги), а постачання товарів (послуг) до ПДВ-наслідків не призводить.

Приклад виконання завдання

1. Підприємець для організації виробничого процесу здійснює закупівлю матеріалів. Продавець матеріалів виписує йому рахунок, в якому зазначено суму платежу і розмір ПДВ. Наприклад, якщо придбано матеріалів на 1000 грн, тобто вільна ціна матеріалів – 1000 грн, то ПДВ

складе $0,2 * 1000 = 200$ грн. Рахунок буде виписано на суму $1000 + 200 = 1200$ грн.

Підприємець сплачує 1200 грн, зокрема ПДВ – 200 грн.

В даному випадку сума 200 грн – це **податковий кредит**, який Підприємець надає державі у зв'язку з придбанням матеріалів для своєї діяльності.

2. Визначення дати виникнення податкового кредиту.

Датою виникнення податкового кредиту є дата однієї з подій, що відбулася першою: оплата матеріалів (товарів, послуг) чи отримання податкової накладної, що свідчить про отримання підприємцем товару і оприбуткування його на складі.

3. Далі Підприємець виготовляє певну продукцію, використавши придбані матеріали і додавши до них нову вартість, наприклад, 2000 грн. Тоді вільна ринкова ціна нової продукції складе $1000 + 2000 = 3000$ грн. Цю продукцію підприємець має продати. Сума ПДВ становить $3000 * 0,2 = 600$ грн, а ціна реалізації – $3000 + 600 = 3600$ грн. Таким чином, підприємець виписує покупцю рахунок на суму 3600 грн, з них ПДВ становить 600 грн.

4. Визначення моменту виникнення податкових зобов'язань у Підприємця.

Датою виникнення податкових зобов'язань вважається дата, яка припадає на податковий період, протягом якого відбувається будь-яка з подій, що сталася раніше: дата надходження грошей від покупця на банківський рахунок чи в касу або дата відвантаження товару Підприємцем. В цей момент у Підприємця виникає зобов'язання сплатити до бюджету 600 грн ПДВ.

5. Розмір ПДВ, що реально має бути сплачений Підприємцем, визначається як різниця між податковим зобов'язанням і податковим кредитом

$$\text{ПДВ} = 600 - 200 = 400 \text{ грн.}$$

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Які особливості спрощеної системи оподаткування ?
2. Які суб'єкти підприємництва можуть обирати спрощену систему оподаткування?
3. Що таке єдиний податок і як він визначається?
4. Сплату яких податків і зборів заміщає єдиний податок?
5. Які є групи платників єдиного податку в Україні? Охарактеризуйте кожен з них.
6. В яких випадках для суб'єкта підприємництва єдино можливим є загальна система оподаткування?
7. Які податки і збори можуть сплачуватися суб'єктом підприємництва на загальній системі оподаткування?

8. Поясніть різницю між прямими і непрямими податками.
9. Дайте загальну характеристику податку на прибуток. Поясніть механізм розрахунку податку на прибуток і якою є чинна ставка.
10. Дайте загальну характеристику податку на додану вартість. Поясніть суть, призначення, механізм розрахунку ПДВ і якою є чинна ставка.
11. Дайте загальну характеристику акцизного збору. Поясніть суть, призначення, механізм розрахунку і якою є чинна ставка.
12. Охарактеризуйте суть касового методу сплати ПДВ.
13. Опишіть суть розрахунку ПДВ за датою відвантаження товару.
14. Що таке податковий кредит та податкове зобов'язання?

ТЕСТИ

1. Спрощена система оподаткування – це:
 - а) особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, встановлених Податковим Кодексом на сплату єдиного соціального внеску;
 - б) особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів на сплату єдиного податку з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності;
 - в) особливий механізм справляння податків і зборів, що передбачає звільнення від сплати ПДВ;
 - г) система оподаткування, яка звільняє підприємців від сплати всіх податків і зборів.
2. Хто може обирати спрощену систему оподаткування?
 - а) усі суб'єкти підприємництва;
 - б) лише юридичні особи;
 - в) лише фізичні особи – підприємці;
 - г) фізичні особи підприємці і юридичні особи, якщо такі особи відповідають вимогам, визначених главою 1 розділу XIV ПКУ.
3. Єдиний податок заміщає собою сплату і розрахунок:
 - а) Податку на прибуток підприємств;
 - б) Єдиного соціального внеску;
 - в) Екологічного податку;
 - г) ПДВ.
4. На сьогодні в Україні існують:
 - а) три групи платників єдиного податку;
 - б) чотири групи платників єдиного податку;
 - в) п'ять груп платників єдиного податку;
 - г) шість груп платників єдиного податку;

5. На кого не поширюється право використовувати спрощену систему оподаткування?

а) на фізичних осіб – підприємців, які надають посередницькі послуги з купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого майна, а також здійснюють діяльність з виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння;

б) на іноземців;

в) на фізичних осіб – підприємців, які мають найманих працівників;

г) немає правильної відповіді.

6. Підприємець, який надає послуги з ремонту електропобутової техніки та інших побутових приладів і не має найманих працівників може обрати:

а) першу групу єдиного податку;

б) другу групу єдиного податку;

в) третю групу єдиного податку;

г) лише загальну систему оподаткування.

7. Доходом платника єдиного податку є:

а) кошти, отримані в кредит від банківської установи;

б) всі грошові кошти, які надходять на розрахунковий рахунок;

в) дохід, отриманий протягом податкового періоду в грошовій формі; матеріальній або нематеріальній формі для ФОП, а також дохід представництв, філій, відділень для юридичної особи, отриманий протягом податкового періоду в грошовій формі; матеріальній або нематеріальній формах;

г) різниця між грошовими надходженнями за розрахунковий період, і витратами за цей період.

8. На загальній системі оподаткування, залежно від обраного виду діяльності, підприємцем сплачуються такі основні податки і платежі:

а) військовий збір, акцизний збір і ПДВ;

б) податок на доходи фізичних осіб (ПДФО), військовий збір (ВЗ) і Єдиний соціальний внесок (ЄСВ);

в) єдиний податок і ЄСВ;

г) екологічний податок і рентна плата.

9. Розмір єдиного податку для другої групи залежить від:

а) доходу (виручки);

б) прибутку;

в) розміру мінімальної зарплати;

г) розміру прожиткового мінімуму.

10. ПДВ – це:

- а) непрямий податок на високорентабельні і монопольні товари, який входить в ціну реалізації цих товарів;
- б) місцевий податок, який заміщає собою сплату і розрахунок певної кількості обов'язкових податків і зборів;
- в) непрямий податок, різновид митних платежів, який накладається на товари, що переміщуються через митний кордон, тобто ввіз/вивіз чи транзит;
- г) непрямий податок, який входить у вартість товару або послуги.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ 6

1. Податковий кодекс України від 2.12.2010 зі змінами [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17>
2. Митний кодекс України від 13.03.2012 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
3. Андрущенко В. Л. Податкова система : [навч. посіб.] / за заг. ред. В. Л. Андрущенко К. : «Центр учбової літератури», 2015. 416 с.
4. Козловський В. О. Підприємництво. Практикум. Вінниця : 2014. 341 с.

ТЕМА 7 ПОРІВНЯННЯ УМОВ КРЕДИТУВАННЯ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА У РІЗНИХ БАНКАХ

Короткі теоретичні відомості

Знаходження майбутньої вартості грошових коштів за складним відсотком через n -період i при відомому значенні темпу їх приросту здійснюється за формулою

$$F = PV \times (1 + i)^n, \text{ гр. од.} \quad (7.1)$$

де PV – сума грошових коштів, інвестованих у період $t = 0$;

i – ставка відсотка, коефіцієнт;

n – кількість періодів (років);

$(1 + i)^n$ – коефіцієнт (фактор) майбутньої вартості.

Якщо нарахування відсотків здійснюється m раз у рік, то формула буде мати вигляд

$$F = PV \times (1 + i/m)^{n \times m}, \text{ гр. од.} \quad (7.2)$$

де i – номінальна ставка,

i / m – інтервальна ставка.

При оцінюванні вартості грошей у часі за складними відсотками потрібно мати на увазі, що на результат суттєво впливає не тільки ставка відсотка, що використовується, але й число інтервалів виплат протягом одного і того ж загального платіжного періоду. Іноді є більш вигідним інвестувати гроші під меншу ставку відсотка, але з більшим числом інтервалів протягом передбаченого періоду платежу.

Таким чином, можна зробити кілька простих практичних висновків:

1) при нарахуванні відсотків: 12% річних не еквівалентно 1% на місяць (ця помилка дуже поширена серед бізнесменів-початківців);

2) чим частіше йде нарахування за схемою складних відсотків, тим більша підсумкова накопичена сума.

Загалом, при розрахунках у інвестиційних проєктах використовується формула складних відсотків, оскільки вважається, що інвестор є ефективним, тобто отриманий прибуток реінвестує.

Для спрощення розрахунків майбутньої і теперішньої вартостей можна користуватися таблицями значення фактора майбутньої і теперішньої вартостей, в яких наведено готові розрахунки за формулами $(1 + i)^n$ та $1/(1 + i)^n$ для різних значень i та n .

Для приблизного розрахунку за складними % може використовуватися **правило 72**: Якщо i – ставка % в відсотках, то $n = 72 / i$ – це така кількість інтервалів, через яку початкова сума подвоїться. Це правило спрацьовує для невеликих значень i (до 20%).

Так, якщо річна ставка $i = 10\%$, то $n = 7$ рокам.

Увага! Мова йде про періоди нарахування відсотків і відповідної даному періоду ставки, а саме: якщо базовим періодом, тобто періодом нарощення, є квартал, то в розрахунку має використовуватися квартальна ставка.

Грошовий потік – це сукупність розподілених у часі надходжень і виплат коштів.

Традиційний грошовий потік – це сума чистого доходу та нарахованої амортизації.

Чистий грошовий потік (net cash flow) – це різниця між надходженнями і виплатами.

Основа ЧГП складає сума чистого прибутку і амортизаційних відрахувань за певний період

Грошові потоки, які здійснюються на початку інтервалів, називаються пренумерандо, а в кінці інтервалів – постнумерандо.

Ануїтет (фінансова рента) – рівномірний тривалий грошовий потік однакових платежів, що характеризується однаковим рівнем відсоткових ставок протягом усього періоду.

Як і в загальному випадку, виділяють два типи ануїтетів: постнумерандо і пренумерандо.

300	300	300	300	300	...		
0	1	2	3	4	5	6	7

Ануїтет пренумерандо

	300	300	300	300	300	...	
0	1	2	3	4	5	6	7

Ануїтет постнумерандо

Розрахунки за ануїтентом використовуються при оренді, кредитуванні, накопичувальних внесках і т. д.

Майбутня вартість ануїтету (пренумерандо)	$S = R \times \frac{(1+i)^n - 1}{i} \times (1+i)$
Майбутня вартість ануїтету (постнумерандо)	$S = R \times \frac{(1+i)^n - 1}{i}$
Теперішня вартість ануїтету (пренумерандо)	$P = R \times \frac{1 - (1+i)^{-n}}{i} \times (1+i)$
Теперішня вартість ануїтету (постнумерандо)	$P = R \times \frac{1 - (1+i)^{-n}}{i}$

Примітка. R – розмір окремого платежу; n – кількість інтервалів; i – ставка відсотка, виражена десятковим дробом.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Мета роботи: сформувати вміння розраховувати вартість залучення кредитних коштів для здійснення підприємницької діяльності та порівнювати умови кредитування у різних банках.

Виконання практичного завдання забезпечує формування таких компетентностей:

- ✓ здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях;
- ✓ здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

Завдання

1. На рахунку в банку 1,2 млн грн. Банк платить 12,5% річних за складним відсотком. Пропонується ввійти всім капіталом у спільне підприємство, при цьому прогнозується подвоєння капіталу через 5 років. Чи потрібно прийняти цю пропозицію?

2. Підприємству необхідно через 3 роки мати 500 тис. грн для розширення виробництва. Яким має бути початковий вклад у банк при нарахуванні щомісячно 12% річних за складними відсотками?

3. Порівняти грошові потоки (прибутки) підприємця постнумерандо без урахування фактора часу і з урахуванням фактора часу:
1) 1-й рік – 500 тис. грн; 2-й рік – 400 тис. грн, 3-й рік – 300 тис. грн;
2) 1-й рік – 300 тис. грн, 2-й рік – 400 тис. грн, 3-й рік – 510 тис. грн.
Ставка дисконтування – 15%.

4. Два ануїтети (1 – сума окремого платежу 200 грн, ставка відсотка – 5% річних, строк – 10 років; 2 – сума окремого платежу – 100 грн, ставка відсотка – 6% річних, строк – 8 років) замінити одним зі строком платежу 8 років і ставкою відсотка 5%. Визначити суму нового платежу.

5. Фірмі запропоновано інвестувати 100 тис. грн на строк 5 років за умови повернення цієї суми частинами (щорічно по 20 тис. грн). Після 5 років виплачується додаткова винагорода в розмірі 30 тис. грн. Чи прийме вона цю пропозицію, якщо можна депонувати гроші в банк з розрахунку 16% річних. Вам пропонують здати в оренду ділянку на 2 роки і вибрати один із двох варіантів оплати оренди: а) 1 тис. в кінці кожного місяця; б) 28 тис. в кінці дворічного періоду. Який варіант вигідніший, якщо ставка відсотка на ринку грошей – 12%.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. У чому полягає різниця між простими та складними відсотками?
2. Дайте означення ануїтету.

3. Які види грошових потоків виділяють залежно від часу здійснення виплат?
4. У чому сутність «правила 72»?
5. Яка схема нарахування відсотка буде вигідніша за інших рівних умов: складні чи прості?
6. Охарактеризуйте традиційний і чистий грошові потоки.
7. Чому підприємці при розрахунках використовують переважно методику складних відсотків?

ТЕСТИ

1. Нарухування відсотка на базову суму вкладу – це механізм:
 - а) простих відсотків;
 - б) складних відсотків;
 - в) залежить від терміну вкладу;
 - г) інша відповідь.
2. Нарухування відсотка на нарощену суму вкладу – це механізм:
 - а) простих відсотків;
 - б) складних відсотків;
 - в) залежить від терміну вкладу;
 - г) інша відповідь.
3. Банк нараховує 12% річних щоквартально. Визначте інтервальну ставку відсотка:
 - а) 1%;
 - б) 12%;
 - в) 3%;
 - г) 4%.
4. Банк нараховує 18% річних раз у півроку. Визначте інтервальну ставку відсотка:
 - а) 18%;
 - б) 9%;
 - в) 3%;
 - г) інша відповідь.
5. За інших рівних умов більш вигідним для інвестора є механізм:
 - а) простих відсотків;
 - б) складних відсотків;
 - в) залежить від терміну вкладу;
 - г) інша відповідь.
6. Правило 72 звучить так: якщо i – ставка % в відсотках, то $n = 72 / i$ – це така кількість інтервалів, через яку початкова сума:
 - а) окупиться;

- б) подвоїться;
- в) почне збільшуватися;
- г) інша відповідь.

7. Сукупність розподілених у часі надходжень і виплат коштів має назву:

- а) ануїтет;
- б) чистий грошовий потік;
- в) традиційний грошовий потік;
- г) грошовий потік.

8. Сума чистого доходу та нарахованої амортизації – це:

- а) ануїтет;
- б) чистий грошовий потік;
- в) традиційний грошовий потік;
- г) грошовий потік.

9. Рівномірний тривалий грошовий потік однакових платежів, що характеризується однаковим рівнем процентних ставок протягом усього періоду – це:

- а) ануїтет;
- б) чистий грошовий потік;
- в) традиційний грошовий потік;
- г) грошовий потік.

10. За інших рівних умов більшу теперішню вартість матиме грошовий потік:

- а) постнумерандо;
- б) пренумерандо;
- в) ануїтет;
- г) інша відповідь.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ 7

1. Белова І. В. Дослідження грошово-кредитного ринку : навчальний посібник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 147 с.

2. Докієнко Л. М., Клименко В. В., Акімова Л. М. Інвестиційний менеджмент [Текст] : навч. посіб. К. : Академвидав, 2011. 408 с.

3. Телишевська Л. І., Успенко В. І. Інвестиційний аналіз [Текст] : навч. посіб. для студ. вузів ; Харк. держ. техн. ун-т будівництва та архітектури. Х. : Бурун Книга, 2011. 280 с.

ПРАКТИЧНА РОБОТА 8 ПОРІВНЯННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИВАННЯ У РІЗНІ ПІДПРИЄМНИЦЬКІ ПРОЄКТИ

Короткі теоретичні відомості

Головним критерієм оцінювання ефективності інвестицій є окупність, тобто швидкість повертання інвестору вкладених коштів у формі грошових потоків, які генеруються втіленням у життя фінансових проєктів. Це можуть бути прибутки від реалізації продукції, якщо інвестиційний проєкт пов'язаний з виробництвом продукції, прибуток від вкладення коштів у торгівлю, інші посередницькі організації, проценти на депозити в комерційних банках тощо.

Розглянемо основні показники ефективності інвестування у підприємницькі проєкти.

1. *Метод розрахунку чистої теперішньої вартості (NPV)*. Розраховується як різниця між сумою приведених до теперішнього часу чистих грошових потоків за роками і приведених інвестиційних витрат.

$$NPV = \sum_n \frac{ЧГП}{(1+r)^n} - \frac{ІЗ}{(1+r)^n}, \quad (8.1)$$

де $ІЗ$ – величина інвестицій;

r – ставка дисконтування;

ЧГП – річні доходи;

n – кількість років.

Це абсолютний показник, що характеризує інвестиційний потенціал підприємства від реалізації проєкту.

Якщо $NPV > 0$, то проєкт можна прийняти, $NPV < 0$, то проєкт потрібно відхилити, $NPV = 0$, то проєкт ні прибутковий і ні збитковий.

2. *Метод розрахунку коефіцієнта рентабельності інвестиції (індекса дохідності Profitability Index) (PI)*. На відміну від чистої теперішньої вартості індекс рентабельності – це відносний показник, який характеризує рівень доходів на одиницю витрат, тобто показує ефективність вкладень.

$$PI = \sum_n \frac{ЧГП}{(1+r)^n} : \frac{ІЗ}{(1+r)^n}, \quad (8.2)$$

Якщо: $PI > 1$, то проєкт потрібно прийняти; $PI < 1$, то проєкт потрібно відхилити; $PI = 1$, то проєкт ні прибутковий і ні збитковий.

3. *Метод визначення терміну окупності і дисконтованого терміну окупності інвестицій (DPP Discounted Payback Period)*. Цей метод не передбачає упорядкованості грошових надходжень в часі. Алгоритм

розрахунку терміну окупності інвестицій (*PP*) залежить від рівноваги розподілу прогнозованих доходів від інвестицій.

Загальна формула розрахунку показника терміну окупності інвестицій (*PP*) має вигляд:

$$PP = \min n, \text{ при якому } \sum_{k=1}^n ЧГП \geq I3, \quad (8.3)$$

Деякі спеціалісти під час розрахунків показника терміну окупності інвестицій (*PP*) рекомендують враховувати часовий аспект. В цьому випадку до розрахунку включають грошові потоки, дисконтовані за показником середньозваженої ціни капіталу, а відповідна формула для розрахунку дисконтованого терміну окупності (*DPP*) має вигляд:

$$DPP = \min n, \text{ при якому } \sum_{k=1}^n ЧГП \frac{1}{(1+r)^i} \geq I3, \quad (8.4)$$

Існує ряд ситуацій, в яких використання методу, заснованого на розрахунку терміну окупності затрат, є доцільним. Це, наприклад, ситуація, коли керівництво компанії більшою мірою заклопотане вирішенням проблеми ліквідності, а не прибутковості проєкту, – головне, щоб інвестиції окупилися і якнайшвидше. Метод також прийнятний в ситуації, коли інвестиції пов'язані з високим ступенем ризику: відомо, що чим коротший термін окупності, тим менш ризикований проєкт. Така ситуація характерна для галузей або видів діяльності, де велика ймовірність достатньо швидких технологічних змін.

