

Як вибрати бізнес-ідею

Відповідно до ст.42 Господарського кодексу України ***Підприємництво*** - це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) ***з метою*** досягнення економічних і соціальних ***результатів та одержання прибутку***.

Кожен бізнес розпочинається з ***бізнес-ідеї***. Вибір бізнес-ідеї - це один з найважливіших етапів у створенні власної справи. Помилковий вибір бізнес-ідеї може призвести, в кращому випадку, до втрати вашого часу, а в гіршому - до втрати грошей, які ви можете вкласти у її розвиток. Отже, слід досить серйозно підійти до вибору тієї справи, якою ви плануєте займатись.

Найкраще вибирати бізнес-ідею методом мозкового штурму: спочатку просто записати усі варіанти видів бізнесу, що приходять у голову, навіть найбільш несподівані та нездійсненні, і тільки після складання великого списку приступити до оцінки їх важливості, вірогідності та вибору. Складати список краще разом з вашими майбутніми компаньйонами, у крайньому випадку, просто з друзями і знайомими. Необхідно стимулювати найбільш оригінальні пропозиції, навіть якщо незрозуміло, як на такій діяльності можна заробляти. Особливо важливо записати все те, чим Ви любите займатися або де маєте досвід діяльності.

Для ведення бізнесу перш за все необхідно:

1. Мати бажання робити бізнес, усвідомлювати мету, заради якої ним займаєтеся, а також готовність нести відповідальність за його результати;
2. Мати вміння, професіоналізм, знання; бажання постійно вчитись та підвищувати свою кваліфікацію;
3. Ніколи не зупинятись на досягнутому, не опускати руки;
4. Мати ресурси; розраховуючи лише на власні ресурси, підприємець суттєво зменшує ризики, але в той же час зменшує і можливості бізнесу.

На етапі вибору бізнес-ідеї слід дуже ретельно проаналізувати свої бажання, вміння, дії та можливості, щоб не припуститись помилки від початку. Якщо ж Ви прийняли для себе рішення, починайте діяти.

Розробка нового комерційного проекту відноситься до вміння образного мислення, що підсилює ваші можливості і визначає попит на ринку. Наведені далі кроки мають допомогти вам почати таку розробку:

- Визначте "бачення" бізнесу.
- Визначте ваші сильні сторони і чим ви б хотіли займатися.
- Прорахуйте попит на ринку.

ВИЗНАЧТЕ "БАЧЕННЯ" БІЗНЕСУ

Заплющте очі на кілька хвилин і уявіть перед собою спосіб вашого життя через п'ять років. Деталізуйте створений вами образ.

- Де ви будете жити?
- Як будете проводити свої дні?
- Якою роботою ви будете зайняті?
- Ви будете працювати один або з кимсь іще?
- Ким ви будете оточені?
- Що ви робите, коли не працюєте?

Не обмежуйте себе цими запитаннями, створіть живий образ себе, торкаючись тих речей, що найбільш важливі для вас. Усе це питання особистого характеру, які будуть впливати на бізнес, яким ви займаєтеся, чи є ви міським або сільським мешканцем, або людиною постійно подорожуючою, або яка постійно сидить за комп'ютером, людиною, що любить вирішувати справи, особисто зустрічаючись з людьми, або по телефону. Дані вподобання допоможуть вам створити основу для вибору сфери бізнесу і поставити перед собою ясні і чіткі завдання.

Найкраще робити ці справи з кимсь у парі і ділитися своїми думками з цього приводу. Якщо ви не можете робити це в парі, записуйте свої уявлювані плани, щоб вони знайшли більш конкретну форму.

ВИЗНАЧТЕ ВАШІ СИЛЬНІ СТОРОНИ І ЧИМ ВИ Б ХОТІЛИ ЗАЙМАТИСЯ

Іноді буває корисним якнайчастіше заглядати в себе, щоб зрозуміти, що вам подобається, а що не подобається, і в якій сфері діяльності ви найбільш талановиті. Одна справа виробляти успішну комерційну ідею або проект. Та інша справа виробляти її саме в тій сфері бізнесу, яка найбільше відповідає вашим навичкам і найбільш цікава вам як професіоналові. Ваш бізнес має постійно стимулювати ваш інтерес до нього, щоб ви і ваш бізнес могли довго процвітати.