4. Метод розрахунку середньої ставки доходу (*ARR*)

(*ARR*) розраховується діленням середньорічного прибутку *PN* на середній розмір капітальних вкладень (коефіцієнт береться у відсотках). Середній розмір капіталовкладень знаходиться діленням вихідної суми капітальних вкладень на два, якщо передбачається, що після закінчення терміну реалізації аналізованого проєкту всі капітальні витрати будуть списані; якщо припускається наявність залишкової або ліквідаційної вартості (*RV*), то її оцінка не має бути внесена до розрахунку.

$$ARR = PN:0.5(IC-RV) \quad (8.5)$$

Цей метод має дві характерні риси: по-перше, він не передбачає дисконтування показників доходу; по-друге, дохід характеризується показником чистого прибутку. Коефіцієнт ефективності інвестицій (облікова норма прибутку *ARR*) розраховується відношенням середньорічного прибутку (*PN*) до середньої величини інвестицій.

Даний показник порівнюють з коефіцієнтом рентабельності авансованого капіталу.

5. Метод розрахунку внутрішньої ставки доходу (*Internal Rate of IRR*). Під внутрішньою ставкою доходу інвестиції (синоніми: внутрішня норма

прибутку, внутрішня окупність) розуміють значення коефіцієнта дисконтування r , при якому чиста теперішня вартість (NPV) проекту дорівнює нулю:

$IRR = r$, при якому $NPV = f(r) = 0$.

Може розраховуватися на спеціальному фінансовому калькуляторі, методом підбору або за формулою

$$IRR = i_1 + (i_2 - i_1) \cdot \frac{NPV(i_1)}{NPV(i_1) - NPV(i_2)}, \quad (8.6)$$

де i_1 – така ставка дисконтування, при якій NPV більше 0 і є близьким до 0;

i_2 – така ставка дисконтування, при якій NPV менше 0 і є близьким до 0;

Цей показник характеризує ефективність проекту (чим більше, тим краще), показує також ціну капіталу, за якою ми можемо залучати капітал для реалізації цього проекту.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Мета роботи: сформувані вміння оцінювати показники ефективності інвестування у різноваріантні підприємницькі проекти.

Виконання практичного завдання забезпечує формування таких компетентностей:

- ✓ здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях;
- ✓ здатність виявляти ініціативу та підприємливість;
- ✓ здатність діяти відповідально та свідомо;
- ✓ здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

Завдання. Розрахувати всі показники ефективності альтернативних проектів, приймаючи ставку дисконтування 18%:

Варіанти 1, 11, 21

Розрахувати всі показники ефективності альтернативних проектів:

- обсяг інвестованих коштів: $I_a = 100$ тис. грн; $I_b = 50$ тис. грн;
- термін експлуатації проектів: $T_a = 5$ років; $T_b = 2$ роки;
- сума грошових потоків по роках, тис. грн.

$ГП_{a1}=25$, $ГП_{a2}=35$, $ГП_{a3}=50$, $ГП_{a4}=75$, $ГП_{a5}=85$,

$ГП_{b1}=40$, $ГП_{b2}=80$.

Варіанти 2, 12, 22

Розрахувати всі показники ефективності альтернативних проектів:

- обсяг інвестованих коштів: $I_a = 1$ млн грн; $I_b = 1,2$ млн грн;
- термін експлуатації проектів: $T_a = 10$ років; $T_b = 15$ років;
- сума грошових потоків по роках, тис. грн.

$ГП_a=200$ тис.грн. щорічно з 5 по 8 роки, 400 тис.грн. щорічно за 9, 10 роки.

$ГП_{б1}=150$ тис.грн. щорічно.

Варіанти 3, 13, 23

Розрахувати всі показники ефективності альтернативних проектів:

- обсяг інвестованих коштів: $I_a = 200$ тис. грн; $I_b = 600$ тис. грн;
- термін експлуатації проектів: $T_a = 3$ роки; $T_b = 4$ роки;
- сума грошових потоків по роках, тис. грн.

$ГП_{a1}=150$, $ГП_{a2}=150$, $ГП_{a3}=150$,

$ГП_{б1}=150$, $ГП_{б2}=200$, $ГП_{б3}=250$, $ГП_{б4}=300$

Варіанти 4, 14, 24

Розрахувати всі показники ефективності альтернативних проектів:

- обсяг інвестованих коштів: $I_a = 2,5$ млн грн; $I_b = 1,35$ млн грн;
- термін експлуатації проектів: $T_a = 3$ роки; $T_b = 4$ роки;
- сума грошових потоків по роках, млн грн.

$ГП_{a1}=2,2$, $ГП_{a2}=1,8$,

$ГП_{б1}=1,34$, $ГП_{б2}=0,66$, $ГП_{б3}=1,5$

Варіанти 5, 15, 25

Розрахувати всі показники ефективності альтернативних проектів:

- обсяг інвестованих коштів: $I_a = 110$ тис. грн; $I_b = 65$ тис. грн;
- термін експлуатації проектів: $T_a = 5$ років; $T_b = 3$ роки;
- сума грошових потоків по роках, тис. грн.

$ГП_{a1}=35$, $ГП_{a2}=35$, $ГП_{a3}=55$, $ГП_{a4}=75$, $ГП_{a5}=90$,

$ГП_{б1}=40$, $ГП_{б2}=80$, $ГП_{б3}=40$

Варіанти 6, 16, 26

Розрахувати всі показники ефективності альтернативних проектів:

- обсяг інвестованих коштів: $I_a = 1$ млн грн; $I_b = 1,2$ млн грн;
- термін експлуатації проектів: $T_a = 10$ років; $T_b = 15$ років;

сума грошових потоків по роках, тис. грн.

$ГП_a=200$ тис.грн. щорічно з 4 по 8 роки, 440 тис.грн. щорічно за 9, 10 роки,

$ГП_{б1}=165$ тис.грн. щорічно.

Варіанти 7, 17, 27

Розрахувати всі показники ефективності альтернативних проектів:

- обсяг інвестованих коштів: $I_a = 200$ тис. грн; $I_b = 600$ тис. грн;
- термін експлуатації проектів: $T_a = 3$ роки; $T_b = 4$ роки;
- сума грошових потоків по роках, тис. грн.

$ГП_{a1}=150$, $ГП_{a2}=250$, $ГП_{a3}=250$,

$ГП_{б1}=150$, $ГП_{б2}=200$, $ГП_{б3}=450$, $ГП_{б4}=400$

Варіанти 8, 18, 28

Розрахувати всі показники ефективності альтернативних проектів:

- обсяг інвестованих коштів: $I_a = 2$ млн грн; $I_b = 1,2$ млн грн;
- термін експлуатації проектів: $T_a = 3$ роки; $T_b = 3$ роки;
- сума грошових потоків по роках, млн. грн.
 $ГП_{a1}=2,2$, $ГП_{a2}=1,8$, $ГП_{a3}=1,1$,
 $ГП_{b1}=1,34$, $ГП_{b2}=0,66$, $ГП_{b3}=1,5$.

Варіанти 9, 19, 29

Розрахувати всі показники ефективності альтернативних проектів:

- обсяг інвестованих коштів: $I_a=100$ тис. грн; $I_b=50$ тис. грн;
- термін експлуатації проектів: $T_a=5$ років; $T_b=2$ роки;
- сума грошових потоків по роках, тис. грн.
 $ГП_{a1}=25$, $ГП_{a2}=35$, $ГП_{a3}=50$, $ГП_{a4}=75$, $ГП_{a5}=85$,
 $ГП_{b1}=40$, $ГП_{b2}=80$.

Варіанти 10, 20, 30

Розрахувати всі показники ефективності альтернативних проектів:

- обсяг інвестованих коштів: $I_a = 1$ млн грн; $I_b = 1,2$ млн грн;
- термін експлуатації проектів: $T_a = 10$ років; $T_b = 15$ років;
- сума грошових потоків по роках, тис. грн.
 $ГП_a=200$ тис. грн щорічно з 5 по 8 роки, 400 тис. грн щорічно за 9, 10 роки.
 $ГП_{b1}=175$ тис. грн щорічно.

Методика та приклад виконання завдання

Розрахувати всі показники ефективності альтернативних проектів:

- обсяг інвестованих коштів: $I_a = 2$ млн грн; $I_b = 1,2$ млн грн;
- термін експлуатації проектів: $T_a = 2$ роки; $T_b = 3$ роки;
- сума грошових потоків по роках, млн грн.
 $ГП_{a1}=2,2$, $ГП_{a2}=1,8$,
 $ГП_{b1}=1,34$, $ГП_{b2}=0,66$, $ГП_{b3}=1,5$.

Приклад виконання:

Виходячи зі ступеня ризику, для обчислення грошових потоків від реалізації першого проекту застосовується дисконтна ставка в розмірі 10%, для другого проекту – 12%.

1. Обчислення теперішньої вартості майбутніх грошових потоків від реалізації проектів:

Проект А, млн грн:

$$ГП_{\delta} = 2,2 \cdot \frac{1}{(1 + 0,1)^1} = 2,2 \cdot 0,909 = 2,0$$

$$ГП_{\delta} = 1,8 \cdot \frac{1}{(1 + 0,1)^2} = 1,8 \cdot 0,826 = 1,49$$

$$\sum \Gamma\Pi_{\circ} = 2,0 + 1,49 = 3,49$$

Проект Б, млн. грн.:

$$\Gamma\Pi_{\circ} = 1,34 \cdot \frac{1}{(1 + 0,12)^1} = 1,34 \cdot 0,893 = 1,197$$

$$\Gamma\Pi_{\circ} = 0,66 \cdot \frac{1}{(1 + 0,12)^2} = 0,66 \cdot 0,797 = 0,526$$

$$\Gamma\Pi_{\circ} = 1,5 \cdot \frac{1}{(1 + 0,12)^3} = 1,5 \cdot 0,712 = 1,068$$

$$\sum \Gamma\Pi_{\circ} = 1,197 + 0,526 + 1,068 = 2,791$$

2. Обчислення чистого приведенного доходу, млн грн:

$$NPV = \sum_{n=1}^m \frac{\Gamma\Pi}{(1+i)^n} - IK = 3,49 - 2,0 = 1,49$$

$$NPV = \sum_{n=1}^m \frac{\Gamma\Pi}{(1+i)^n} - IK = 2,791 - 1,2 = 1,591$$

3. Розраховуємо показник індексу рентабельності:

$$IP = \frac{\sum_{n=1}^m \frac{\Gamma\Pi}{(1+i)^n}}{IK} = \frac{3,49}{2,0} = 1,745$$

$$IP = \frac{\sum_{n=1}^m \frac{\Gamma\Pi}{(1+i)^n}}{IK} = \frac{2,791}{1,2} = 2,33$$

4. Визначаємо період окупності:

$$\frac{\sum \frac{\Gamma\Pi}{(1+i)^n}}{\frac{\Gamma\Pi}{(1+i)^n}} = \frac{\sum \frac{\Gamma\Pi}{(1+i)^n}}{n} = \frac{3,49}{2} = 1,745$$

$$ПО = \frac{IK}{\sum \frac{\Gamma\Pi}{(1+i)^n}} = \frac{2,0}{1,745} = 1,15$$

$$\frac{\sum \frac{\Gamma\Pi}{(1+i)^n}}{\frac{\Gamma\Pi}{(1+i)^n}} = \frac{\sum \frac{\Gamma\Pi}{(1+i)^n}}{n} = \frac{2,791}{3} = 0,93$$

$$ПО = \frac{IK}{\sum \frac{\Gamma\Pi}{(1+i)^n}} = \frac{1,2}{0,93} = 1,29$$

5. Розрахунок внутрішньої норми рентабельності

Спробуємо розрахувати чистий приведений дохід проєкта А за ставки ($i = 64\%$):

$$ГП_{\phi} = 2,2 \cdot \frac{1}{(1 + 0,64)^1} = 2,2 \cdot 0,621 = 1,366$$

$$ГП_{\phi} = 1,8 \cdot \frac{1}{(1 + 0,64)^2} = 1,8 \cdot 0,386 = 0,695$$

$$\sum ГП_{\phi} = 1,366 + 0,695 = 2,061$$

$$NPV = \sum_{n=1}^m \frac{ГП}{(1+i)^n} - IK = 2,061 - 2,0 = 0,061$$

Отже, бачимо, що за ставки 64% NPV більший нуля і становить 0,061 млн грн.

Спробуємо розрахувати NPV проєкта А за ставки ($i = 65\%$):

$$ГП_{\phi} = 2,2 \cdot \frac{1}{(1 + 0,65)^1} = 2,2 \cdot 0,606 = 1,333$$

$$ГП_{\phi} = 1,8 \cdot \frac{1}{(1 + 0,65)^2} = 1,8 \cdot 0,367 = 0,661$$

$$\sum ГП_{\phi} = 1,333 + 0,661 = 1,994$$

$$NPV = \sum_{n=1}^m \frac{ГП}{(1+i)^n} - IK = 1,994 - 2,0 = -0,006$$

Отже, бачимо, що за ставки 65% NPV менший нуля і становить - 0,006 млн грн.

$$IRR = i_1 + \frac{NPV1 \cdot (i_2 - i_1)}{NPV1 - NPV2} = 64 + \frac{0,061 \cdot (65 - 64)}{0,061 + 0,006} = 64,92 \%$$

Спробуємо розрахувати NPV проєкта Б за ставки ($i = 80\%$):

$$ГП_{\phi} = 1,34 \cdot \frac{1}{(1 + 0,80)^1} = 1,34 \cdot 0,555 = 0,744$$

$$ГП_{\phi} = 0,66 \cdot \frac{1}{(1 + 0,8)^2} = 0,66 \cdot 0,309 = 0,204$$

$$ГП_{\phi} = 1,5 \cdot \frac{1}{(1 + 0,8)^3} = 1,5 \cdot 0,171 = 0,257$$

$$\sum ГП_{\phi} = 0,744 + 0,204 + 0,257 = 1,205$$

$$NPV = \sum_{n=1}^m \frac{ГП}{(1+i)^n} - IK = 1,205 - 1,2 = 0,005$$

Отже, бачимо, що за ставки 80% NPV більший нуля і максимально наближений до нуля.

Розрахуємо чистий приведений дохід проєкта Б за ставки ($i = 81\%$)

$$ГП_0 = 1,34 \cdot \frac{1}{(1 + 0,81)^1} = 1,34 \cdot 0,552 = 0,740$$

$$ГП_0 = 0,66 \cdot \frac{1}{(1 + 0,81)^2} = 0,66 \cdot 0,305 = 0,200$$

$$ГП_0 = 1,5 \cdot \frac{1}{(1 + 0,81)^3} = 1,5 \cdot 0,169 = 0,254$$

$$\sum ГП_0 = 0,740 + 0,200 + 0,254 = 1,194$$

$$NPV = \sum_{n=1}^m \frac{ГП}{(1 + i)^n} - IK = 1,194 - 1,2 = -0,006$$

Отже, бачимо, що за ставки 81% NPV менший нуля і становить - 0,006 млн грн.

Розрахуємо внутрішню норму рентабельності для проєкта Б

$$IRR = i_1 + (NPV_1 \times (i_2 - i_1)) : NPV_1 - NPV_2 = 80,455$$

Висновок

Порівнявши проєкти за показником чистого приведенного доходу, індексом рентабельності та внутрішньої норми рентабельності можна зробити висновок, що приймається до реалізації проєкт Б, а проєкт А відхиляється. За усіма розрахованими показниками більш вигідним є проєкт Б. Єдиним винятком є період окупності (у проєкті А він несуттєво перевищує проєкт Б), проте при прийнятті рішення підприємцем першочергове значення мають показники прибутковості. Отже, проєкт Б доцільніше реалізовувати.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Які показники визначають ефективність інвестування в підприємницькі проєкти?
2. Охарактеризуйте суть показника чистого приведенного доходу.
3. Охарактеризуйте суть показника індексу дохідності.
4. Що являє собою термін окупності проєкту і які методи його розрахунку?
5. Охарактеризуйте суть показника внутрішньої норми рентабельності.
6. Що таке ставка дисконтування і для чого її використовують?
7. В чому відмінність між ставкою відсотка та ставкою дисконтування?

ТЕСТИ

1. Якщо приведені до теперішнього часу доходи перевищують витрати, то чиста теперішня вартість:

- а) більша нуля;
- б) менша нуля;
- в) більша одиниці;
- г) менша одиниці.

2. Якщо приведені до теперішнього часу доходи перевищують витрати, то індекс дохідності:

- а) більший нуля;
- б) менший нуля;
- в) більший одиниці;
- г) менший одиниці.

3. Якщо NPV більший нуля, то:

- а) проєкт вигідний;
- б) проєкт збитковий;
- в) проєкт можна брати до реалізації;
- г) проєкт потрібно відхилити.

4. Якщо значення PI менше за одиницю, то:

- а) проєкт вигідний;
- б) проєкт збитковий;
- в) проєкт можна брати до реалізації;
- г) проєкт потрібно відхилити.

5. Відмінність між дисконтованим і звичайним періодами окупності полягає у тому, що:

- а) перший враховує фактор часу;
- б) другий враховує фактор часу;
- в) перший є більш точним;
- г) другий є більш точним.

6. Що з переліку не входить до формули середньої ставки доходу?

- а) середньорічний прибуток;
- б) ліквідаційна вартість;
- в) вихідна сума капіталовкладень;
- г) амортизація.

7. Під внутрішньою ставкою доходу розуміють значення коефіцієнта дисконтування r , при якому чиста теперішня вартість (NPV) проєкта:

- а) дорівнює одиниці;
- б) дорівнює нулю;
- в) перевищує одиницю;
- г) перевищує нуль.

8. Грошові потоки, приведені до теперішнього часу, у сумі дорівнюють 100000 грн. Інвестиційні затрати на початку проєкту становили 50000. Обчисліть значення NPV:

- а) +50000;
- б) +150000;
- в) 2;
- г) інша відповідь.

9. Грошові потоки, приведені до теперішнього часу, у сумі дорівнюють 125000 грн. Інвестиційні затрати на початку проєкту становили 65000. Обчисліть значення PI:

- а) +60000;
- б) 1,92;
- в) 0,92;
- г) 0,52.

10. Внутрішня норма дохідності проєкту 30%, кредитні кошти для реалізації проєкту можна залучити за ставкою 22% річних. Чи варто реалізовувати цей проєкт?

- а) так;
- б) ні.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ 8

1. Боярко І. М., Гриценко Л. Л. Інвестиційний аналіз [Текст] : навч. посіб. для студ. вузів; Укр. академія банківської справи НБУ. К. : ЦУЛ, 2011. 400 с.

2. Докієнко Л. М., Клименко В. В., Акімова Л. М. Інвестиційний менеджмент [Текст] : навч. посіб. К. : Академвидав, 2011. 408 с.

3. Телишевська Л. І., Успенко В. І. Інвестиційний аналіз [Текст] : навч. посіб. для студ. вузів; Харк. держ. техн. ун-т будівництва та архітектури. Х. : Бурун Книга, 2011. 280 с.

ТЕМА 9 ПЛАНУВАННЯ ДОХОДІВ І ВИТРАТ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Короткі теоретичні відомості

Важливим кроком у плануванні та організації підприємницької діяльності є чітке розуміння підприємцем, які саме очікуються витрати (виробничі і невиробничі, постійні і змінні) та яким чином і коли очікувані доходи зможуть їх перевищити.

Доходи фізичних осіб – підприємців – це різниця між загальним оподатковуваним доходом (виручкою від реалізації товарів, робіт, послуг) і документально підтвердженими витратами, пов'язаними з господарською діяльністю такого ФОП.

Підприємницький дохід або прибуток, – це дохід, який приносить реалізація підприємницьких здібностей. Він складається з **нормального та економічного прибутків**.

Таким чином, перш ніж отримати підприємницький дохід, підприємець має понести певні витрати.

До переліку витрат, безпосередньо пов'язаних з отриманням доходів, належать:

1. Прямі матеріальні витрати. Вартість сировини, матеріалів, товарів, що утворюють основу для виготовлення (продажу) продукції або товарів (надання робіт, послуг), вартість закуповуваних напівфабрикатів та комплектуючих, палива й енергії, будівельних матеріалів, запасних частин, тари тощо, які можуть бути віднесені до конкретного об'єкта витрат (продукція, товар тощо);

2. Оплата праці за роботи (послуги) за цивільно-правовими договорами і сума нарахованого ЄСВ на ці суми. Витрати на оплату праці, (основну і додаткову) працівників, виплати лікарняних за рахунок роботодавця;

3. Суми податків і зборів. Платежі з ЄСВ за підприємця («за себе»), вартість ліцензій, документів дозвільного характеру;

4. Інші витрати, які стосуються підприємницької діяльності, такі як:

- витрати на відрядження працівників,
- витрати на зв'язок,
- витрати на оренду (приміщень, транспорту, обладнання) та комунальні послуги,
- послуги реклами,
- витрати на ремонт і експлуатацію майна,
- витрати на транспортування,
- витрати на послуги, прямо пов'язані з виробництвом.

До підприємницьких витрат можуть бути віднесені витрати на інтернет-послуги, наприклад, абонплата з використання конструктора

сайтів, за допомогою якого підприємець створив свій інтернет-магазин чи сайт-вітрину (англ. landing page).

Собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг) складається з виробничої собівартості продукції, яка була реалізована протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних виробничих витрат.

До виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) входять:

- прямі матеріальні витрати;
- прямі витрати на оплату праці;
- інші прямі витрати;
- змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі витрати.

Загальновиробничі витрати (ЗВВ) – це виробничі витрати, які неможливо пов'язати з конкретним видом (одиницею) продукції (послуг).

Загальновиробничі витрати поділяються на постійні і змінні.

Постійні витрати – ЗВВ, які залишаються незмінними (або майже незмінними) при зміні обсягів діяльності. Це можуть бути витрати на утримання виробничих приміщень, зарплата апарату управління виробництвом і працівників, зайнятих удосконаленням технологій виробництва, оренда виробничих фондів тощо.

Постійну частину ЗВВ потрібно планувати, виходячи з бюджету виробництва та укладених договорів, що стосуються постійних ЗВВ, планового фонду оплати праці працівників, зайнятих управлінням виробництвом тощо.

До **змінних витрат** належать ті ЗВВ, загальна сума яких за певний час залежить від обсягу виготовлення продукції.

Змінні витрати поділяють на пропорційні і непропорційні. Пропорційні зростають пропорційно до обсягів виробництва, непропорційні зростають повільніше або швидше відносно обсягів виробництва.

Перелік і склад змінних і постійних загальновиробничих витрат встановлюються суб'єктом підприємництва самостійно.

Витрати, пов'язані з операційною діяльністю, які не входять до собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), поділяються на адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати.

До **адміністративних витрат** відносять загальногосподарські витрати, спрямовані на обслуговування та управління підприємством, наприклад, зарплата управлінського персоналу, витрати на утримання основних засобів загальногосподарського використання, витрати на службові відрядження апарату управління та інші загальногосподарські витрати.

Витрати на збут можуть містити: витрати пакувальних матеріалів; витрати на оплату праці продавцям, торговельним агентам; витрати на рекламу та маркетинг; витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом; витрати на транспортування продукції; витрати на гарантійне обслуговування та інші витрати, пов'язані зі збутом продукції (товарів, робіт, послуг).

Суб'єкти підприємництва в процесі планування своєї діяльності мають взаємно узгодити доходи і витрати за допомогою складання фінансового плану. Розробка фінансового плану розпочинається з розрахунку показників дохідної, а потім витратної його частин.

У процесі складання плану доходів і витрат потрібно перевірити взаємну узгодженість запланованих сум витрат і відрахувань з джерелами покриття їх відповідними доходами та надходженням коштів. Витрати на реалізацію продукції мають покриватися з виручки від реалізації продукції та послуг (за вирахуванням ПДВ та акцизного податку). Якщо виручка від реалізації продукції (послуг) виявляється меншою за витрати на реалізовану продукцію, тоді суб'єкт бізнесу отримує збиток. Таким чином, сальдо всіх надходжень і всіх витрат характеризують фінансовий результат діяльності суб'єкта господарювання.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Мета роботи: сформувати навички командної роботи та вміння цілісно оцінити проблему і знайти колегіальне рішення; закріплення матеріалу курсу.

Виконання практичного завдання забезпечує формування таких компетентностей:

- ✓ здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях;
- ✓ здатність працювати в команді;
- ✓ здатність виявляти ініціативу та підприємливість;
- ✓ критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності;
- ✓ здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур;
- ✓ здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин;
- ✓ здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності;
- ✓ здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур;
- ✓ здатність застосовувати основи обліку та оподаткування в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

Завдання: студенти формують команду (4–6 осіб) і вирішують завдання кейсу. Результати подають у вигляді презентації.

Кейс № 1

Ви вирішили займатися виготовленням меблів для населення за індивідуальним замовленням. Будете працювати одноосібно. Потреби у придбанні офісних і виробничих приміщень немає, оскільки Ви плануєте купувати всі необхідні елементи для складання меблів у спеціалізованих магазинах, проводити обрізання деталей за певну плату в цеху і збирати меблі за місцем встановлення.

1. За якою юридичною адресою потрібно зареєструватися?
2. Яку організаційно-правову форму ведення підприємницької діяльності потрібно обрати і чому?
3. Яку систему оподаткування вибрати? Відповідь обґрунтувати.
4. Визначити такі планові показники діяльності на 1 квартал/рік:
 - дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
 - собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), зокрема: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці, нарахування на зарплату, інші прямі витрати, оренда приміщень виробничого призначення, комунальні платежі;
 - адміністративні витрати, зокрема зарплата управлінського персоналу, утримання адміністративних приміщень;
 - витрати на збут, зокрема: реклама, маркетинг, витрати на транспортування продукції, гарантійне обслуговування;
 - податки, які потрібно сплатити до бюджету (види податків і суми);
 - фінансовий результат (прибуток або збиток).
5. Скласти план доходів і витрат на рік з розбиттям по кварталах. Шаблон плану доходів і витрат наведено в **Додатку Л**;

Кейс № 2

Ви вирішили займатися технічним обслуговуванням і ремонтом авто. Для цього Вам потрібно знайти 4-х працівників. Працювати плануєте у двоповерховому гаражі, який є у Вашій власності. Проте його ще потрібно облаштувати.

1. За якою юридичною адресою потрібно зареєструватися?
2. Яку організаційно-правову форму ведення підприємницької діяльності потрібно обрати і чому?
3. Яку систему оподаткування вибрати? Відповідь обґрунтувати.
4. Визначити такі планові показники діяльності на 1 квартал/рік:
 - дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
 - собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), зокрема: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці, нарахування на зарплату, інші прямі витрати, оренда приміщень виробничого призначення, комунальні платежі;
 - адміністративні витрати, зокрема: зарплата управлінського персоналу, утримання адміністративних приміщень;

- витрати на збут, зокрема: реклама, маркетинг, витрати на транспортування продукції, гарантійне обслуговування;
- податки, які потрібно сплатити до бюджету (види податків і суми);
- фінансовий результат (прибуток або збиток).

5. Скласти план доходів і витрат на рік з розбиттям по кварталах. Шаблон плану доходів і витрат наведено в **Додатку Л**;

Кейс № 3

Ви вирішили відкрити кав'ярню в навчальному корпусі університету. Для цього будете орендувати 10 м² приміщення за 6000 грн. Вам потрібні 2 найманих працівники, які працюватимуть по черзі через день. Субота і неділя – вихідні. Веденням бухгалтерської документації і поданням звітності будете займатися самостійно. За необхідності будете звертатися за консультативними послугами до спеціалізованих установ.

1. За якою юридичною адресою потрібно зареєструватися?
2. Яку організаційно-правову форму ведення підприємницької діяльності потрібно обрати і чому?
3. Яку систему оподаткування вибрати? Відповідь обґрунтувати.
4. Визначити такі планові показники діяльності на 1 місяць/рік:
 - дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
 - собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), зокрема: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці, нарахування на зарплату, інші прямі витрати, оренда приміщень виробничого призначення, комунальні платежі;
 - адміністративні витрати, зокрема: зарплата управлінського персоналу, утримання адміністративних приміщень;
 - витрати на збут, зокрема: реклама, маркетинг, витрати на транспортування продукції, гарантійне обслуговування;
 - податки, які потрібно сплатити до бюджету (види податків і суми);
 - фінансовий результат (прибуток або збиток).
5. Скласти план доходів і витрат на рік з розбиттям по кварталах. Шаблон плану доходів і витрат наведено в **Додатку Л**;

Кейс № 4

Ви вирішили створити рекламне агентство. Займатися розробленням брендів, фірмових стилів, виданням рекламних матеріалів та упаковок, знімати рекламні ролики та проводити рекламні кампанії. Ваш девіз «АНАЛІЗУЄМО БІЗНЕС І СИНТЕЗУЄМО ЙОГО В БРЕНД». Для роботи потрібно найняти 12 працівників. Плануєте працювати на єдиному податку, без ПДВ. Плануєте орендувати офісне приміщення. Визначте групу єдиного податку, основні планові показники діяльності і дайте відповіді на запитання:

1. За якою юридичною адресою потрібно зареєструватися?

2. Яку організаційно-правову форму ведення підприємницької діяльності потрібно обрати і чому?
3. Яку систему оподаткування вибрати? Відповідь обґрунтувати.
4. Визначити такі планові показники діяльності на 1 місяць/рік:
 - дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
 - собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), зокрема: прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці, нарахування на зарплату, інші прямі витрати, оренда приміщень виробничого призначення, комунальні платежі;
 - адміністративні витрати, в т.ч. зарплата управлінського персоналу, утримання адміністративних приміщень;
 - витрати на збут, зокрема: реклама, маркетинг, витрати на транспортування продукції, гарантійне обслуговування;
 - податки, які потрібно сплатити до бюджету (види податків і суми);
 - фінансовий результат (прибуток або збиток).
5. Скласти план доходів і витрат на рік з розбиттям по кварталах. Шаблон плану доходів і витрат наведено в Додатку Л.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Що відносять до доходів фізичних осіб – підприємців?
2. Які групи витрат безпосередньо пов'язані з отриманням підприємницького доходу?
3. Що таке прямі матеріальні витрати?
4. Що таке собівартість реалізованої продукції?
5. Що таке загальновиробничі витрати?
6. Поясніть за яким критерієм відбувається поділ витрат на постійні і змінні.
7. Деталізуйте, що може входити до витрат на збут.
8. В якій послідовності формується фінансовий результат підприємницької діяльності?

ТЕСТИ

1. Підприємницький дохід складається з:
 - а) нормального та чистого прибутку;
 - б) нормального та економічного прибутку;
 - в) зовнішніх витрат та бухгалтерського прибутку;
 - г) чистого та бухгалтерського прибутку.
2. Які з наведених витрат відносять до змінних витрат?
 - а) витрати на сировину;
 - б) витрати на оренду приміщень;
 - в) капітальний ремонт;

г) адміністративні витрати.

3. Які з наведених витрат відносять до постійних витрат?

- а) витрати на зарплату виробничих працівників;
- б) витрати на зарплату директора;
- в) витрати на електроенергію виробничого цеху;
- г) витрати на сировину, матеріали.

4. Розмір нарахованої зарплати працівників зменшується на величину:

- а) ЄСВ;
- б) ПДФО і військового збору;
- в) лише Військового збору;
- г) ЄСВ і військового збору.

5. Загальновиробничі витрати (ЗВВ) – це:

- а) виробничі витрати, які пов'язані конкретним видом (одиницею) продукції (послуг);
- б) виробничі витрати, які неможливо пов'язати з конкретним видом (одиницею) продукції (послуг);
- в) загальногосподарські витрати, спрямовані на обслуговування та управління підприємством;
- г) немає правильної відповіді.

6. Ставка податку на прибуток підприємства становить:

- а) 22%;
- б) 20%;
- в) 18%;
- г) 5%.

7. Витрати на гарантійне обслуговування відносять до:

- а) виробничих витрат;
- б) адміністративних витрат;
- в) витрат на збут;
- г) прямих матеріальних витрат.

8. Визначте суму єдиного податку, яку потрібно сплатити до бюджету, якщо підприємець належить до 3-ої групи платників єдиного податку (є платником ПДВ) і його дохід за звітний період становить 680 000 грн:

- а) 136000 грн;
- б) 68000 грн;
- в) 20400 грн;
- г) 34000 грн.

9. Визначте суму чистого прибутку, якщо прибуток до оподаткування склав 212 000 грн, ставка податку на прибуток згідно з чинним законодавством,

- а) 201400 грн;

- б) 165360 грн;
- в) 173840 грн;
- г) 38160 грн.

10. Як визначається чистий фінансовий результат?

- а) як різниця між прибутком до оподаткування та сумою податків з прибутку;
- б) як різниця між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і собівартістю реалізованої продукції;
- в) як алгебраїчна сума валового доходу, доходу від фінансової діяльності та іншого операційного доходу;
- г) немає правильної відповіді.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ 9

1. Податковий кодекс України від 2.12.2010 зі змінами [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2755-17>
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати». Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід» (П(С)БО 15), затверджено наказом Міністерства фінансів України від 29 листопада 1999 року № 290.

ТЕМА 10 ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ НА УМОВАХ ФРАНЧАЙЗИНГУ

Короткі теоретичні відомості

На сьогоднішній день франчайзинг визнається найбільш прогресивною формою ведення бізнесу. Франчайзинг є надзвичайно привабливим для підприємців-початківців, адже він забезпечує зниження ризику невдачі і втрати коштів.

Договір франчайзингу (комерційної концесії), як правило, укладається між двома сторонами: франчайзером (правоволоділець, франшизодавець) та франчайзі (користувач, франшизоотримувач). При цьому франчайзер володіє правами інтелектуальної власності (наприклад, успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау, нематеріальними активами, певною репутацією, комерційною таємницею), які він надає у право користування на певних договірних умовах другій стороні (франчайзі).

Франчайзинг виступає потужним інструментом поліпшення економічної ситуації у різних країнах світу за рахунок становлення та розвитку малого бізнесу. У країнах пострадянського простору, зокрема в Україні, франчайзинг почав розвиватися з початку 80-х років ХХ століття, разом з тим у світовій практиці такий спосіб розвитку підприємництва почали застосовувати понад 150 років тому. Першими галузями промисловості, в яких франчайзинг набув розвитку у США, були фармацевтична, автомобілебудування та виробництво напоїв. Пізніше лідерські позиції на ринку франчайзингових послуг здобули ресторани швидкого харчування.

Одними з перших закладів, що працювали за франшизою в Україні, були McDonald's та Pizza Celentano. За роки незалежності України на ринку спостерігалось декілька падінь кількості франчайзерів у 2009 та 2017 рр., після чого ринок відновлювався та розвивався в напрямку збільшення чисельності франчайзерів. В цілому, ситуацію на українському ринку франчайзингу можна охарактеризувати як динамічну та стабільну, а даний вид бізнесу як один із найбільш перспективних в Україні.

Згідно з даними Асоціації франчайзингу в Україні, на сьогодні на вітчизняному ринку працює понад 23 тис. франчайзингових точок і близько 700 франчайзерів, причому національні франшизи складають 65% ринку. Найбільш відомими українськими франчайзерами, які довели працездатність своїх проєктів, є мережі ресторанів Mafia, PESTOCAFÉ, «Хінкальня», пекарні-кав'ярні Lviv Croissants, «Насолода», «Франс.уа», фаст-фуд CHIKENHUT і FreshLine, піцерія PIZZA CELENTANO, мережі супермаркетів «Наш Край» і NOVUS, магазини солодоців ручної роботи «Львівська майстерня шоколаду» і «Веселі карамелі», бутіки

дизайнерського одягу ANDRE TAN. Переважна більшість українських франчайзингових систем зосереджена у Києві, невелика частка франшиз походять з великих регіональних центрів. Ринок характеризується тенденцією перенасичення великих міст та відповідно спрямування відкриття підрозділів франшизи у менших містах.

Розглянемо класифікацію напрямів франшизи:

- громадське харчування (ресторани, кафе, кав'ярні, піцерії тощо);
- послуги (спортивні клуби, танцювальні студії, школи вивчення іноземних мов для дітей і дорослих, косметологічні та перукарські салони, клуби розвитку тощо);
- ритейл (онлайн- і оффлайн-магазини з продажу продуктів харчування та товарів).

Перевагами франчайзингу для франчайзі є:

1. Можливість створювати бізнес «під ключ» без розробки власного бізнес-плану, проведення маркетингових досліджень та пошуку перспективних ніш, вивчення цільової аудиторії, її характеристик та інтересів, витрачання коштів та часу на завоювання гарної репутації компанії, пошуку ефективних бізнес-процесів;

2. Використання репутації відомого бренду на ринку та прихильності споживачів, тобто франчайзі зразу отримує вже сформовану цільову аудиторію;

3. Зниження вартості маркетингових послуг, оскільки ефект від рекламних кампаній великих мереж (франчайзерів) поширюється і на малі компанії (франчайзі);

4. Досить низький рівень початкових витрат. До того ж франчайзер передає франчайзі свої знання, досвід, концепцію, рекомендації з впровадження, розрахований кошторис, що зменшує ризик додаткових непередбачуваних витрат практично до нуля;

5. Можливість перепідготовки персоналу. Франчайзер має досвід найму та управління кваліфікованими кадрами, яким може поділитися з франчайзі. Високий рівень кваліфікації персоналу, його навчання та розвиток є запорукою успішного бізнесу.

Вищезазначені переваги франчайзингу для створення власного бізнесу сприяють мінімізації ризику для франчайзі. В свою чергу початківець має можливість розвивати бізнес за допомогою новітніх технологій, проводити оптимізацію бізнес-процесів, що сприятиме ефективності його функціонування.

Разом тим, франчайзинговий бізнес має ряд **недоліків для франчайзі:**

1. Бізнес залишається у руках франчайзера. Це означає, що франчайзер в будь-який момент може прийняти рішення про закриття бізнесу, що актуалізує укладення нотаріальної угоди з регулювання умов використання франшизи, відшкодування збитків, накладення штрафів та санкцій;

2. Необхідність дотримання стандартів діяльності. Більшість франчайзерів застосовує політику регулювання діяльності франчайзі, обслуговування клієнтів і диктує умови та перелік постачальників для співпраці. Франчайзер може вимагати від франчайзі забезпечення дотримання правила щодо особистих характеристик та поведінки з боку франчайзі. Потрібно відмітити, що дотримання стандартів є надзвичайно важливим для обох сторін. Неефективність діяльності франчайзі є загрозливим не лише для нього самого, а й опосередковано впливає на всю франчайзингову мережу, зокрема на репутацію бренду, що може знижувати ефективність, а іноді й призвести до закриття компанії;

3. Франчайзерський контроль. З боку франчайзера можуть проводитись різноманітні перевірки стану та якості послуг, також за допомогою таємних покупців;

4. Можливість одностороннього розірвання угоди між франчайзером і франчайзі.

Серйозною проблемою для франчайзера є ризик порушення прав інтелектуальної власності франчайзера. Адже франчайзі є однією зі сторін у франчайзинговій системі та, відповідно, отримує доступ до знань, комерційної таємниці та іншої інтелектуальної власності. Тож якщо франчайзер не вживає ефективних заходів щодо захисту інтелектуальної власності, він може зіштовхнутися з загрозами для свого бізнесу.

З метою ефективного розвитку бізнесу потрібно обирати той напрям чи сферу, що є цікавими для роботи. Потрібно відмітити, що на сьогоднішній день на ринку можна знайти велику кількість франшиз, що не потребують значних інвестицій. Однак при цьому франчайзі має бути готовий до самостійного ведення бізнесу та виконання кількох функцій одночасно. В разі потреби можна залучати до допомоги з веденням бізнесу й інших членів сім'ї. В цілому купівля франшизи самозайнятості може бути порівняна з купівлею робочого місця.