Найкращим способом для досягнення такої мети є складання трьох видів списків:

Список 1: У чому ви найсильніші?

Кожна людина в чомусь сильна, а велика кількість вмінь і навичок можуть стати основою для бізнесу. Наприклад, ви можете

бути організованою людиною від природи або мати професійну вправність у справі вирішення проблем. Можливо, ви навіть настільки звикли до своїх навичок, що перестали помічати їх, і вони не зможуть спасти вас на думку негайно, тому складайте цей список поступово, спостерігаючи за собою протягом декількох тижнів, і не намагаючись спеціально помітити свої ділові здібності. Також можна запитати в людей, що вас добре знають, про їхні враження щодо ваших професійних навичок і здібностей.

Список 2: Навички, яких ви набули на протязі кількох років

Незалежно від того, чи доводилося вам працювати в традиційній діловій обстановці чи ні, ви, без сумніву, нагромадили досить професійного досвіду. Запишіть усі види робіт, за здійснення яких ви будь-коли були відповідальні; запишіть також які різні задачі ви здатні і вмієте вирішувати. Переконайтеся в тому, що ви заповнили список досить повно – у ньому має бути не менше 10 окремих пунктів.

Список 3: Те, чим ви любите займатися

Внесіть до цього списку речі, що ви любите робити. Це може виявитися не так вже і легко, як здається на перший погляд. У цьому списку має бути не менше 10 пунктів. У вільний час перегляньте свої хобі та інтереси, що спадають вам на думку в першу чергу. Якщо ви відчуваєте якісь труднощі, попросіть своїх давніх знайомих, зокрема тих, хто знає вас з дитячих років, нагадати вам про те, чим ви були зайняті, коли вони бачили вас найщасливішим.

Зберігайте ці три списки в доступному для себе місці (наприклад, на своєму робочому столі) протягом декількох тижнів, а коли гарна ідея спаде вам на думку, коротко викладіть її на папері відповідно до наявних категорій. Попросіть людей, що добре вас знають, щоб вони взяли участь в створенні цих списків або допомогли вам згадати відповідні моменти вашого життя, необхідні для заповнення цих списків.

ПРОРАХУЙТЕ ПОПИТ РИНКУ

Поки ви займалися, в більшій мірі самоаналізом, необхідним для вироблення успішної комерційної ідеї. Тепер вам необхідно зазирнути в зовнішній світ, щоб ви могли з'ясувати попит, який ви можете задовольнити вашим продуктом або послугами.

У цьому зовнішньому світі є достатньо списків «з 10 пунктів» і новинок у світі бізнесу. Можливо, вони стимулюють деякі ідеї, проте найкращі комерційні ідеї прийдуть від вас, і будуть ґрунтуватися на

тому, хто є ви, і на ринковому попиті. Таким чином, ви зайняті пошуком, а вироблення списків допомагає вам настроювати вашу "пошукову антену" і шукати подальші можливості у бізнесі.

Успіх будь-якого бізнесу залежить від трьох основних складових: **особистості підприємця, ідеї бізнесу і ресурсів**, які він має в своєму розпорядженні.

Тому, вибираючи свій бізнес, варто оцінити наступні фактори:

- **Власну особистість**

Усі Ваші сильні сторони повинні застосовуватися в обраному Вами бізнесі, а слабкі сторони не впливати на результат. Якщо у Вас гарний художній смак і Ви чудово малюєте, то Вам не варто займатися будівництвом, тому що для нього дуже важливим є організаторські здібності, краще відкрити дизайн-салон. Якщо Ви некомунікабельні, то Вам не варто займатися торгівлею, але виробництву пиломатеріалів некомунікабельність заважати не буде. Вирішіть, яка діяльність Вам до душі, тому що Вам прийдеться присвячувати саме їй більшість свого часу та зусиль.