Сфери, які найбільше підходять для купівлі франшизи з мінімальними інвестиціями:

- навчальні проекти для дітей та/або дорослих (zoom-навчання, навчання дорослих грі на музикальних інструментах, репетиторство);
- юридичні онлайн-консультації чи онлайн-консультації психолога;
- ведення бухгалтерії (щомісячна, щоквартальна, річна звітність);
- рекламні агентства, маркетингові та інформаційні послуги (ведення соціальних мереж, рекламних кампаній в Google Ads, креатив, дизайн, копірайт);
- фото- і відеозйомка на замовлення;
- віддалена робота через електронні майданчики (програміст);
- працевлаштування за кордоном або організація навчання дітей за кордоном;
- організація туризму або святкових заходів;

- краса і здоров'я (beauty-бари, танцювальні студії, центри відбілювання зубів, масажні кабінети, манікюр, педикюр, макіяж, стрижка, персональний тренер з йоги чи стрім-фітнесу), зокрема, надання косметичних послуг на дому;
- кабінет вузькоспеціалізованого лікаря;
- догляд за важкохворими і людьми похилого віку;
- клінінг і персонал для дому (послуги доглядальниці, няні, прибиральниці);
- товари і послуги для тварин (вигул домашніх тварин, грумінг, дресирування, тимчасова перетримка тварин);
- кондитерська діяльність на замовлення;
- невеликі кав'ярні, пекарні та стріт-фуд;
- роздрібна торгівля продуктовою або непродуктовою групою товарів;
- хостели або послуги оренди квартир (подобово або на тривалий термін);
- експрес-доставка, перевезення пасажирів (послуги таксі та водіїв), вантажоперевезення;
- посередницькі послуги в різних сферах;
- центри прийому-видачі замовлень/товарів (хімчистки, інтернет-магазин);
- продаж квітів;
- ремонт одягу, електроніки, комп'ютерної техніки чи сантехніки;
- ремонтні та оздоблювальні роботи.

Корисні поради з вибору франшизи

1. Обирайте сферу, близьку та цікаву для вас, – сферу «до душі». Саме в цьому випадку ваш бізнес точно перетвориться в улюблену справу та приноситиме прибуток.
2. Перед вибором та купівлею франшизи потрібно проаналізувати попит, провести дослідження ринку та дати відповідь на питання, яка послуга або товар користуватимуться популярністю у споживачів у найближчі кілька років.
3. Потрібно уважно вивчити договір із франчайзером (особливо пункти, написані маленьким шрифтом), обговорити всі деталі та умови співпраці. Особливу увагу бажано приділити навчанню та стажуванню персоналу, а також підтримці та залученню клієнтів.
4. Потрібно проаналізувати всі фінансові умови, прописані в договорі. Зверніть увагу на «приховані» платежі, роялті, оплату маркетингових послуг. Розрахуйте ваші майбутні витрати на рік, враховуючи як початкові інвестиції, так і щомісячні витрати.
5. У разі будь-яких сумнівів краще звернутися до експертів з франчайзингу, щоб забезпечити мінімізацію ризиків і правильний вибір франшизи для самозайнятості.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Мета роботи: сформувати навички аналізу умов франчайзингового підприємництва та розробки франшизи.

Виконання практичного завдання забезпечує формування таких компетентностей:

- ✓ здатність виявляти ініціативу та підприємливість;
- ✓ здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур;
- ✓ здатність створення та ведення власного бізнесу на базі стартап проєктів з використанням інноваційних та інформаційних технологій.

Завдання

1. Оберіть сферу або декілька сфер, які були б вам цікаві та близькі. Обґрунтуйте свій вибір.

2. Користуючись відкритими інформаційними джерелами (наприклад, каталогами франшиз на сайтах <https://franchising.ua/>, <https://franchisegroup.com.ua/>, <https://franchise-capital.com/katalog-franshiz/>) оберіть 2–3 франшизи, які вас зацікавили та можуть бути реалізовані у вашому населеному пункті (або у м. Вінниці).

3. Створіть таблицю порівняння обраних франшиз за критеріями: сума паушального внеску, роялті, початкові інвестиції, вимоги до приміщення, вимоги до франчайзі тощо.

4. Зробіть висновок, яку франшизу ви б обрали, виходячи з наведених вимог, власних можливостей та потреб населення.

Основні терміни франчайзингу

Франчайзинг – вид партнерства, коли одна сторона (франчайзер) передає другій стороні (франчайзі) за плату (паушальний внесок) право на певний вид підприємництва, використовуючи розроблену бізнес-модель його ведення: діяти від свого імені, використовуючи технологію, сировину, товарні знаки та/або бренди франчайзера.

Простими словами: це «оренда» торгової марки і використання перевіреної бізнес-моделі.

Франшиза – об'єкт договору франчайзингу, комплекс благ, що складається з прав користування брендом і бізнес-моделлю франчайзера, а також інших благ, потрібних для створення та ведення бізнесу.

Простими словами: це «товар», який один підприємець може продати іншому, готовому працювати під його брендом.

Франчайзер – це компанія, яка передає за винагороду право вести бізнес, використовуючи свої: ім'я (бренд) і образ подачі продукту.

Франчайзер – власник виключних прав на будь-яку ідею, фірмовий стиль або бренд.

Простими словами: власник (продавець) «товару» – франшизи.

Франчайзі – це компанія або індивідуальний підприємець, які купують право виступати на ринку під ім'ям франчайзера, використовуючи його бізнес-систему, а також набувають можливість навчання і отримання допомоги при створенні бізнесу.

Простими словами: покупець «товару» – франшизи.

Майстер-франчайзі – власник майстер-франшизи, що має ексклюзивне право на розвиток франшизи на певній території з можливістю її продажу третім особам.

Простими словами: покупець «товару» – франшизи, який має право її перепродавати.

Договір франчайзингу – це юридичний документ, який регулює відносини між двома сторонами – франчайзером і франчайзі.

Простими словами: перелік прав і обов'язків між продавцем і покупцем «товару» – франшизи.

Франчайзинговий пакет – це форма існування готової для продажу франшизи у вигляді пакета документів для франчайзі і документів внутрішнього користування франчайзера. У нього входить бренд-бук, керівництво з управління франчайзинговим підприємством та комплект правових документів.

Простими словами: це маса документів, що описує, як правильно вести бізнес, щоб він був прибутковим.

Паушальний внесок – це, зазвичай, одноразова плата, яку вносить франчайзі за надання йому права займатися конкретним видом бізнесу на певній території і з використанням товарного знака франчайзера.

Простими словами: плата за право відкрити власний бізнес під чужою торговою маркою.

Роялті – це вид ліцензійної винагороди, періодичні виплати компенсації (як правило, грошової) за використання франшизи, встановлені пропорційно показникам діяльності, узгодженими сторонами договору, або у вигляді фіксованої виплати.

Простими словами: це регулярна плата за використання чужої торгової марки і бізнес-моделі.

Стартові інвестиції – грошові кошти франчайзі, потрібні для відкриття франчайзингової точки без урахування паушального внеску та роялті.

Простими словами: гроші, потрібні для запуску бізнесу

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. У чому сутність франчайзингу?
2. Назвіть права і обов'язки франчайзера.
3. Назвіть права і обов'язки франчайзі.
4. Обґрунтуйте переваги та загрози при укладанні франчайзингової угоди для франчайзера.
5. Обґрунтуйте переваги та загрози для франчайзі при укладанні франчайзингової угоди.
6. Які платежі сплачує франчайзі франчайзеру?
7. Назвіть найвідоміші торгові марки, які розвиваються на умовах франчайзингу.
8. Наведіть приклади франчайзингового підприємства у вашому населеному пункті.

ТЕСТИ

1. Франчайзинг – вид партнерства, коли одна сторона (франчайзер) передає другій стороні (франчайзі) за плату (паушальний внесок) право:
 - а) використовувати сировину франчайзера;
 - б) використовувати технологію франчайзера;
 - в) використовувати товарні знаки та/або бренди франчайзера;
 - г) всі варіанти правильні.
2. Франчайзинг – вид партнерства, коли одна сторона (франчайзер) передає другій стороні (франчайзі) за плату (паушальний внесок) право ведення підприємницької діяльності за розробленою бізнес-моделлю, однак при цьому забороняє:
 - а) користуватись послугами постачальників сировини франчайзера;
 - б) використовувати технологію франчайзера;
 - в) рекламувати товарні знаки та/або бренди франчайзера;
 - г) передавати інформацію, отриману від франчайзера, третім особам.
3. Яке визначення стартових інвестицій є хибним?
 - а) Стартові інвестиції – грошові кошти франчайзі, потрібні для відкриття франчайзингової точки;
 - б) Стартові інвестиції – гроші, потрібні для запуску бізнесу;
 - в) Стартові інвестиції – грошові кошти франчайзі, потрібні для відкриття франчайзингової точки з урахуванням паушального внеску та роялті;
 - г) всі варіанти правильні.
4. Одноразова плата, яку вносить франчайзі за надання йому права займатися конкретним видом бізнесу на певній території і з використанням товарного знака франчайзера – це:
 - а) роялті;

- б) паушальний внесок;
- в) стартові інвестиції;
- г) франшиза.

5. Вид ліцензійної винагороди, періодичні виплати компенсації (як правило, грошової) за використання франшизи, встановлені пропорційно показникам діяльності, узгодженим сторонами договору, або у вигляді фіксованої виплати – це:

- а) роялті;
- б) паушальний внесок;
- в) стартові інвестиції;
- г) франшиза.

6. Об'єкт договору франчайзингу, комплекс благ, що складається з прав користування брендом і бізнес-моделлю франчайзера, а також інших благ, потрібних для створення та ведення бізнесу, – це:

- а) роялті;
- б) паушальний внесок;
- в) франчайзинговий пакет;
- г) франшиза.

7. Франчайзинговий пакет не може містити:

- а) бренд-бук;
- б) баланс франчайзингового підприємства;
- б) керівництво з управління франчайзинговим підприємством;
- в) комплект правових документів.

8. Особа, яка має ексклюзивне право на розвиток франшизи на певній території з можливістю її продажу третім особам, – це:

- а) франчайзер;
- б) франчайзі;
- в) майстер-франчайзі;
- г) ріелтор.

9. Компанія або індивідуальний підприємець, які купують право виступати на ринку під ім'ям франчайзера, використовуючи його бізнес-систему, а також набувають можливість навчання і отримання допомоги при створенні бізнесу, – це:

- а) стартап;
- б) франчайзі;
- в) майстер-франчайзі;
- г) ріелтор.

10. Компанія, яка передає за винагороду право вести бізнес, використовуючи свої: ім'я (бренд) і образ подачі продукту, – це:

- а) франчайзер;

- б) франчайзі;
- в) майстер-франчайзі;
- г) продуктова компанія.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ 10

1. Каталог франшиз. URL : <https://franchising.ua/katalog-franshiz/>
2. Історії успіху. URL: https://franchisegroup.com.ua/about-company/success_history/
3. Зайцев О. В., Кордас А. Р. Поточний стан франчайзингу в Україні та світі. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. С. 53–62. DOI: 10.25140/2411-5215-2020-1(21)-53-62.
4. Безрукова Н. В. Міжнародний франчайзинг як форма освоєння світових ринків: особливості розвитку та вплив на світовий валовий продукт. *Економічний простір*. 2016. № 106. С. 16–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2016_106_4.
5. Бондаренко Н. М, Савченко Д. В. Ринок франчайзингових послуг в Україні: переваги та недоліки. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. С. 7–11. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/3970>.
6. Франчайзинг. Довідник для підприємців. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/francajzing>

ТЕМА 11 ПОБУДОВА ВЛАСНОЇ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ МЕРЕЖІ

Короткі теоретичні відомості

Першим кроком побудови власного бізнесу на умовах франчайзингу є оцінювання готовності франчайзера до розвитку за франчайзинговою моделлю за нижчевказаними критеріями:

1. Стабільність та репутація

Перед тим як почати працювати над створенням франшизи потенційному франчайзеру потрібно дати відповідь на такий перелік питань:

- Скільки років існує компанія?
- Скільки часу було витрачено на те, щоб зробити бізнес рентабельним?
- Який характер має динаміка доходу компанії: стабільний чи циклічний?
- Яка репутація компанії?

Відповідь на дані питання важлива, враховуючи існування прямої залежності між рентабельністю компанії-франчайзера, її репутацією та перспективою успішності франшизи. Якщо у компанії відсутній достатній досвід на ринку, не відпрацьовані бізнес-схеми, немає впізнаваності та прихильності клієнтів, продукт не є унікальним та інноваційним, ще зарано говорити про можливість відкриття франчайзингових об'єктів на її основі.

Разом з тим, «вік» компанії не є визначальним фактором. Молоді компанії, які презентують унікальний та затребуваний продукт на ринку, також можуть виступати як франчайзери.

2. Рентабельність

Перспективність та надійність франшизи зумовлюється рентабельністю франчайзингового бізнесу. Отримання стабільного прибутку франчайзером протягом довгострокового періоду є, з одного боку, необхідною умовою, а з іншого боку, і найкращою рекламою франшизи.

Рентабельність франчайзингового підприємства залежить від таких факторів, як конкурентоспроможність продукції (товару, послуги), собівартість товару, оборотність. Підсумковим показником, що може бути цікавим вашому потенційному франчайзі, який планує вкладати кошти у розвиток франчайзингового бізнесу, є термін повернення інвестицій.

Тож планування та ведення власних фінансів є надзвичайно важливим. Потрібно точно розрахувати всі статті витрат, термін їх окупності. За потреби, щоб уникнути помилок, можна скористатися послугами професійних аудиторів.

3. Конкурентоспроможність

Розуміння способів конкурентної боротьби, вміння ефективно їх застосовувати прямо впливає на успішність франчайзингової мережі.

Виходячи з вищевикладеного, потрібно дати відповіді на такі питання:

- Що ви знаєте про своїх прямих та непрямих конкурентів?
- Де зараз знаходиться ваша компанія на конкурентному ринку?

Які переваги ви маєте?

Цілком справедливим буде запит з боку франчайзі щодо ознайомлення зі сформованою та відпрацьованою стратегією конкурентоспроможності, а також навчання методам конкурентної боротьби. Компанії, яка не веде роботу з аналізу ринку та протидії конкурентам, загрожує втрата частки ринку. Відповідно, така політика не буде зацікавлювати потенційних франчайзі.

4. Мобільність і адаптивність

Франчайзингові компанії мають бути достатньо мобільними та готовими до адаптації в новому місці. Важливими факторами, що впливають на їхню успішність, є вибір цільової аудиторії, її купівельна спроможність, географічна локація бізнесу тощо. Усі ці важливі нюанси потрібно передбачити ще перед відкриттям першої франчайзингової точки.

5. Фінансова доступність

Бізнес, який є прибутковим для франчайзингової компанії, не обов'язково стане вигідним для франчайзі. Тому франчайзингову модель потрібно будувати таким чином, щоб забезпечити франчайзі отримання достатнього прибутку після внесення початкових інвестицій та сплати щомісячних відрахувань. Розмір роялті та рекламних відрахувань мають бути «підйомними» для франчайзі, а не перекривати дохідну частину бізнесу.

Отже, франчайзинговій компанії бажано вже на старті спланувати фінансову підтримку франчайзі випадку складної або форс-мажорної ситуації. Окремим випадком підтримки могут бути надання пільг (наприклад, відстрочки чи «канікул» із виплати роялті).

6. Бренд

«Франчайзингова зрілість» визначається, зокрема, існуванням бренду, наявність якого допомагає компанії бути відмінною від інших і впізнаваною серед клієнтів. Основними компонентами бренду компанії-франчайзера є логотип, торговельна марка, ділова репутація. Створення повноцінного та впізнаваного бренду вимагає значних ресурсів, зокрема часу, фінансів, креативу. Відомий бренд означає, що компанія пройшла перевірку на міцність і її репутація забезпечує успішність франшизи та стабільність збутової мережі.

В разі отримання позитивного висновку щодо готовності бізнесу до розвитку власної франчайзингової мережі наступним кроком буде

визначення потенційного покупця франшизи (франчайзі). А для того, щоб продаж франшизи був успішним, – кому буде цікава франшиза.

Для цього потрібно проаналізувати, якому підприємцю франшиза буде цікава, кому ви готові довірити свій бізнес, з ким співпраця буде ефективною. З цією метою потрібно правильно скласти **портрет потенційного франчайзі**.

Портрет франчайзі можна складати у вигляді таблиці, в якій зазначаються основні критерії оцінювання та оптимальні «ідеальні» показники. Більш комплексний підхід вимагає встановлення оптимальних показників для декількох рівнів франчайзі, наприклад:

- ідеальний франчайзі;
- достатній франчайзі;
- досвідчений бізнесмен;
- інвестор.

Як показники для оцінювання франчайзі можна застосовувати якості, які йому бажано мати:

- 1 досвід підприємництва;
- 2 досвід у вашій сфері бізнесу;
- 3 фінансове становище;
- 4 освіта;
- 5 вміння аналізувати інформацію;
- 6 досвід управління персоналом;
- 7 вміння працювати в команді;
- 8 розуміння процесу продажів;
- 9 готовність слідувати чітким правилам ведення бізнесу або ж бажання творити;
- 10 бажання купити франшизу самостійно або в партнерстві;
- 11 прагнення розвивати бізнес самостійно (самозайнятість) або плани щодо найму керуючого.

Чітко окреслений портрет франчайзі дозволяє зрозуміти, хто ваш майбутній партнер, та, відповідно, здійснити правильний пошук та вибір.

Всі вимоги до франчайзі доцільно подати у презентації франшизи, щоб потенційні партнери зразу зрозуміли суть вашої пропозиції та могли оцінити відповідність заявленим вимогам.

Портрет потенційного франчайзі бажано постійно змінювати під час зростання франчайзингової мережі. Адже ті вимоги, що висувуються до франчайзі на початкових етапах масштабування бізнесу, у більшості випадків стають неактуальними та мають переглядатися з часом.

Одним з важливих критеріїв вибору потенційного партнера є його лояльність до вашого бренду. Перед продажем франшизи бажано дізнатися:

- як ваш майбутній франчайзі ставиться до франшизи;
- наскільки йому цікавий розвиток і побудова бізнесу саме у вашій сфері.

Ідеальний франчайзі – підприємець, який вже зацікавлений брендом, готовий працювати і розвивати бізнес. Надзвичайно цінним це є для франчайзерів-початківців. Основні правила вибору потенційного франчайзі викладені нижче.

- Потенційний партнер повинен мати зацікавленість у продукті, який ви пропонуєте. Адже успішним бізнес буде будуватися саме в тому випадку, коли він підкріплюється отриманням задоволення і великим бажанням розвиватися в даній сфері.
- Майбутній франчайзі має бути готовим дотримуватися правил, встановлених франчайзинговою компанією.
- Вже на перших етапах перемовин потрібно чітко окреслити вимоги і правила, яких має дотримуватися франчайзі. Деякі підприємці можуть вважати, що після придбання франшизи більше не потрібно робити кроки в напрямку власного розвитку, адже все забезпечить франчайзингова компанія. Однак для підтримки успішності франчайзингової точки франчайзі має постійно працювати над розширенням свого кругозору, удосконаленням знань в обраній сфері, періодичним проходженням навчання, участю у тренінгах і семінарах.
- Прагнення до саморозвитку та навчання – важливий критерій при виборі потенційного франчайзі і складанні портрета майбутнього партнера.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Мета роботи: сформувати навички аналізу готовності власного бізнесу до франчайзингу та розробки власної франшизи.

Виконання практичної роботи забезпечує формування таких компетентностей:

- ✓ здатність виявляти ініціативу та підприємливість;
- ✓ здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур;
- ✓ здатність до створення та ведення власного бізнесу на базі стартап проєктів з використанням інноваційних та інформаційних технологій.

Завдання

1. Оцініть ваш потенційний бізнес та дізнайтесь, чи готова компанія до розвитку за франчайзинговою моделлю. Для аналізу можна обрати реальну компанію, яка функціонує у вашому місті, або «уявний» власний бізнес, яким ви керуєте через 10 років
2. Складіть портрет потенційного франчайзі.
3. Розробіть опис власної франшизи за наведеним прикладом.

Приклад

Опис франшизи FitCurves

Фітнес і програма схуднення для жінок. 30-хвилинне тренування FitCurves охоплює всі п'ять елементів фітнесу: розминка, аеробне та силове навантаження, заминка і розтяжка, що потрібні для укріплення здоров'я і боротьби з зайвою вагою.

Кількість франчайзингових точок – 100 клубів у 40 містах України, більше 12.000 у 88 країнах світу.

Підтримка для франчайзі

- право вести діяльність під брендом FitCurves на ексклюзивній території;
- право використання бізнес-моделі FitCurves;
- право на оренду комплекту з 8 Curves-тренажерів і степ-платформ;
- комплект посібників та інструкцій з використання бізнес-системи на всіх етапах функціонування компанії;
- консультаційна підтримка на всіх етапах функціонування клубу;
- початкове навчання власника і чотирьох інструкторів;
- постійне оновлення та вдосконалення освітньої бази;
- унікальна і неповторна атмосфера фітнес-клубу FitCurves, завдяки якій постійно збільшується база лояльних клієнтів.

Передбачувана сума інвестицій

Паушальний внесок за використання ТМ FitCurves протягом 10 років - \$28.500.

Додаткові інвестиції:

\$3.500–\$5.000 – витрати на вивіску/меблі/канцтовари;

\$6.000–\$15.000 – додаткові витрати на ремонт;

\$1.000 – програмне забезпечення

Вимоги до партнера:

- власником клубу може бути тільки жінка;
- власниця клубу має одночасно керувати ним (ми не розглядаємо пасивних інвесторів як кандидатів у партнери);
- важлива прихильність до здорового способу життя та фітнесу.

Відбір франчайзі:

- процес відбору потенційних власників складається з серії поетапних співбесід;
- майбутня власниця має пройти обов'язкову послідовність етапів: член клубу – волонтер – тренер – власник.

Вимоги до приміщення

- Площа – від 150 кв. м, з яких зала займає 100 кв. м.
- Прямокутна або квадратна форма приміщення без перегородок (або з можливістю зламу стін для отримання бажаної форми).
- Спальні райони (бажано розташування в самому центрі житлового масиву на першій лінії будинків на першому поверсі); також торговельні центри.

- Бажано, щоб у радіусі 2–3 кілометри від клубу проживало близько 50 тисяч осіб.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. За якими критеріями можна оцінити готовність бізнесу до розвитку власної франчайзингової мережі?
2. Які переваги побудови власної франчайзингової мережі?
3. Які загрози побудови власної франчайзингової мережі?
4. Назвіть критерії відбору ідеального франчайзі.
5. Які якості мають бути притаманні вашому потенційному партнеру?

ТЕСТИ

1. Який критерій не є важливим для оцінювання готовності розвитку власної франчайзингової моделі:
 - а) достатній досвід на ринку;
 - б) відпрацьовані бізнес-схеми;
 - в) впізнаваність та прихильність клієнтів;
 - г) наявність унікального та інноваційного продукту;
 - д) всі варіанти правильні.
2. Портрет потенційного франчайзі:
 - а) формується перед початком побудови франчайзингової мережі і є незмінним;
 - б) бажано постійно змінювати його в процесі зростання франчайзингової мережі;
 - в) він не потрібний для франчайзера.
3. Портрет потенційного франчайзі потрібен:
 - а) франчайзеру;
 - б) франчайзі;
 - в) і франчайзеру, і франчайзі;
 - г) не потрібен взагалі.
4. Який показник свідчить про неготовність франчайзі до співпраці?
 - а) вміння аналізувати інформацію;
 - б) досвід управління персоналом;
 - в) вміння працювати в команді;
 - г) переважання бажання творити над дотриманням чітких правил ведення бізнесу.
5. Яка інформація є непотрібною при виборі франчайзі:
 - а) як ваш майбутній франчайзі ставиться до франшизи;
 - б) наскільки франчайзі цікавий розвиток і побудова бізнесу у вашій сфері;

- в) чи є у франчайзі відпрацьовані бізнес-схеми;
- г) чи готовий франчайзі слідувати встановленим правилам.

6. Який показник є необов'язковим при складанні опису франшизи:

- а) паушальний внесок;
- б) розмір інвестицій;
- в) норма прибутку;
- г) розміри приміщення.

7. Хто відповідає за складання опису франшизи:

- а) франчайзер;
- б) франчайзі;
- в) і франчайзер, і франчайзі;
- г) консалтингова фірма.

8. Одноразова плата, яку вносить франчайзі за надання йому права займатися конкретним видом бізнесу на певній території і з використанням товарного знака франчайзера, – це:

- а) роялті;
- б) паушальний внесок;
- в) стартові інвестиції;
- г) франшиза.

9. Як називаються періодичні виплати компенсації (як правило, грошової) за використання франшизи, встановлені франчайзером:

- а) роялті;
- б) паушальний внесок;
- в) стартові інвестиції;
- г) франшиза.

10. Який критерій не є важливим при оцінюванні готовності компанії до розвитку за франчайзинговою моделлю?

- а) бренд;
- б) рентабельність;
- в) конкурентоспроможність;
- г) всі критерії однаково важливі.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ 11

1. Каталог франшиз. URL: <https://franchising.ua/katalog-franshiz/>
2. Історії успіху. URL: https://franchisegroup.com.ua/about-company/success_history/
3. Безрукова Н. В. Міжнародний франчайзинг як форма освоєння світових ринків: особливості розвитку та вплив на світовий валовий продукт. *Економічний простір*. 2016. № 106. С. 16–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/есpros_2016_106_4.
4. Бондаренко Н. М., Савченко Д. В. Ринок франчайзингових послуг в Україні: переваги та недоліки. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. С. 7–11. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/3970>.
5. Зайцев О. В., Кордас А. Р. Поточний стан франчайзингу в Україні та світі. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2020. С. 53–62. DOI: 10.25140/2411-5215-2020-1(21)-53-62.
6. Франчайзинг. Довідник для підприємців. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/francajzing>

ТЕМА 12 РОЗРОБКА ДОГОВОРУ ФРАНЧАЙЗИНГУ

Короткі теоретичні відомості

Франчайзинг (фр. franchise – пільга, привілей) – це форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами (компаніями та/або фізичними особами), в рамках якої одна сторона (франчайзер), що володіє правами інтелектуальної власності (наприклад, успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау, нематеріальними активами, певною репутацією, комерційною таємницею), надає їх у право користування на певних договірних умовах другій стороні (франчайзі).

Основні принципи співпраці за франчайзингом

1. Франчайзер є власником торговельної марки.
2. Франчайзер має перевірену бізнес-ідею.
3. Франчайзі керує пунктом під вивіскою франчайзера як незалежний підприємець: його заробітком є прибуток від діяльності.
4. Франчайзі є власником майна, що знаходиться в пункті продажу/надання послуги.
5. Франчайзер передає франчайзі знання того, як власне потрібно вести діяльність (ноу-хау).
6. Франчайзі сплачує вартість франшизи (одноразово), а також періодичні відрахування за користування з ноу-хау (безпосередньо у формі платежів або побічно в націнках на товар, що купуються у франчайзера).
7. Франчайзі часто не має можливості самостійно визначати ціни товарів або послуг у своїй точці.
8. Зазвичай франчайзі має можливість самостійно формувати асортимент у рамках, визначених франчайзером.
9. Принципи співпраці франчайзера і франчайзі регулює франчайзинговий договір, а інструкції, як власне вести діяльність, зібрані в операційному підручнику.

Купівля франшизи означає, що підприємець згоден займатись підприємницькою діяльністю на власний ризик, але під «іменем» франчайзера. Ведення бізнесу під відомою маркою гарантує більшу кількість клієнтів і може знижувати ризик банкрутства. Після прийняття рішення про співпрацю на основі франчайзингу обидві сторони підписують відповідний договір про співпрацю.

Основний обов'язок франчайзера – надання дозволу на використання торговельної марки, передача знань і досвіду ведення свого бізнесу та гарантування підтримки франчайзі протягом строку, зазначеного в договорі. Основний обов'язок франчайзі – дотримання визначених для всієї франчайзингової мережі стандартів діяльності та своєчасна сплата франчайзингових платежів. Одним з таких відрахувань є рекламні

відрахування, які направляються на підтримку та розвиток франчайзингової мережі, зокрема на маркетингові дослідження, розробку та виведення на ринок нових продуктів, проведення рекламних кампаній.

Франчайзинг охоплює не лише продаж права на використання логотипу мережі або торговельної марки – він виступає цілою системою ведення бізнесу. Саме системний підхід є ключовим для розуміння принципів франчайзингу. За такого підходу франчайзі може розраховувати на системну і постійну підтримку від власника ліцензії, отримувати послуги підготовки і навчання персоналу.

Усі франчайзингові відносини зазвичай регулюються умовами підписаного договору, що дає право франчайзі здійснювати торгівлю під торговельною маркою франчайзера та використовувати цілий комплекс послуг, зазначених у так званому «франчайзинговому пакеті».

<p><i>За означенням Британської асоціації франчайзингу:</i> Франшиза – контрольна ліцензія, видана однією особою (франчайзером) іншій (франчайзі), яка:</p>	
•	дозволяє або зобов'язує франчайзі вести бізнес протягом терміну контракту про пільгове підприємництво (франчайзингового договору) під ім'ям, що належить франчайзеру або асоціюється з ним;
•	зобов'язує франчайзера здійснювати постійний контроль протягом усього періоду договору за тим, як франчайзі здійснює бізнес, що є предметом франчайзингового договору;
	зобов'язує франчайзера надавати франчайзі допомогу у веденні бізнесу, що є предметом договору (у сфері організації пільгового підприємництва, навчання персоналу, збуту, управління і т. д.);
	вимагає від франчайзі регулярно протягом дії франчайзингового контракту платити франчайзеру всі зазначені в контракті платежі, а саме: одноразову франчайзингову плату (паушальний платіж) за право бути присутніми на ринку під його ім'ям, фіксовані поточні платежі (роялті) і відрахування;
	визначає, що цей контракт не є угодою між холдинговою компанією та її філіями або між філіями однієї і тієї ж холдингової компанії або між фізичною особою і контрольованою нею компанією

Договір франчайзингу

В українському законодавстві відсутній термін «франчайзинг». Натомість договір франчайзингу у законодавчих актах України називається ***договором комерційної концесії***.

Основними нормативно-правовими актами у сфері франчайзингу є:

- Цивільний кодекс України (глава 76 «Комерційна концесія», Глава 75 «Розпорядження правами інтелектуальної власності»);
- Книга четверта «Право інтелектуальної власності»;

- положення Господарського Кодексу України (глава 36 «Використання у підприємницькій діяльності прав інших суб'єктів управління (комерційна концесія)», глава 16 «Використання в господарській діяльності прав інтелектуальної власності»).

Додаткову функцію регулювання ринку франчайзингу виконує спеціальне законодавство:

- з регулювання сфери захисту прав інтелектуальної власності;
- з питань захисту конкуренції;
- контролю якості товару та захисту прав споживачів.

В цілому, вітчизняне законодавство у сфері комерційної концесії є недосконалим та інколи суперечливим, тому франчайзери досить часто підписують з франчайзі договір співпраці, формулюють його зміст довільно, що не суперечить чинним законодавчим нормам.

На сьогоднішній день підприємства України, які співпрацюють з міжнародними брендами на умовах франчайзингу, використовують одну з наведених юридичних моделей співпраці:

- прямий договір купівлі-продажу між закордонним продавцем товару та покупцем в Україні;
- договір купівлі-продажу та договір франчайзингу з афільованою юридичною особою покупця в зоні найвищого податкового та юридичного режиму.
- прямий договір франчайзингу та договір купівлі-продажу з афільованою юридичною особою покупця в зоні найвищого податкового режиму;
- ліцензійний договір;
- договір розвитку території;
- договір комерційної концесії;
- одночасне використання декількох договорів, зокрема договорів про передачу ноу-хау тощо.

ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ

Мета роботи: сформувані навички розробки договору комерційної концесії (франчайзингу).

Виконання практичного завдання забезпечує формування таких компетентностей:

- ✓ здатність виявляти ініціативу та підприємливість;
- ✓ здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.

Завдання

Скласти договір франчайзингу, за яким студент може виступати як франчайзер, так і франчайзі.

ШАБЛОН ДОГОВОРУ КОМЕРЦІЙНОЇ КОНЦЕСІЇ (ФРАНЧАЙЗИНГУ)

ДОГОВІР № _____ комерційної концесії (франчайзингу)

м. Київ

« ____ » _____ 202_ р.

Товариство з обмеженою відповідальністю « _____ », надалі – «Франчайзер», в особі директора _____, що діє на підставі Статуту, з однієї сторони, та

Товариство з обмеженою відповідальністю « _____ », надалі «Франчайзі», в особі _____, що діє на підставі _____, з іншої сторони, уклали цей Договір № _____ комерційної концесії (франчайзингу), надалі – «Договір», про наступне.

1. ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Франчайзинг – відносини, в силу яких одна особа (Франчайзер) надає іншій особі (Франчайзі) право здійснювати підприємницьку діяльність під брендом Франчайзера за сформованою ним системою ведення бізнесу.

Бренд – торгова марка « _____ » з пріоритетом для товарів класів _____ відповідно до міжнародної класифікації товарів і послуг, яка належить Франчайзеру на праві _____.

Франчайзингова мережа « _____ » – мережа _____, яка надає визначені Франчайзером послуги та використовує однаковий Бренд, а також Систему ведення бізнесу Франчайзера.

Франчайзинговий пакет – спеціально розроблений Франчайзером збір документів, який містить в собі:

Локація Франчайзі – _____.

Франшиза – це право Франчайзі здійснювати бізнес під Брендом Франчайзера.

Роялті – щомісячна плата, яку сплачує Франчайзі Франчайзеру за користування франшизою.

2. ЦІЛІ СПІВПРАЦІ

2.1. Даний Договір укладається з метою успішного ведення бізнесу з надання послуг _____ у Франчайзинговій мережі « _____ » при використанні ділової репутації і досвіду ведення бізнесу Франчайзера з метою досягнення і дотримання належного рівня обслуговування клієнтів, а також здійснення співробітництва Сторін для досягнення найкращих економічних результатів від партнерської господарської діяльності та отримання прибутку.

3. УМОВИ СПІВПРАЦІ

3.1. Для досягнення спільних цілей, зазначених у розділі 2 даного Договору, Сторони домовилися про наступне:

3.1.1. Їх ділові відносини за Договором засновані на взаємній співпраці та наданні допомоги в поточній діяльності.

3.1.2. Франчайзер надає консультації з організаційної підтримки, навчання стилю ведення бізнесу, а також застосовує інші заходи, спрямовані на підготовку Франчайзі до ведення бізнесу за стандартами, встановленими Франчайзером.

3.1.3. З метою технічного оснащення Локації Франчайзі Сторони укладають договір поставки необхідного електротехнічного обладнання (далі – «Обладнання»), що є невід’ємним додатком до даного Договору, далі – «Договір постачання».

3.1.4. Місце розташування Локації Франчайзі узгоджується Сторонами.

3.1.5. Франчайзі зобов’язаний пройти навчання щодо умов ведення бізнесу, що організовується силами Франчайзера.

3.1.6. Франчайзі своїми силами та за власний рахунок забезпечує виконання підготовчих робіт для встановлення Локації Франчайзі під брендом Франчайзера, монтаж та введення в експлуатацію Обладнання, що засвідчується відповідним актом, підписаним Сторонами.

3.2. Тарифи на послуги Локації Франчайзі визначаються Франчайзером та є єдиними в Франчайзинговій мережі «_____» для всіх локацій.

3.3. Сторони Договору докладають спільних зусиль з тим, щоб у сфері планування господарської діяльності була прийнята єдина методологія системи ведення бізнесу і забезпечена відповідна координація розвитку.

4. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

4.1. Згідно з даним Договором Франчайзер за плату передає, а Франчайзі приймає у користування Франшизу Франчайзера, Франчайзі зобов’язується виплачувати Франчайзеру передбачену Договором винагороду та вести свою діяльність за встановленою Франчайзером системою ведення бізнесу.

4.2. Місце здійснення діяльності Франчайзі – Україна, _____.

5. ПЛАТЕЖІ І ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

5.1. Вартість Франшизи за цим Договором становить _____ грн без ПДВ.

5.2. Франчайзі зобов’язаний протягом _____ календарних днів з моменту підписання даного Договору сплатити Франчайзеру роялті в розмірі вартості Франшизи.

5.3. Розрахунки здійснюються в безготівковій формі.

6. ТЕРМІН ДІЇ ФРАНШИЗИ

6.1. Франчайзі має право користуватися Франшизою протягом терміну дії даного Договору.

6.2. Цей Договір набуває чинності з моменту його підписання Сторонами та діє до «____» _____ 202__ року.

6.3. Цей Договір може бути змінений або розірваний за взаємною згодою Сторін в будь-який час.

6.4. Франчайзер має право в односторонньому порядку розірвати даний Договір шляхом направлення Франчайзі відповідного письмового повідомлення у разі суттєвого порушення Франчайзі умов даного Договору.

6.5. Франчайзі має право розірвати даний Договір в разі неналежного виконання Франчайзером своїх обов'язків, вказаних в Договорі, зокрема:

- невиконання зобов'язань з постачання Обладнання згідно з Договором постачання.

7. ПРАВА І ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

7.1. Права Франчайзі

7.1.1. Вільно здійснювати підприємницьку діяльність при дотриманні правил ведення бізнесу, встановлених Франчайзером.

7.1.2. Отримувати право надання послуг під Брендом Франчайзера.

7.1.3. Брати участь у корпоративних заходах Франчайзера, семінарах, конкурсах, навчальних програмах.

7.2. Обов'язки Франчайзі

7.2.1. Протягом дії цього Договору, Франчайзі зобов'язаний виконувати умови цього Договору, дотримуватися всіх вимог Франчайзера, визначених системою ведення бізнесу, корпоративним стандартом, вказівок і рекомендацій Франчайзера для ведення бізнесу в рамках Франчайзингової мережі «_____», оформлених у вигляді інструкцій, пам'яток, рекомендацій, інших вимог, обов'язкових до виконання, чи рекомендацій.

7.2.2. Зобов'язання щодо ведення бізнесу:

- виконувати всі вимоги чинного законодавства України, які стосуються ведення бізнесу і сплати необхідних податків та зборів до бюджету, розрахунків з контрагентами.

- Франчайзі зобов'язується здійснювати діяльність на Локації Франчайзі виключно під Брендом Франчайзера з використанням системи ведення бізнесу Франчайзера;

7.2.3. Загальні обов'язки Франчайзі:

- своєчасно і відповідно до умов цього Договору виплачувати Франчайзеру роялті та всі належні йому платежі;

- брати участь в рекламних кампаніях та інших акціях, що проводяться в усій Франчайзинговій мережі;

- брати участь у всіх навчальних семінарах, конференціях або в інших заходах, що організовуються за рахунок Франчайзера.

- керуватися і дотримуватися вказівок Франчайзера щодо Франчайзингового пакета та інших питань, що стосуються відносин Сторін в рамках цього Договору.

7.3. Права Франчайзера

7.3.1. Франчайзер має право вимагати від Франчайзі неухильного дотримання системи ведення бізнесу, вимог усіх корпоративних стандартів з використання Бренду «_____» відповідно до умов цього Договору.

7.3.2. Отримувати встановлену винагороду за цим Договором.