- **Досвід та вміння**

Найкраще розвивати той вид діяльності, в якому у Вас вже є певний досвід, знання, навички. Багатьох помилок, які допускають підприємці на початковій стадії, можна уникнути. Один із способів – поспілкуватись з власниками існуючих підприємств щодо їх досвіду становлення бізнесу.

- **Загальну економічну ситуацію**

Особливості стану ринку роблять більш прибутковими і зростаючими окремі види бізнесу. Наприклад, великий попит на нові квартири і високі темпи будівництва нового житла об'єктивно розширюють ринок побутової техніки (холодильників, пральних машин і ін.) і меблів, тому що переїзд у нову квартиру звичайно супроводжується покупкою нових меблів і побутової техніки. У той же час скорочення народжуваності зменшує попит на освітні послуги для дітей і збільшує конкуренцію на цьому ринку.

- **Обраний Вами ринок**

Окрім того, що Ви, як підприємець, вмієте і можете щось робити, важливо проаналізувати, які потреби існують у потенційних споживачів і чи зможуть Ваші товари або послуги їх задовільнити; чи будуть потрібними продукти Вашої діяльності та чи зхочуть покупці їх купувати. Подумайте, що б саме хотіли придбати люди, але не можуть – тому що ніхто їм цього не пропонує. Насправді потреби потенційних споживачів не так легко виявити. Тому перед тим, як почати свою діяльність, варто проробити портрет потенційного споживача, на якого Ви розраховуєте: який його дохід,

чому він надає перевагу, які в нього мотиви для придбання послуг чи товарів, що викликає антипатію і т.п. Проведіть невелике дослідження обраного ринку для оцінки обсягів продажу, переваг покупців. Провести його можна у виді анкетування, вільних бесід або спостереження за потенційними клієнтами і конкурентами. Звичайно, найкраще починати бізнес на ринку, який хоча б перший час буде досить вільним. Краще вибирати вид бізнесу, що недавно зародився, споживачі тільки-но про нього довідалися й у даний момент можна прогнозувати великий ріст ринку. На зростаючому ринку усім місця вистає і конкуренція невисока.

- **Доступ до ресурсів**

Під ресурсами слід розуміти не лише гроші, але й наявність потрібного обладнання, приміщення, людей, які будуть працювати разом з Вами, йдучи до спільних цілей, сировини або товарів. Доступ до кращих ресурсів може бути суттєвою перевагою перед існуючими конкурентами.

Досить часто розпочинають власний бізнес, виходячи зі специфіки свого регіону. Сільськогосподарські регіони дають поштовх для розвитку фермерства, близьке розташування до кордону – до торгівлі товарами, які є на ринку сусідньої країни, але ще відсутні на регіональному. Наявність великих підприємств дає змогу створювати малий бізнес навколо них або надавати специфічні послуги цим підприємствам (ремонт і налагодження спеціального устаткування, конструкторські і технологічні послуги, виробництво дрібносерійних комплектуючих та ін.), або пропонувати додаткові сервісні послуги до продукції великосерійних виробників, робити її для покупців більш індивідуальною (встановлення додаткового устаткування, поліпшене виконання й ін.).

Серед починаючих підприємців користуються популярністю надомні форми діяльності, що є краще з економічної точки зору, адже потребують мінімальних постійних витрат (ательє вдома, макіяж і консультування по іміджу, комп'ютерні технічні послуги).

На етапі вибору бізнес-ідеї слід дуже ретельно проаналізувати свої бажання, вміння, дії та можливості, щоб не припуститись помилки від початку. Якщо ж Ви прийняли для себе рішення, починайте діяти.

ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ ВАШОГО БІЗНЕСУ.