7.4. Обов'язки Франчайзера

7.4.1. Надавати Франчайзі постійну консультаційну підтримку, яка стосується всіх аспектів успішного ведення бізнесу. Франчайзер забезпечує постійну підтримку кожному Франчайзі, зокрема підвищення кваліфікації, підтримку в управлінні й оперативні послуги, за погодженням Сторін.

7.4.2. Проводити навчання та стажування, навчальні семінари на умовах, визначених у цьому Договорі.

7.4.4. Повідомляти Франчайзі про всі рекламні кампанії, семінари та інші заходи, які проводяться Франчайзером з метою підвищення кваліфікації співробітників, покращення знань працівників, підвищення рівня і якості ведення бізнесу.

8. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

8.1. У разі неправомірного використання Франчайзі торгових знаків Франчайзера для реалізації або інших дій з аналогічними товарами та послугами інших суб'єктів діяльності Франчайзер в односторонньому порядку розриває Договір.

8.2. За несвоєчасну оплату щомісячних платежі (роялті) за даним Договором Франчайзі сплачує Франчайзеру пеню в розмірі подвійної облікової ставки Національного банку України від простроченої суми за кожен день прострочення платежу. Сплата пені не звільняє Франчайзі від сплати основної суми заборгованості.

9. ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ

9.1. Сторона звільняється від відповідальності за несвоєчасне виконання своїх зобов'язань у певних випадках, які настали незалежно від волі сторін за Договором. Підставою для звільнення від відповідальності визнаються обставини, викликані подіями, які не залежать від волі сторін, яких не могла б уникнути та чи інша сторона, якщо ці обставини настали після укладення Договору та заважають його повному або частковому виконанню (форс-мажор).

10. ПІДСУМКОВІ ПОЛОЖЕННЯ

10.1. Цей Договір укладено українською мовою у двох примірниках по одному для кожної зі Сторін, які мають однакову юридичну силу.

10.2. Всі зміни і доповнення до цього Договору та його додаткових угод приймаються лише за взаємною згодою Сторін і стають дійсними після їх письмового оформлення і підписання Сторонами.

ПІДПИСИ ТА РЕКВІЗИТИ СТОРІН

ФРАНЧАЙЗЕР:

ФРАНЧАЙЗІ:

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ

1. Які основні пункти має містити договір франчайзингу?
2. Які основні обов'язки франчайзера?
3. Які основні обов'язки франчайзі?
4. Назвіть можливі юридичні моделі співпраці на умовах франчайзингу.

ТЕСТИ

1. До основних обов'язків франчайзера не відносять:
 - а) надання дозволу на використання торговельної марки;
 - б) дотримання визначених для всієї франчайзингової мережі стандартів діяльності;
 - в) передача знань і досвіду ведення свого бізнесу;
 - г) гарантування підтримки франчайзі.
2. До основних обов'язків франчайзі не відносять:
 - а) сплату франчайзингових відрахувань;
 - б) дотримання визначених для всієї франчайзингової мережі стандартів діяльності;
 - в) формування асортименту;
 - г) одноразову сплату франшизи.
3. Чи має право франчайзі самостійно визначати ціни товарів або послуг у своїй точці?
 - а) так;
 - б) ні;
 - в) за узгодженням із франчайзером.
4. Чи має право франчайзі самостійно сформувати асортимент у своїй точці?
 - а) так;
 - б) ні;
 - в) так, у рамках, визначених франчайзером.
5. Який термін використовується у законодавстві України?
 - а) договір франчайзингу;
 - б) договір комерційної концесії;
 - в) договір про комерційну кооперацію.
6. Який з наведених Кодексів не стосується сфери франчайзингу?
 - а) Господарський кодекс;
 - б) Цивільний кодекс;
 - в) Сімейний кодекс.
7. Який з наведених платежів з боку франчайзі є одноразовим?

- а) паушальний платіж;
 - б) роялті;
 - в) рекламні відрахування;
 - г) усі платежі є регулярними.
8. Які з наведених юридичних моделей співпраці не використовуються у сфері франчайзингу?
- а) прямий договір купівлі-продажу між закордонним продавцем товару та покупцем в Україні;
 - б) ліцензійний договір;
 - в) договір розвитку території;
 - г) договір комерційної концесії;
 - д) усі моделі використовуються.
9. «Франчайзинговий пакет» охоплює сукупність:
- а) франчайзингових відрахувань;
 - б) послуг підтримки з боку франчайзера;
 - в) обов'язків франчайзі;
 - г) цін на товари у франчайзинговій мережі.
10. Чи має право франчайзі розірвати договір в разі неналежного виконання франчайзером своїх обов'язків?
- а) так;
 - б) ні;
 - в) залежно від умов укладеного договору.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ 12

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
3. Franchise Business Economic Outlook for 2017. URL: https://www.franchise.org/sites/default/files/Franchise_Business_Outlook_Jan_2017.pdf.
4. Всеукраїнська громадська організація Федерація розвитку франчайзингу, гостинності та інфраструктури. URL: <https://fdf.org.ua/pro-federatsiyu>.
5. Трембовецька Т. Договір франчайзингу як один із інструментів розпорядження майновими правами на об'єкти інтелектуальної власності. *Аудитор України*. 2015. № 5. С. 66–73.
6. Литвин О. Є., Запорожець М. О. Франчайзинг як ефективна форма партнерства із закордонними фірмами. *Фінансовий простір*. 2019. № 4 (36). URL: <https://fp.cibs.ubs.edu.ua/index.php/fp/article/download/736/840/>

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Основи підприємництва : підр. [Біляк Т. О., Бірюченко С. Ю., Бужимська К. О. та ін.] ; під заг. ред. Н. В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.
2. Синицина Г. А., Рачкован О. Д. Основи бізнесу та підприємницької діяльності : конспект лекцій. Харків : ХДУХТ, 2019. 93 с.
3. Гаєвська Л. М., Марченко О. І., Паєнтко Т. В. Підприємництво та його оподаткування [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ ; Держ. податк. служба України, Нац. ун-т держ. податк. служби України. Вид. 2-ге перероб. та допов. Ірпінь : НУДПСУ, 2014. 316 с.
4. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво [текст] : навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2013. 368 с.
5. Єпіфанова І. Ю., Джеджула В. В. Основи ведення сучасного бізнесу : практикум. Вінниця : ВНТУ, 2021. 110 с.
6. Кучеренко В. Р., Добрава Н. В., Квач Я. П., Осіпова М. М. Основи бізнесу. Практичний курс (збірник вправ, задач, тестів та ситуаційних завдань) : навч. посіб. / за ред. В. Р. Кучеренка. К. : Центр учбової літератури, 2010. 176 с.
7. Підприємництво: психологічні, організаційні та економічні аспекти [Текст] : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / [С. Д. Максименко та ін.] ; Київ. нац. торг.- екон. ун-т. К. : КНТЕУ, 2012. 719 с.
8. Сизоненко В. О. Сучасне підприємництво : навчальний посібник. К. : Знання-Прес, 2008. 440 с.
9. Варналій З. С. Мале підприємництво основи теорії і практики. Вид. 4-те, стереотип. К. : Знання, 2008. 302 с.
10. Козловський В. О., Погріщук Б. В. Основи підприємництва [Текст]: практикум : навчальний посібник; МОН України, ТДЕУ, Вінницький інститут економіки. Тернопіль: ТЗОВ «Терно-Граф», 2006. 336 с.
11. Підприємництво та бізнес-культура [Текст] : навч. посіб. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / [С. В. Волошина та ін.]; ДВНЗ «Криворіз. нац. ун-т», Криворіз. екон. ін-т. Сімф. : ДІАЙП, 2012. 355 с.
12. Комерційна діяльність : підручник / П. Ю. Балабан та ін. ; за ред. П. Ю. Балабана. Харків : Світ Книг, 2015. 452 с.
13. Комерційна діяльність : навчальний посібник /Л. Г. Филевич та ін. Харків : ХДУХТ, 2014. 225 с.
14. Хурса М. М. Комерційна діяльність посередницьких підприємств : навчально-методичний посібник. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2012. 111 с.
15. Балабан П. Ю. Комерційна діяльність : підручник. Х. : Світ Книг, 2015. 452 с.
16. Васильєва Т. А. Банківське фінансування інноваційної діяльності : монографія. Суми : Ділові перспективи, 2006. 60 с.

17. Козьменко С. М., Ареф'єва О. В., Глущенко В. В. Гроші та кредит : навчальний посібник. Харків : Вид. ХНЕУ, 2008. 370 с.
18. Березянюк Т. В., Ваганова О. В., Руднік Р. В. Проблеми державного регулювання діяльності малих підприємств : наук.-метод. посіб. / за ред. Т. В. Березянюк. К. : ІІДО НУХТ, 2012. 120 с.
19. [C Nieuwenhuizen](#) С., Machado R. Basics of entrepreneurship [Text] / Lansdowne, Cape Town : Juta Academic, 2004. 401 p.
20. [Sangram Keshari mohanty](#). Fundamentals of entrepreneurship [Text] / PHI Learning Pvt. Ltd., [Business & Economics](#)? 2005. 200 p.
21. Folayan, J. A. Fundamentals of Entrepreneurship for Entrepreneurial Skill Development [Text] / Olajuyin Printers, Akure, Nigeria/ 2018/

ДОДАТКИ

Додаток А

Ч.ч.	Вид господарської діяльності	Орган, уповноважений видати ліцензію*
1	Банківська діяльність	НБУ
2	Надання фінансових послуг (крім професійної діяльності на ринку цінних паперів, далі – ЦП)	Нацкомісія, що здійснює держрегулювання у сфері ринків фінансових послуг (Нацкомфінпослуг)
3	Професійна діяльність на ринку ЦП	Нацкомісія з цінних паперів і фондового ринку (НКЦПФР)
4	Виробництво і торгівля спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями, тютюновими виробами	ДФС
5	Будівництво об'єктів IV і V категорій складності	Державна архітектурно-будівельна інспекція (Держархбудінспекція)
6	Надання послуг і виконання робіт протипожежного призначення	ДСНС
7	Медична практика	МОЗ
8	Ветеринарна практика	Державна служба з питань безпеки харчових продуктів і захисту споживачів (Держпродспоживслужб)
9	Туроператорська діяльність	Мінекономрозвитку
10	Посередництво в працевлаштуванні за кордоном	Мінсоцполітики
11	Перевезення пасажирів, небезпечних вантажів і небезпечних відходів річковим, морським, автомобільним, залізничним і повітряним транспортом, міжнародні перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом	Державна служба з безпеки на транспорті (Укртрансбезпека)
12	Зовнішньоекономічна діяльність згідно зі ст. 16 Закону №959	Мінекономрозвитку, обласні, Київська міська держадміністрації
13	Транспортування нафти, нафтопродуктів магістральним трубопроводом	Мінекономрозвитку
14	Діяльність на ринку природного газу	Нацкомісія, що здійснює держрегулювання у сферах енергетики та комунальних послуг (далі – НКРЕКП)
15	Централізоване водопостачання та водовідведення, крім централізованого водопостачання та водовідведення за нерегульованими тарифами	НКРЕКП, обласні, Київська міська держадміністрації
16	Виробництво теплової енергії, транспортування теплової енергії магістральними та місцевими тепломережами і постачання теплової енергії, крім виробництва, транспортування та постачання теплової енергії за нерегульованими тарифами	
17	Охоронна діяльність	МВС
18	Переробка побутових відходів	НКРЕКП
19	Захоронення побутових відходів	

*Перелік органів ліцензування міститься в Постанові № 609 «Про затвердження переліку органів ліцензування та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України» від 5 серпня 2015 року

Продовження додатка Б

(з 01 червня 2020 року)	2 сторінка	форма 1	
Місцезнаходження: <input type="text"/>	індекс <input type="text"/>	<input type="checkbox"/> Автономна Республіка Крим <input type="checkbox"/> область <input type="checkbox"/> м. Київ <input type="checkbox"/> м. Севастополь	
назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя) <input type="text"/>			
назва району (для населених пунктів районного підпорядкування) <input type="text"/>			
тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя) <input type="text"/>			
назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом) <input type="text"/>			
назва іменованого об'єкта (за наявності) <input type="text"/>			
тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо <input type="text"/>			
номер будинку <input type="text"/>	номер корпусу <input type="text"/>	тип приміщення <input type="text"/>	
номер приміщення <input type="text"/>			
Види економічної діяльності, у тому числі основний, який вказується першим:			
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<p><i>Прим. Якщо видів економічної діяльності більше ніж п'ять, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 2 заяви. При цьому в полі "Види економічної діяльності, у тому числі основний, який вказується першим" проставляється відповідно символ та число "N1", "N2" і т.д. В такому разі відомості про заявника та стосіб отримання випіски в паперовій формі заповнюються на останньому із аркушів сторінки 2 заяви.</i></p>			
Фізичною особою - підприємцем створено сімейне фермерське господарство <input type="checkbox"/>			
Інформація для здійснення зв'язку з фізичною особою - підприємцем:			
номер телефону та/або <input type="text"/>		допоміжно номер телефону/факсу (за бажанням) <input type="text"/>	
адреса електронної пошти <input type="text"/>			
адреса сторінки в мережі Інтернет (за бажанням) <input type="text"/>			
Відомості про заявника та спосіб отримання випіски в паперовій формі (у випадку подання заяви в паперовій формі)			
Заявником є: <input type="checkbox"/> фізична особа - підприємець (фізична особа, яка має намір стати підприємцем) <input type="checkbox"/> уповноважена особа, а саме:			
прізвище <input type="text"/>			
ім'я <input type="text"/>			
по батькові (за наявності) <input type="text"/>			
паспортні дані (серія/номер або номер) <input type="text"/>		номер телефону <input type="text"/>	
Прочу надати випіску у паперовій формі (за бажанням): <input type="checkbox"/> особисто заявнику <input type="checkbox"/> поштовим відправленням на адресу місцезнаходження			
_____			<input type="text"/>
підпис			дата

Продовження додатка Б

(з 01 червня 2020 року)	3 сторінка	форма 1
Відомості про особу, яка може вчиняти дії від імені фізичної особи - підприємця (за наявності)		
Тип дії (у разі державної реєстрації змін до відомостей про фізичну особу - підприємця):		
<input type="checkbox"/> зміна відомостей	<input type="checkbox"/> виключення	<input type="checkbox"/> виключення
Прізвище	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Ім'я	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
По батькові (за наявності)	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Дата народження	Реєстраційний номер облікової картки платника податків або <input style="width: 100%;" type="text"/> паспортні дані (серія/номер або номер) <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<input style="width: 100%;" type="text"/>		
Унікальний номер запису в ЄДР (за наявності)		
<input style="width: 100%;" type="text"/>		
Прим. Паспортні дані вказуються виключно для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта.		
Обмеження щодо представництва фізичної особи - підприємця: <input type="checkbox"/> відсутні <input type="checkbox"/> наявні:		
Прим. Якщо осіб, які можуть вчиняти дії від імені фізичної особи - підприємця, більше ніж одна, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 3 заяви. При цьому в полі "Відомості про особу, яка може вчиняти дії від імені фізичної особи - підприємця" проставляється відповідно символ та число "N1", "N2" і т.д.		
_____		<input style="width: 100%;" type="text"/>
підпис		дата

Продовження додатка Б

(з 01 червня 2020 року)	4 сторінка	форма 1																																																																													
Відомості про обрання системи оподаткування (за бажанням у разі подання заяви для державної реєстрації фізичної особи підприємцем)																																																																															
<input type="checkbox"/>	Зареєструвати платником податку на додану вартість з	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>д</td><td>д</td><td>.</td><td>м</td><td>м</td><td>.</td><td>р</td><td>р</td><td>р</td><td>р</td></tr></table>	д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																																			
д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																																						
<input type="checkbox"/>	Обираю спрощену систему оподаткування, обліку та звітності з	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>д</td><td>д</td><td>.</td><td>м</td><td>м</td><td>.</td><td>р</td><td>р</td><td>р</td><td>р</td></tr></table> або	д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																																			
д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																																						
<input type="checkbox"/>	здати державної реєстрації підприємцем																																																																														
Група платника єдиного податку: <input type="checkbox"/> перша група <input type="checkbox"/> друга група <input type="checkbox"/> третя група <input type="checkbox"/> четверта група																																																																															
Обрана ставка єдиного податку <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td></tr></table> відсотків																																																																															
Місце провадження господарської діяльності: <input type="checkbox"/> місце нахождение <input type="checkbox"/> територія України <input type="checkbox"/> інша адреса:																																																																															
<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table> індекс							<input type="checkbox"/> Автономна Республіка Крим	<input type="checkbox"/> область	<input type="checkbox"/> м. Київ	<input type="checkbox"/> м. Севастополь																																																																					
назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя) <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																																															
назва району (для населених пунктів районного підпорядкування) <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																																															
тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя) <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																																															
назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом) <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																																															
назва іменованого об'єкта (за наявності) <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																																															
тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																																															
номер будинку <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>								номер корпусу <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>								тип приміщення <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>								номер приміщення <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																							
Обрані види економічної діяльності: <input type="checkbox"/> усі, зазначені у заяві (сторінка 2) <input type="checkbox"/> деякі із зазначених у заяві (сторінка 2), а саме:																																																																															
<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>1</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>2</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>3</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>	1					2					3					<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>4</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>5</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>6</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>	4					5					6					<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>7</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>8</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>9</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>	7					8					9					<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>10</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>11</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>12</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>	10					11					12					<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>13</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>14</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>15</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>	13					14					15				
1																																																																															
2																																																																															
3																																																																															
4																																																																															
5																																																																															
6																																																																															
7																																																																															
8																																																																															
9																																																																															
10																																																																															
11																																																																															
12																																																																															
13																																																																															
14																																																																															
15																																																																															
<input type="checkbox"/> Підписанням цієї заяви, у тому числі уповноваженою особою, фізична особа - підприємець зобов'язується перебуваючи на спрощеній системі оподаткування, обліку та звітності не здійснювати види діяльності, передбачені підпунктом 291.5.1 пункту 291.5 статті 291 Податкового кодексу України.																																																																															
Відомості про заявника - уповноважену особу (у разі подання заяви з відомостями про обрання системи оподаткування уповноваженою особою):																																																																															
прізвище <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																																															
ім'я <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																																															
по батькові (за наявності) <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																																															
реєстраційний номер облікової картки платника податків або <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>									паспортні дані (серія/номер або номер) <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td>/</td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>				/																																																																		
		/																																																																													
<i>Прим. Паспортні дані вносяться виключно для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта.</i>																																																																															
_____				<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>д</td><td>д</td><td>.</td><td>м</td><td>м</td><td>.</td><td>р</td><td>р</td><td>р</td><td>р</td></tr></table>		д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																																
д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																																						
підпис				дата																																																																											