Визначення цілей є основним завданням для успішного ведення будь-якого бізнесу, але особливо важливе для підприємців, які можуть відволіктися, не маючи чіткої і конкретної мети. Цілі визначають дії, дають вам щось на зразок орієнтира, відповідно до якого вам необхідно рухатися в бізнесі, а також можуть служити критерієм для оцінки успішності вашого бізнесу.

Підхід, який ви використовуєте у визначенні ваших цілей, підкаже вам, наскільки ви здатні досягти їх. Більшість людей погоджуються з тим, що цілі є важливими, але менше п'яти відсотків цих людей схильні записувати їх або складати плани дій для їхнього досягнення. У цьому найчастіше винний страх. Люди не бажають записувати на папері свої цілі в бізнесі (основна річ у справі визначення цілей) тому що вони бояться не домогтися їхнього втілення. Якщо у вас така ж проблема, спробуйте запам'ятати, що ціль може бути змінена в будь-який момент після того, як ви виклали її на папері. Також варто пам'ятати, що визначення цілей стає тим легшим, чим більше ви цим займаєтесь. Після того, як ви визначили цілі для вашого бізнесу і досягли їх, перевага постановки ділових цілей перед собою змусить вас надалі ставити перед собою серйозніші та важливіші завдання.

Якщо ви все-таки схильні уникати постановки ділових цілей перед собою, то наступні підказки та роз'яснення мають допомогти вам.

У вас повинні бути короткострокові та довгострокові цілі.

Можливо, ви хочете визначити свої цілі на тиждень, на квартал, на рік, або навіть на 3 або 5 років. Єдиним способом для визначення і вироблення короткострокових цілей є розгляд і вироблення ваших довгострокових цілей, чи то щодо визначеної суми грошей, яку ви хочете заробити, або визначеної кількості клієнтів, яких ви хотіли б залучити до визначеного часу. Якщо нічого подібного не спадає вам на думку відразу, зачекайте якийсь час і подумайте, яку професійну мету ви хотіли б реалізувати. Якщо ви вже визначили довгострокові цілі ви можете виробити короткострокові цілі. Якщо ваша мета полягає в тому, щоб заробити \$100000 у поточному році, ви повинні скласти список заходів необхідних для того, щоб заробити цю суму. Якщо ж ви стикнулися з певними труднощами при складанні даного списку, зверніться до ваших колег або друзів за допомогою. Коли ваш список буде складено, розбийте ці маленькі кроки на цілі.

Ваші цілі мають бути конкретними і реальними щодо термінів

"Збільшити свій збут" - гарна мета, але вона настільки невизначена, що не має універсальної одиниці виміру своєї успішності. Модифікуйте ваші цілі, зробивши їх конкретними. Всі цілі мають бути конкретними (наприклад: залучити нових клієнтів), мати чисельний показник (наприклад: залучити трьох нових клієнтів), і часові рамки (наприклад: залучити трьох нових клієнтів до листопаду).

Не настроюйте себе на невдачу

Ви маєте впевнитися, що ваші цілі досяжні. Якщо ваші цілі мають занадто високу планку в плані їхнього досягнення, то ви прирікаєте себе на поразку.

Не лінуйтеся

З іншого боку, деякі підприємці ставлять перед собою цілі, які надто легко досягти. Якщо ви схильні до цього, шукайте шляхи ставити собі складні завдання. Якщо ви зазвичай ставите собі мету на квартал залучити одного клієнта, змусьте себе запланувати залучення двох або трьох.

Ставте доречні цілі

Цілі мають допомагати вам у досягненні чогось конкретного. Остерігайтеся цілей, які мають на увазі постійну зайнятість, але не гарантують загального успіху в бізнесі. Якщо ви не впевнені в тому, що ваші цілі виправдані, то ви навряд чи будете докладати зусиль для їхнього досягнення.

Будьте терплячі і наполегливі

Якщо вам здається, що ваша система визначення і постановки цілі не спрацьовує через те, що ви не домагаєтесь багато чого з того, що запланували, не здавайтеся. Продовжуйте виробляти цілі протягом декількох місяців, і, в результаті, ви побачите, що ваше вміння чітко і вірно визначати цілі для бізнесу помітно покращиться.

Постійно переглядайте свої цілі

Перелік ваших щотижневих і короткострокових цілей має увесь час бути перед очима - на робочому столі, або прикріпленим на комп'ютерній підставці для паперів, наприклад, так щоб ви постійно пам'ятали про свій наступний крок. Щомісяця заглядайте в перелік своїх цілей на поточний рік, щоб бути впевненим, що ви знаходитеся на вірному шляху до досягнення основної мети. Якщо фокус вашої діяльності змінюється, не бійтеся змінити свої поточні цілі. Гнучкість - основний компонент у справі вірної постановки цілей для вашого бізнесу.

Як обрати організаційно-правову форму

Правові умови здійснення підприємницької діяльності, встановлені державою, вимагають державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності, підтверджуючої визнання державою законності входження суб'єкта в сферу підприємництва.

Перед тим як розпочати підприємницьку діяльність, Вам необхідно обрати статус, в якому Ви будете виступати. **Організаційно-правова форма господарювання** - форма здійснювання господарської (зокрема підприємницької) діяльності з відповідною правовою основою, яка визначає характер відносин між засновниками (учасниками), режим майнової відповідальності по зобов'язаннях підприємства (організації), порядок створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу одержаних прибутків, можливі джерела фінансування діяльності тощо.

Підприємець здійснює вибір організаційно-правової форми підприємництва самостійно. При цьому слід врахувати зміст і основні напрямки діяльності, ресурси, які можуть використовуватися, вид власності, кількість і склад осіб, які об'єднуються для ведення підприємницької діяльності.

Ви можете працювати як **фізична особа-підприємець** чи вести діяльність як **юридична особа** (має своє майно, окреме від майна інших юридичних осіб, свої рахунки в банках, самостійний баланс, печатку зі своєю назвою).

Підприємець – фізична особа

Вибір такої форми (приватний підприємець без створення юридичної особи) для здійснення підприємницької діяльності зручний з погляду організації бухгалтерського обліку і мінімізації оподаткування, але основним негативним моментом при виборі даної форми стає відповідальність за своїми зобов'язаннями усім своїм майном, на яке відповідно до закону може бути звернено стягнення. Крім цього, якщо Ви збираєтесь залучити у бізнес компаньйонів, то зробити це, будучи підприємцем, важче, адже не кожен компаньйон повірить вам на слово, що з грошей, вкладених у ваш бізнес, він матиме якийсь зиск, тому що документально це не буде підтверджено. Приватний підприємець може залучати гроші від компаньйонів лише на умовах позики, що не завжди вигідно для тих, хто вкладає гроші, або на умовах спільної діяльності, що теж не

дає можливості компаньйонам контролювати рух коштів при веденні бізнесу Вами. Документальне оформлення участі у бізнесі є гарантією того, що Ваш бізнес є спільним і кожен має право на частину прибутку в разі його отримання, а також дає право контролювати ведення самого бізнесу.

Тому при виборі форми ведення бізнесу важливо проаналізувати всі „за” та „проти” і обрати найбільш оптимальну організаційно-правову форму.

Юридичні особи (підприємства)

Інші форми здійснення підприємницької діяльності є організаціями зі статусом юридичної особи і мають більш складну організаційно-правову структуру. **Юридичною особою** є організація, створена і зареєстрована у встановленому законом порядку. Юридична особа самостійно відповідає за своїми зобов'язаннями усім належним їй майном. Але учасник (засновник) юридичної особи не відповідає за зобов'язаннями юридичної особи, а юридична особа не відповідає за зобов'язаннями її учасника (засновника), крім випадків, передбачених законом, для деяких господарських товариств.

Юридична особа, створена для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності, визнається підприємством.