Додаток В

ЗАЯВА		форма 2
щодо державної реєстрації юридичної особи (крім громадських формувань та органів влади)		
(з 01 червня 2020 року)		
Відомості про реєстраційну дію (обирається одна із реєстраційних дій)		
<input type="checkbox"/> Державна реєстрація створення юридичної особи	<input type="checkbox"/> Включення відомостей про юридичну особу	
<input type="checkbox"/> Державна реєстрація змін до відомостей про юридичну особу	<input type="checkbox"/> Державна реєстрація припинення юридичної особи	
<i>Прим. Заява заповнюється друкованими літерами. У разі відсутності відомостей відповідні сторінки заяви не заповнюються і не подаються. Для державної реєстрації припинення юридичної особи необхідно вказати ідентифікаційний код такої особи, стан відомостей про кінцевого бенефіціарного власника (у разі реорганізації) та заповнити відомості на сторінці 10 заяви. Усі інші поля заяви не заповнюються.</i>		
Відомості про зміни (у разі державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу)		
<input type="checkbox"/> Зміна найменування	<input type="checkbox"/> Зміна розміру статутного (складеного) капіталу (пайового фонду)	
<input type="checkbox"/> Зміна місцезнаходження	<input type="checkbox"/> Зміна установчих документів	
<input type="checkbox"/> Зміна органів управління	<input type="checkbox"/> Зміна керівника або відомостей про керівника	
<input type="checkbox"/> Зміна засновників (учасників) або відомостей про таких осіб	<input type="checkbox"/> Зміна видів економічної діяльності	
<input type="checkbox"/> Зміна інформації для здійснення зв'язку	<input type="checkbox"/> Внесення відомостей про правонаступника (у разі виділу)	
<input type="checkbox"/> Зміна особи, яка може вчиняти дії від імені юридичної особи, або відомостей про таку особу		
<input type="checkbox"/> Перехід на діяльність на підставі модельного статуту		
<input type="checkbox"/> Перехід з модельного статуту на діяльність на підставі власного установчого документа		
<input type="checkbox"/> Внесення відомостей про юридичну особу, правонаступником якої є юридична особа (у разі приєднання)		
<input type="checkbox"/> Зміна державного органу, до сфери управління якого належить юридична особа публічного права		
Стан відомостей про кінцевого бенефіціарного власника: <input type="checkbox"/> в актуальному стані <input type="checkbox"/> потребують оновлення (сторінки 2 або 3)		
Прощу зареєструвати зміни до відомостей про юридичну особу протягом: <input type="checkbox"/> 24-х годин <input type="checkbox"/> 6-и годин <input type="checkbox"/> 2-х годин		
<i>Прим. Стан відомостей про кінцевого бенефіціарного власника для юридичних осіб, визначених законом, заповнюється завжди незалежно від обраних змін, а також у разі реорганізації таких юридичних осіб. Відомості про ідентифікаційний код юридичної особи заповнюються незалежно від обраних змін. Для відображення змін необхідно заповнити поля заяви щодо відомостей про зміни, з урахуванням таких змін. Для вкочення або виключення виду економічної діяльності вказується відповідний код та знак "+" або "-". Для зміни основного виду економічної діяльності заповнюється перший рядок.</i>		
Відомості про реєстрацію до 1 липня 2004 року (у разі включення відомостей про юридичну особу)		
Дата реєстрації	д д . м м . р р р р	
Найменування органу реєстрації		
Відомості про юридичну особу		
Найменування:		
організаційно-правова форма		
назва		
Ідентифікаційний код (крім випадку державної реєстрації створення юридичної особи)		
_____		д д . м м . р р р р
підпис		дата

Продовження додатка В

(з 01 червня 2020 року)	2 сторінка	форма 2
Відомості про кінцевого бенефіціарного власника юридичної особи		
Тип дії (у разі обрання графи "потребують оновлення" на сторінці 1 заяви):		
<input type="checkbox"/> зміна відомостей	<input type="checkbox"/> включення	<input type="checkbox"/> виключення
Кінцевий бенефіціарний власник юридичної особи:		
<input type="checkbox"/> наявний	<input type="checkbox"/> відсутній з причини:	
Прізвище		
Ім'я		
По батькові (за наявності)		
Дата народження	Реєстраційний номер облікової картки платника податків (за наявності)	
д д . м м . р р р р		
Унікальний номер запису в ЄДР (за наявності)	Паспортні дані (серія/номер або номер)	
Країна громадянства		
Місце проживання: країна		
<input type="checkbox"/> індекс	<input type="checkbox"/> Автономна Республіка Крим	<input type="checkbox"/> область <input type="checkbox"/> м. Київ <input type="checkbox"/> м. Севастополь
назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя)		
назва району (для населених пунктів районного підпорядкування)		
тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя)		
назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом)		
назва іменованого об'єкта (за наявності)		
тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо		
номер будинку	номер корпусу	тип приміщення
		номер приміщення
<i>Прим. Місце проживання в іноземній країні зазначається з урахуванням особливостей призової адреси в такій країні.</i>		
Відсоток частки статутного капіталу в юридичній особі або відсоток права голосу в юридичній особі		
Тип бенефіціарного володіння:		
<input type="checkbox"/> прямий вирішальний вплив	<input type="checkbox"/> непрямий вирішальний вплив	
<i>Прим. Відомості про кінцевого бенефіціарного власника заповнюються у разі державної реєстрації створення юридичної особи, визначеної законом, а також у разі обрання графи "потребують оновлення" на сторінці 1 заяви. Якщо осіб, які є кінцевими бенефіціарними власниками, більше ніж одна, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 2 заяви. При цьому в полі "Відомості про кінцевого бенефіціарного власника юридичної особи" проставляється відповідно символ та число "N1", "N2" і т. д.</i>		
_____		д д . м м . р р р р
підпис		дата

Продовження додатка В

(з 01 червня 2020 року)	3 сторінка	форма 2
Відомості про кінцевого бенефіціарного власника засновника юридичної особи		
Тип дії (у разі обрання графи "потребують оновлення" на сторінці 1 заяви):		
<input type="checkbox"/> зміна відомостей	<input type="checkbox"/> виключення	<input type="checkbox"/> виключення
Найменування засновника		
Ідентифікаційний код засновника (для резидента)		
Кінцевий бенефіціарний власник засновника юридичної особи:		
<input type="checkbox"/> наявний	<input type="checkbox"/> відсутній з причини	
Прізвище		
Ім'я		
По батькові (за наявності)		
Дата народження	Реєстраційний номер облікової картки платника податків (за наявності)	
д д . м м . р р р р		
Унікальний номер запису в ЄДРП (за наявності)	Паспортні дані (серія/номер або номер)	
Країна громадянства		
Місце проживання: країна		
	<input type="checkbox"/> індекс	<input type="checkbox"/> Автономна Республіка Крим <input type="checkbox"/> область <input type="checkbox"/> м. Київ <input type="checkbox"/> м. Севастополь
назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя) border: 1px solid black;">		
назва району (для населених пунктів районного підпорядкування)		
тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя)		
назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом)		
назва іменованого об'єкта (за наявності)		
тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо		
номер будинку	номер корпусу	тип приміщення
		номер приміщення
<i>Прим. Місце проживання в іноземній країні зазначається з урахуванням особливостей привласнення адрес в такій країні.</i>		
Відсоток частки статутного капіталу в юридичній особі або відсоток права голосу в юридичній особі		
Тип бенефіціарного володіння: <input type="checkbox"/> прямий вирішальний вплив <input type="checkbox"/> непрямий вирішальний вплив		
<i>Прим. Відомості про кінцевого бенефіціарного власника заповнюються у разі державної реєстрації створення юридичної особи, встановленої законом, а також у разі обрання графи "потребують оновлення" на сторінці 1 заяви. Якщо осіб, які є кінцевими бенефіціарними власниками, більше ніж одна, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 3 заяви. При цьому в тій "Відомості про кінцевого бенефіціарного власника засновника юридичної особи" проставляється відповідно символ та число "N1", "N2" і т. д.</i>		
_____		д д . м м . р р р р
підпис		дата

Продовження додатка В

(з 01 червня 2020 року)	4 сторінка	форма 2																																																													
Скорочене найменування (за наявності)																																																															
Найменування англійською мовою (за наявності)																																																															
Скорочене найменування англійською мовою (за наявності)																																																															
Місцезнаходження: <input style="width: 100px;" type="text"/> індекс <input style="width: 50px;" type="text"/> Автономна Республіка Крим <input type="checkbox"/> область <input type="checkbox"/> м. Київ <input type="checkbox"/> м. Севастополь																																																															
назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя) <input style="width: 300px;" type="text"/>																																																															
назва району (для населених пунктів районного підпорядкування) <input style="width: 300px;" type="text"/>																																																															
тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя) <input style="width: 300px;" type="text"/>																																																															
назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом) <input style="width: 300px;" type="text"/>																																																															
назва іменованого об'єкта (за наявності) <input style="width: 300px;" type="text"/>																																																															
тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо <input style="width: 300px;" type="text"/>																																																															
номер будинку <input style="width: 50px;" type="text"/> номер корпусу <input style="width: 50px;" type="text"/> тип приміщення <input style="width: 100px;" type="text"/> номер приміщення <input style="width: 50px;" type="text"/>																																																															
Види економічної діяльності, у тому числі основний, який вказується першим:																																																															
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>1</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td>.</td><td></td></tr> </table>	1	.		2	.		3	.		4	.		5	.		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>6</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>7</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>8</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>9</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>10</td><td>.</td><td></td></tr> </table>	6	.		7	.		8	.		9	.		10	.		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>11</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>12</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>13</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>14</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>15</td><td>.</td><td></td></tr> </table>	11	.		12	.		13	.		14	.		15	.		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>16</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>17</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>18</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>19</td><td>.</td><td></td></tr> <tr><td>20</td><td>.</td><td></td></tr> </table>	16	.		17	.		18	.		19	.		20	.	
1	.																																																														
2	.																																																														
3	.																																																														
4	.																																																														
5	.																																																														
6	.																																																														
7	.																																																														
8	.																																																														
9	.																																																														
10	.																																																														
11	.																																																														
12	.																																																														
13	.																																																														
14	.																																																														
15	.																																																														
16	.																																																														
17	.																																																														
18	.																																																														
19	.																																																														
20	.																																																														
Прим. Якщо видів економічної діяльності більше ніж п'ять, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 4 заповн. При цьому в полі "Види економічної діяльності, у тому числі основний, який вказується першим" проставляється відповідно символ та число "N1", "N2" і т.д.																																																															
Вид установчого документа: <input type="checkbox"/> модельний статут <input type="checkbox"/> інший: <input style="width: 100px;" type="text"/>																																																															
Редакція модельного статуту: <input type="checkbox"/> за замовчуванням <input type="checkbox"/> обрана засновниками (учасниками) (цифровий код модельного статуту): <input style="width: 50px;" type="text"/>																																																															
Розмір статутного (складеного) капіталу (пайового фонду) <input style="width: 200px;" type="text"/> грн.																																																															
Назви органів управління <input style="width: 300px;" type="text"/>																																																															
_____		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10px;">д</td> <td style="width: 10px;">д</td> <td style="width: 10px;">.</td> <td style="width: 10px;">м</td> <td style="width: 10px;">м</td> <td style="width: 10px;">.</td> <td style="width: 10px;">р</td> <td style="width: 10px;">р</td> <td style="width: 10px;">р</td> <td style="width: 10px;">р</td> </tr> </table>	д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																			
д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																						
підпис		дата																																																													

Продовження додатка В

(з 01 червня 2020 року)	5 сторінка	форма 2	
Засновник/учасник:			
тип дії (у разі державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу):			
<input type="checkbox"/> зміна відомостей	<input type="checkbox"/> включення	<input type="checkbox"/> виключення	
прізвище	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
ім'я	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
по батькові (за наявності)	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
дата народження	реєстраційний номер облікової картки платника податків (за наявності)		
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
унікальний номер запису в ЄДПР (за наявності)	паспортні дані (серія/номер або номер)		
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
країна громадянства	<input style="width: 100%;" type="text"/>		
або найменування юридичної особи			
<input style="width: 100%; height: 40px;" type="text"/>			
ідентифікаційний код юридичної особи (за наявності)			
<input style="width: 100%;" type="text"/>			
місце проживання (місцезнаходження): країна			
<input style="width: 100%;" type="text"/>			
<input style="width: 100%;" type="text"/>	індекс	<input type="checkbox"/> Автономна Республіка Крим <input type="checkbox"/> область <input type="checkbox"/> м. Київ <input type="checkbox"/> м. Севастополь	
назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя)			
<input style="width: 100%;" type="text"/>			
назва району (для населених пунктів районного підпорядкування)			
<input style="width: 100%;" type="text"/>			
тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя)			
<input style="width: 100%;" type="text"/>			
назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом)			
<input style="width: 100%;" type="text"/>			
назва іменованого об'єкта (за наявності)			
<input style="width: 100%;" type="text"/>			
тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо			
<input style="width: 100%;" type="text"/>			
номер будинку	номер корпусу	тип приміщення	номер приміщення
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>
<i>Прим. Місце проживання (місцезнаходження) в іноземній країні означається з урахуванням особливостей привоєння адрес в такій країні.</i>			
номер телефону та/або адреса електронної пошти засновника/учасника (за бажанням)			
<input style="width: 100%;" type="text"/>			
розмір частки в статутному (складеному) капіталі (пайовому фонді)			
<input style="width: 100%;" type="text"/> грн.			
<i>Прим. Якщо осіб, які є засновниками/учасниками, більше ніж одна, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 5 заяви. При цьому в полі "Засновник/учасник" проставляється відповідно символ та число "N1", "N2" і т.д.</i>			
_____			<input style="width: 100%;" type="text"/>
підпис			дата

Продовження додатка В

(з 01 червня 2020 року)	6 сторінка	форма 2																				
Керівник: тип дії (у разі державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу): <input type="checkbox"/> зміна керівника <input type="checkbox"/> зміна відомостей про керівника																						
прізвище	<input style="width: 100%;" type="text"/>																					
ім'я	<input style="width: 100%;" type="text"/>																					
по батькові (за наявності)	<input style="width: 100%;" type="text"/>																					
дата народження	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">д</td><td style="width: 10%;">д</td><td style="width: 10%;">.</td><td style="width: 10%;">м</td><td style="width: 10%;">м</td><td style="width: 10%;">.</td><td style="width: 10%;">р</td><td style="width: 10%;">р</td><td style="width: 10%;">р</td><td style="width: 10%;">р</td> </tr> </table>		д	д	.	м	м	.	р	р	р	р										
д	д	.	м	м	.	р	р	р	р													
унікальний номер запису в ЄДР (за наявності)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td> </tr> </table>																					
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td> </tr> </table>																					
Прим. Паспортні дані вказуються виключно для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта																						
номер телефону та/або адреса електронної пошти керівника (за бажанням)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">+</td><td style="width: 10%;">3</td><td style="width: 10%;">8</td><td style="width: 10%;">0</td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td> </tr> </table>		+	3	8	0																
+	3	8	0																			
<input style="width: 100%;" type="text"/>																						
обмеження щодо представництва юридичної особи: <input type="checkbox"/> відсутні <input type="checkbox"/> наявні:																						
<input style="width: 100%; height: 40px;" type="text"/>																						
Найменування державного органу, до сфери управління якого належить юридична особа публічного права (за наявності):																						
<input style="width: 100%; height: 40px;" type="text"/>																						
ідентифікаційний код	<input style="width: 100%;" type="text"/>																					
Інформація для здійснення зв'язку з юридичною особою:																						
номер телефону та/або	допоміжно номер телефону/факсу (за бажанням)																					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"><tr><td style="width: 10%;">+</td><td style="width: 10%;">3</td><td style="width: 10%;">8</td><td style="width: 10%;">0</td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td></tr></table>	+	3	8	0							<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"><tr><td style="width: 10%;">+</td><td style="width: 10%;">3</td><td style="width: 10%;">8</td><td style="width: 10%;">0</td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td></tr></table>		+	3	8	0						
+	3	8	0																			
+	3	8	0																			
адреса електронної пошти																						
<input style="width: 100%;" type="text"/>																						
адреса сторінки в мережі Інтернет (за бажанням)																						
<input style="width: 100%;" type="text"/>																						
Відомості про заявника та спосіб отримання виписки в паперовій формі (у випадку подання заяви в паперовій формі)																						
Прізвище	<input style="width: 100%;" type="text"/>																					
Ім'я	<input style="width: 100%;" type="text"/>																					
По батькові (за наявності)	<input style="width: 100%;" type="text"/>																					
Паспортні дані (серія/номер або номер)	Номер телефону																					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"><tr><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;">/</td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td></tr></table>			/								<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"><tr><td style="width: 10%;">+</td><td style="width: 10%;">3</td><td style="width: 10%;">8</td><td style="width: 10%;">0</td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td><td style="width: 10%;"></td></tr></table>		+	3	8	0						
		/																				
+	3	8	0																			
Прошу надати виписку у паперовій формі (за бажанням) <input type="checkbox"/> особисто заявнику <input type="checkbox"/> поштою відправленням на адресу місцезнаходження																						

		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;">д</td><td style="width: 10%;">д</td><td style="width: 10%;">.</td><td style="width: 10%;">м</td><td style="width: 10%;">м</td><td style="width: 10%;">.</td><td style="width: 10%;">р</td><td style="width: 10%;">р</td><td style="width: 10%;">р</td><td style="width: 10%;">р</td> </tr> </table> дата	д	д	.	м	м	.	р	р	р	р										
д	д	.	м	м	.	р	р	р	р													

Продовження додатка В

(з 01 червня 2020 року)	7 сторінка	форма 2
Відомості про особу, яка може вчиняти дії від імені юридичної особи (за наявності)		
Тип дії (у разі державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу):		
<input type="checkbox"/> зміна відомостей	<input type="checkbox"/> включення	<input type="checkbox"/> виключення
Прізвище	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Ім'я	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
По батькові (за наявності)	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Дата народження	Реєстраційний номер облікової картки платника податків або <input style="width: 100%;" type="text"/> паспортні дані (серія/номер або номер) <input style="width: 100%;" type="text"/> / <input style="width: 100%;" type="text"/>	
<input style="width: 100%;" type="text"/>		
Унікальний номер запису в ЄДДР (за наявності)		
<input style="width: 100%;" type="text"/>		
Прим. Паспортні дані вказуються виключно для фізичних осіб, які мають відлітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта.		
Обмеження щодо представництва юридичної особи: <input type="checkbox"/> відсутні <input type="checkbox"/> наявні:		
<input style="width: 100%; height: 50px;" type="text"/>		
Прим. Якщо осіб, які можуть вчиняти дії від імені юридичної особи, більше ніж одна, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 7 заяви. При цьому в полі "Відомості про особу, яка може вчиняти дії від імені юридичної особи" проставляється відповідно символ та число "N1", "N2" і т. д.		
Відомості про правонаступництво (за наявності)		
Відомості про юридичних осіб, правонаступником яких є юридична особа (у разі державної реєстрації створення юридичної особи):		
спосіб утворення	<input type="checkbox"/> злиття	<input type="checkbox"/> виділ <input type="checkbox"/> поділ <input type="checkbox"/> перетворення
ідентифікаційний код попередньої юридичної особи	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
ідентифікаційний код попередньої юридичної особи	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
ідентифікаційний код попередньої юридичної особи	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Відомості про незакриті відокремлені підрозділи юридичної особи в частині належності до юридичної особи - правонаступника:		
ідентифікаційний код відокремленого підрозділу попередньої юридичної особи	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
найменування відокремленого підрозділу:	<input type="checkbox"/> не змінюється	<input type="checkbox"/> змінюється:
<input style="width: 100%; height: 50px;" type="text"/>		
Відомості про юридичну особу - правонаступника (у разі державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу у зв'язку з виділом):		
ідентифікаційний код правонаступника	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Відомості про юридичну особу, правонаступником якої є юридична особа (у разі державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу у зв'язку з приєднанням):		
ідентифікаційний код попередньої юридичної особи	<input style="width: 100%;" type="text"/>	
Прим. Якщо попередніх юридичних осіб або незакритих відокремлених підрозділів більше ніж п'ять у заяві, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 7 заяви. При цьому в полі "Відомості про правонаступництво" проставляється відповідно символ та число "N1", "N2" і т. д.		
_____		<input style="width: 100%;" type="text"/>
підпис		дата

Продовження додатка В

(з 01 червня 2020 року)	8 сторінка	форма 2																																																														
Відомості про обрання системи оподаткування (за бажанням у разі подання заяви для державної реєстрації створення юридичної особи)																																																																
<input type="checkbox"/>	Зареєструвати платником податку на додану вартість з	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>д</td><td>д</td><td>.</td><td>м</td><td>м</td><td>.</td><td>р</td><td>р</td><td>р</td><td>р</td></tr></table>	д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																				
д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																							
<input type="checkbox"/>	Обираю спрощену систему оподаткування, обліку та звітності з	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>д</td><td>д</td><td>.</td><td>м</td><td>м</td><td>.</td><td>р</td><td>р</td><td>р</td><td>р</td></tr></table> або	д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																				
д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																							
<input type="checkbox"/>	з дати державної реєстрації створення юридичної особи																																																															
Група платника єдиного податку:		<input type="checkbox"/> третя група <input type="checkbox"/> четверта група																																																														
Обрана ставка єдиного податку		<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td></tr></table> відсотків																																																														
Місце провадження господарської діяльності:		<input type="checkbox"/> місце знаходження <input type="checkbox"/> територія України <input type="checkbox"/> інша адреса:																																																														
<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table> індекс					<input type="checkbox"/> Автономна Республіка Крим	<input type="checkbox"/> область <input type="checkbox"/> м. Київ <input type="checkbox"/> м. Севастополь																																																										
назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя)		<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																														
назва району (для населених пунктів районного підпорядкування)		<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																														
тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя)		<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																														
назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом)		<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																														
назва іменованого об'єкта (за наявності)		<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																														
тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо		<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																														
номер будинку	номер корпусу	тип приміщення	номер приміщення																																																													
<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>					<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>					<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>									<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																													
Обрані види економічної діяльності:		<input type="checkbox"/> усі, зазначені у заяві (сторінка 4) <input type="checkbox"/> деякі із зазначених у заяві (сторінка 4), а саме:																																																														
<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>1</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>2</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>3</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>	1				2				3				<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>4</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>5</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>6</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>	4				5				6				<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>7</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>8</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>9</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>	7				8				9				<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>10</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>11</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>12</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>	10				11				12				<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>13</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>14</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr><tr><td>15</td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>	13				14				15			
1																																																																
2																																																																
3																																																																
4																																																																
5																																																																
6																																																																
7																																																																
8																																																																
9																																																																
10																																																																
11																																																																
12																																																																
13																																																																
14																																																																
15																																																																
<input type="checkbox"/>	Підписанням цієї заяви, у тому числі уповноваженою особою, юридична особа зобов'язується перебуваючи на спрощеній системі оподаткування, обліку та звітності не здійснювати види діяльності, передбачені підпунктом 291.5.1 пункту 291.5 статті 291 Податкового кодексу України.																																																															
Відомості про заявника - уповноважену особу (у разі подання заяви з відомостями про обрання системи оподаткування уповноваженою особою):																																																																
прізвище	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																															
ім'я	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																															
по батькові (за наявності)	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																															
реєстраційний номер облікової картки платника податків або	паспортні дані (серія/номер або номер)																																																															
<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>											<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>																																																					
<i>Прим. Паспортні дані вказуються виключно для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта.</i>																																																																
_____		<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>д</td><td>д</td><td>.</td><td>м</td><td>м</td><td>.</td><td>р</td><td>р</td><td>р</td><td>р</td></tr></table>	д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																				
д	д	.	м	м	.	р	р	р	р																																																							
підпис		дата																																																														

Додаток Г

Зразок заяви про реєстрацію знака для товарів і послуг в Україні

Заява про реєстрацію знака для товарів і послуг в Україні	До Держпатенту України 01133, Київ, бул. Л.Українки, буд. 26	
Науково-дослідний центр патентної експертизи (НДЦПЕ)		
<p>Подаючи заявку і вказані нижче документи, прошу зареєструвати зазначене в заявці позначення як знак для товарів і послуг на ім'я заявника</p>		
Заявник _____		
(зазначається повне ім'я або найменування заявника, його повна поштова адреса та код країни. Для України - код UA).		
<p>Прошу встановити пріоритет даного знака за датою:</p> <ul style="list-style-type: none">- подання заявки до Держпатенту;- 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: Зазначення кольору знака: Перелік товарів і послуг, для яких просять охорону знака: Додаткові відомості:</p>		
Підпис заявника	Прізвище, ініціали	Дата підпису

Додаток Д

Таблиця Д.1 – Складові витрат підприємця

№ вар.	Г, тис. грн (за січень)				
	Г _{o1}	Г _{o2}	Г _н	Г _{с-м}	Г _i
1	52	190	6	20	11
2	57	200	7	22	10
3	50	210	8	24	9
4	56	220	9	26	8
5	55	230	10	28	7
6	49	240	11	30	6
7	47	250	12	32	5
8	40	260	13	34	4
9	41	270	14	20	3
10	43	280	6	22	4
11	39	290	7	24	5
12	60	300	8	26	6
13	55	310	9	28	7
14	51	320	10	36	8
15	53	330	11	38	9

Таблиця Д.2 – Коефіцієнти зміни витрат по місяцях

№ вар.	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.
1-5	Г _{o1}	1	0,9	0,9	0,9	0,8	1	1	1	1	1	1	1
	Г _{o2}	1	0	0	1,2	1,3	1,4	0	0	0	0	0	0
	Г _н	1	1	1,2	1,3	1,1	1,1	1,2	1,2	1	1	1	1
	Г _{с-м}	1	0	1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,4	1,5	1,6
	Г _i	1	1	1	0,5	0,5	0,4	0,3	0,2	0,2	0	0	0
6-10	Г _{o1}	1	1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3
	Г _{o2}	1	3	1	1,3	1,3	0	0	0	0	0	0	0
	Г _н	1	0,7	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	0,7	0,7	0,7	0,7
	Г _{с-м}	1	1	0	1,3	1,1	1,1	1,3	0,9	0,9	0,9	0,7	0,7
	Г _i	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
11-15	Г _{o1}	1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
	Г _{o2}	1	3	1	1,3	0	0	0	0	0	0	0	0
	Г _н	1	0,8	0,8	0,8	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
	Г _{с-м}	1	1	0	1,1	1,1	1,5	1,5	0,9	1,2	1,1	1,2	1,2
	Г _i	1	2	2	1	1	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4

Таблиця Д.3 – Обсяги прибутку та власного капіталу підприємця

№ вар.	Р, грн	N, тис. шт. (по місяцях)									ВК, тис. грн
		4-й	5-й	6-й	7-й	8-й	9-й	10-й	11-й	12-й	
1	60	0,2	1,0	1,15	1,25	1,25	1,35	4,0	5,0	6,0	700
2	61	0,2	0,3	0,6	0,6	0,7	0,8	1,0	2,5	3,0	1000
3	62	0	0,3	0,6	0,9	1,3	1,6	1,6	2,6	2,8	1100
4	63	0,1	0,2	0,3	0,4	1,0	1,0	2,0	2,0	2,2	1200
5	64	1,0	1,1	1,1	1,2	1,3	1,3	1,5	1,8	2,0	1250
6	65	0	1,0	1,0	1,0	1,5	1,6	2,0	2,5	3,0	1300
7	66	0,1	0,3	0,6	0,7	0,8	1,0	1,2	1,4	1,8	1350
8	45	1,0	1,0	1,5	1,5	1,9	2,0	2,5	3,0	3,5	600
9	43	0,1	0,3	1,1	2,1	3,0	3,1	3,3	3,5	4,0	1500
10	46	0	0	1,1	1,4	1,6	1,8	2,2	2,8	3,6	1600
11	49	0,1	0,3	0,6	0,8	1,0	1,4	3,6	3,9	3,9	2000
12	52	0	0	1,2	1,3	1,3	1,4	4,5	4,6	4,6	1800
13	54	0,2	0,4	0,7	0,6	0,8	1,0	1,4	2,0	3,0	900
14	56	0,2	0,5	0,6	0,8	1,0	1,4	2,0	3,0	4,00	950
15	58	0,4	0,7	0,9	1,2	1,4	1,6	1,9	2,0	2,5	1400

Додаток Е

№ вар.	Орг.-прав. форма	К-ть найм. прац.	Вид діяльності	Реєстрація платника ПДВ	Річний дохід (виручка), млн грн	Фонд оплати праці прац., грн
1	ФОП	0	Ремонт годинників	Ні	0,2	0
2	ФОП	1	Виготовлення одягу	Ні	0,4	10 000
3	ФОП	2	Продаж іграшок	Ні	1,0	20 000
4	ФОП	3	Продаж взуття	Ні	1,5	30 000
5	ФОП	4	Фотоательє	Ні	2,0	40 000
6	ФОП	5	Інтернет-послуги	Ні	2,5	50 000
7	ФОП	6	Дизайн інтер'єрів	Ні	3,0	60 000
8	ФОП	7	Натяжні стелі	Ні	3,5	70 000
9	ФОП	8	Виробництво меблів	Ні	4,0	80 000
10	ПП	9	Ремонтні роботи	Ні	4,5	90 000
11	ПП	10	Виробництво кондитерських виробів	Так	5,0	100 000
12	ПП	11	Виробництво м'ясної продукції	Так	5,1	110 000
13	ТОВ	12	Виробництво метало-пластикових конструкцій	Так	5,2	120 000
14	ТОВ	13	Продуктовий магазин	Так	5,3	130 000
15	ТОВ	14	Піцерія	Так	5,4	140 000

Додаток Ж

№ варіанта	Надходження грошей за відправлену продукцію		Відвантаження продукції замовнику		Списання грошей з рахунку за отримані матеріали, видачу зарплати та інші		Оприбуткування на складі та фіксація інших витрат	
	Дата	Сума	Дата	Сума	Дата	Сума	Дата	Сума
1	23.01	190 000	22.01	190 000	24.02	30 000	01.04	30 000
	15.05	130 000	10.03	130 000	11.06	34 000	13.09	34 000
	12.07	98 000	15.06	98 000	09.08	42 000	10.08	42 000
	01.11	100 000	17.12	100 000	13.11	21 000	15.12	21 000
2	13.01	100 000	22.01	100 000	20.02	31 000	01.03	31 000
	25.05	120 000	10.03	120 000	04.06	35 000	13.06	35 000
	12.06	90 000	15.06	90 000	02.08	40 000	10.09	40 000
	01.12	140 000	17.12	140 000	13.10	20 000	16.12	20 000
3	04.03	130 000	02.02	130 000	03.03	15 000	02.03	15 000
	05.06	45 000	13.05	45 000	07.05	24 000	05.04	24 000
	06.09	94 000	31.08	94 000	24.07	32 000	22.07	32 000
	12.12	123 000	12.11	123 000	11.12	41 000	09.12	41 000
4	01.01	135 000	01.02	135 000	12.02	25 000	14.02	25 000
	06.06	100 000	06.07	100 000	16.06	21 000	17.06	21 000
	03.09	142 000	15.08	142 000	18.09	54 000	19.10	54 000
	10.12	200 000	25.12	200 000	12.11	35 000	14.12	35 000
5	02.01	250 000	04.02	250 000	04.03	33 000	02.02	33 000
	23.05	300 000	22.04	300 000	23.08	27 000	12.09	27 000
	12.08	120 000	12.10	120 000	24.09	24 000	22.10	24 000
	12.11	96 000	21.12	96 000	01.12	12 000	02.12	12 000
6	22.02	220 000	24.04	220 000	11.02	21 000	13.03	21 000
	31.06	140 000	31.08	140 000	14.05	10 000	15.08	10 000
	10.09	210 000	12.11	210 000	16.08	9 000	18.10	9 000
	12.10	130 000	31.12	130 000	19.12	13 500	12.10	13 500
7	13.01	180 000	12.01	180 000	24.02	20 000	01.05	20 000
	15.05	130 000	14.03	130 000	12.06	24 000	13.09	24 000
	12.08	99 000	15.06	99 000	09.09	22 000	10.08	22 000
	01.11	105 000	17.12	105 000	13.11	21 000	15.11	21 000
8	13.02	100 500	22.01	100 500	23.02	30 000	11.03	30 000
	25.04	120 500	10.03	120 500	07.06	25 000	03.06	25 000
	12.05	90 500	15.07	90 500	03.08	30 000	15.09	30 000
	01.11	140 500	17.12	140 500	13.11	20 000	15.12	20 000
9	14.03	190 000	12.02	190 000	03.04	18 000	02.04	18 000
	15.06	55 000	03.05	55 000	07.07	25 000	05.05	25 000
	16.09	99 000	01.08	99 000	24.08	30 000	22.07	30 000
	22.12	125 000	22.11	125 000	11.12	11 000	19.12	11 000
10	11.01	115 000	01.03	115 000	13.02	15 000	01.02	15 000
	16.06	150 000	06.07	150 000	17.06	31 000	01.06	31 000
	13.09	112 000	16.08	112 000	19.09	51 000	09.10	51 000
	20.12	220 000	22.12	220 000	13.11	35 000	14.12	35 000

Продовження додатка Ж

№ варіанта	Находження грошей за відправлену продукцію		Відвантаження продукції замовнику		Списання грошей з рахунку за отримані матеріали, видачу зарплати та інші		Оприбуткування на складі та фіксація інших витрат	
	Дата	Сума	Дата	Сума	Дата	Сума	Дата	Сума
11	02.01	280 000	04.02	280 000	14.03	53 000	12.02	53 000
	23.05	310 000	22.04	310 000	03.08	57 000	22.08	57 000
	12.08	160 000	12.10	160 000	04.09	54 000	22.10	54 000
	12.11	196 000	21.12	196 000	11.12	52 000	01.12	52 000
12	22.02	120 000	24.04	120 000	01.02	20 000	12.03	20 000
	31.06	130 000	31.08	130 000	04.05	13 000	14.08	13 000
	10.09	200 000	12.11	200 000	06.08	19 000	16.10	19 000
	12.10	110 000	31.12	110 000	09.12	23 500	13.10	23 500
13	03.01	195 000	23.01*	195 000	25.02	30 500	11.04	30 500
	25.05	135 000	11.03	135 000	12.06	34 500	23.09	34 500
	22.07	95 000	14.06	95 000	19.08	42 500	20.08	42 500
	21.11	105 000	18.12	105 000	23.11	21 500	25.12	21 500
14	13.02	105 000	22.02	105 000	20.01	31 500	01.04	31 500
	25.06	125 000	10.04	125 000	04.05	35 500	13.05	35 500
	12.07	95 000	15.07	95 000	02.07	40 500	10.08	40 500
	01.11	145 000	17.12	145 000	13.10	20 500	16.11	20 500
15	24.03	132 000	22.02	132 000	13.03	15 800	12.03	15 800
	25.06	45 000	23.05	45 000	17.05	24 800	15.04	24 800
	26.09	96 000	21.08	96 000	14.07	32 800	12.07	32 800
	12.12	121 000	12.11	121 000	21.12	41 800	19.12	41 800

Додаток И

№ варіанта	Товари	Собівартість одного виробу, грн	Плановий прибуток, грн	Ставка акцизного збору, α , в відносних одиницях	Кількість виробів, шт.
1	А	1000	290	0,25	1200
	Б	600	230	0,30	3200
	В	12000	300	0,35	3400
2	А	6000	500	0,20	3600
	Б	10000	2000	0,10	4300
	В	1200	320	0,50	5000
3	А	5000	1000	0,15	10000
	Б	6000	1200	0,10	12000
	В	7000	1300	0,40	13000
4	А	400	100	0,30	34000
	Б	500	90	0,40	43000
	В	600	80	0,20	50000
5	А	50	5	0,40	30000
	Б	70	7	0,30	20000
	В	100	9	0,25	40000
6	А	400	100	0,45	20000
	Б	500	110	0,35	30000
	В	500	120	0,25	40000
7	А	1000	300	0,10	4000
	Б	2000	600	0,5	6000
	В	3000	700	0,15	8000
8	А	540	100	0,50	10000
	Б	660	98	0,40	20000
	В	870	87	0,30	30000
9	А	3000	1000	0,10	2000
	Б	4000	1300	0,20	4000
	В	5000	1500	0,15	6000
10	А	10000	2900	0,25	200
	Б	6000	2300	0,30	200
	В	12000	3000	0,35	400
11	А	40000	15000	0,20	360
	Б	20000	12000	0,15	430
	В	2200	320	0,50	500
12	А	15000	2000	0,15	10000
	Б	16000	2200	0,10	12000
	В	17000	2300	0,40	13000
13	А	2400	1000	0,30	34000
	Б	2500	900	0,40	43000
	В	2600	800	0,20	20000
14	А	50	5	0,40	30000
	Б	70	7	0,30	20000
	В	100	9	0,25	40000
15	А	100	20	0,25	3200
	Б	600	230	0,30	3200
	В	1200	300	0,35	9400

Додаток К

№ варіанта	Операції	Виготовлена продукція			Отримані матеріали		
		Сума у вільних цінах, грн	Дата відвантаження	Дата отримання	Сума у вільних цінах, грн	Дата списання коштів з рахунка	Дата виписки податкової накладної
1	а	200 000	02.02	05.03	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	03.02	06.03	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	01.02	04.03	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
4	а	300 000	13.02	05.03	125 000	18.01	14.01
	б	330 000	24.02	16.03	110 000	19.02	01.02
	в	150 000	14.03	12.04	23 000	11.03	01.04
5	а	300 000	01.01	04.01	110 000	05.01	07.01
	б	430 000	05.02	13.03	210 000	01.02	04.02
	в	520 000	14.04	13.03	215 000	06.03	02.03
6	а	625 000	02.01	05.01	230 000	04.01	16.01
	б	700 000	03.02	14.03	300 000	10.02	03.01
	в	830 000	15.04	14.03	320 000	05.03	11.03
7	а	1200 000	07.01	09.01	340 000	16.01	17.01
	б	1230 000	07.02	19.03	400 000	12.02	14.02
	в	150 000	12.04	16.03	24 000	07.03	02.03
8	а	1100 000	04.01	08.01	500 000	18.01	12.01
	б	1130 000	03.02	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	07.02	02.01	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	08.02	03.01	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	09.02	05.01	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	07.01	650 000	05.01	07.01
	б	2200 000	16.02	19.03	660 000	21.02	24.02
	в	2230 000	19.04	13.03	760 000	06.03	02.03
13	а	700 000	04.02	12.01	300 000	23.01	16.01
	б	830 000	02.02	13.03	230 000	20.02	24.02
	в	650 000	05.03	23.04	430 000	25.03	11.03
14	а	600 000	14.02	02.01	230 000	16.01	17.01
	б	730 000	02.02	13.03	330 000	22.02	26.02
	в	820 000	15.03	03.04	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

Додаток Л
План доходів і витрат суб'єкта підприємництва
на ____ рік (з розподілом по кварталах), грн

Показники	1-й квартал	2-й квартал	3-й квартал	4-й квартал	Всього за рік
1. Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)					
2. Собівартість реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), зокрема:					
- основні матеріали					
- допоміжні матеріали					
- заробітна плата основних робітників					
- додаткова заробітна плата робітників					
- нарахування на заробітну плату робітників (ЄСВ)					
- інші прями витрати					
3. Операційні витрати (ОВ) з них:					
- адміністративні витрати, з них:					
заробітна плата управлінського персоналу					
нарахування на заробітну плату управлінського персоналу					
- комунальні послуги					
- витрати на збут, з них:					
витрати на оплату праці продавців, торгових агентів					
реклама, маркетинг					
- інші операційні витрати					
4. Операційний прибуток: [ряд. 1 - (ряд. 2 + ряд. 3)]					
5. Інші доходи (наприклад, відсотки за депозитом)					
6. Інші витрати (наприклад, відсотки за кредит)					
7. Фінансовий результат до оподаткування: (ряд. 4 + ряд. 5 - ряд. 6)					
8. Податок на прибуток					
9. Чистий фінансовий результат – (ряд. 7 - ряд. 8)					

*Навчальне електронне видання
комбінованого використання.
Можна використовувати в локальному та мережному режимах*

Ірина Володимирівна Шварц, Алла Станіславівна Краєвська,
Тетяна Миколаївна Білоконь

ПІДПРИЄМНИЦТВО

Навчальний посібник

Рукопис оформлено *А. Краєвською*

Редактор *В. Дружиніна*

Оригінал-макет виготовлено *Т. Старічек*

Підписано до видання 28.12.2022 р.
Гарнітура Times New Roman.
Зам. № P2022-104.

Видавець та виготовлювач
Вінницький національний технічний університет,
Редакційно-видавничий відділ.
ВНТУ, ГНК, к. 114.
Хмельницьке шосе, 95,
м. Вінниця, 21021.
Тел. (0432) 65-18-06.
press.vntu.edu.ua;
Email: irvc.vntu@gmail.com

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія ДК № 3516 від 01.07.2009 р.