Підприємство є юридичною особою, має відокремлене майно, **самостійний баланс, рахунки в установах банків, печатку із своїм найменуванням та ідентифікаційним кодом.**

Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного фонду в Україні діють **унітарні** та **корпоративні** підприємства.

Ваш вибір між унітарним та корпоративним підприємствами залежить від того, чи збираєтесь до справи залучати ресурси (майно, грошові кошти) інших учасників. Слід звернути увагу на те, що відповідно стільки ж учасників будуть приймати рішення із стратегічних питань діяльності підприємства, нести солідарну відповідальність в межах своїх вкладів та брати участь у розподілі прибутку.

І. Унітарне підприємство створюється **одним засновником**, який виділяє необхідне для того майно, формує в разі необхідності статутний фонд, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який ним призначається, керує підприємством і формує

його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує всі інші питання підприємства.

До унітарних підприємств належать зокрема *приватні підприємства з одним засновником*.

Приватне підприємство - це підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці чи з використанням найманої праці. Приватним є також підприємство, що діє на основі приватної власності суб'єкта господарювання - юридичної особи.

Перевагою приватного підприємства є можливість одноособового прийняття рішень та розподілу прибутку, відсутність необхідності у формуванні статутного фонду, найпростіша серед інших юридичних осіб процедура заснування.

Однак для кредиторів відносини з таким підприємством є досить ризикованими, оскільки законодавство не визначає вимог до розміру статутного фонду підприємства (його може взагалі не бути). Недоліком приватного підприємства є також відсутність легального механізму збереження контролю засновника над майном, яке він передав підприємству. Чи не єдиним виходом може бути призначення засновником себе самого директором з фіксацією відповідних положень в статуті підприємства.

II. Корпоративне підприємство утворюється **двома або більше засновниками** за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства.

Корпоративними є такі підприємства:

- *приватні підприємства з двома або більше засновниками;*
- *виробничі кооперативи;*
- *господарські товариства.*

Виробничий кооператив - це добровільне об'єднання громадян на засадах членства з метою спільної виробничої або іншої господарської діяльності, що базується на їх особистій трудовій участі та об'єднанні майнових пайових внесків, участі в управлінні підприємством та розподілі доходу між членами кооперативу відповідно до їх участі у його діяльності.

Виробничі кооперативи можуть здійснювати виробничу, переробну, заготівельно-збутову, постачальницьку, сервісну і будь-яку іншу підприємницьку діяльність.

До господарських товариств відносяться такі підприємства:

- акціонерне товариство;
- товариство з обмеженою відповідальністю;
- товариство з додатковою відповідальністю;
- повне товариство;
- командитне товариство.

Акціонерним товариством є товариство, статутний капітал якого поділений на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості. Акціонерне товариство самостійно відповідає за своїми зобов'язаннями усім своїм майном. Акціонери не відповідають за зобов'язаннями товариства і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах вартості акцій, що їм належать.

Товариством з обмеженою відповідальністю є засноване одним або кількома особами товариство, статутний капітал якого поділений на частки, розмір яких встановлюється статутом. Учасники товариства з обмеженою відповідальністю не відповідають за його зобов'язаннями і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах вартості своїх вкладів.

Товариством з додатковою відповідальністю є господарське товариство, статутний фонд якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів і яке несе відповідальність за своїми зобов'язаннями власним майном, а в разі його недостатності - учасники цього товариства несуть додаткову солідарну відповідальність у визначеному установчими документами однаково кратному розмірі до вкладу кожного з учасників.

Повним товариством є товариство, учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за його зобов'язаннями усім майном, що їм належить.

Особа може бути учасником тільки одного повного товариства.

Командитним товариством є товариство, в якому разом з учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном (повними учасниками), є один чи кілька учасників (вкладників), які несуть ризик збитків, пов'язаних із діяльністю товариства, у межах сум зроблених ними вкладів та не беруть участі в діяльності товариства.

III. Унітарно-корпоративні підприємства - хоча й прямо не передбачені Господарським кодексом України, оскільки є своєрідним синтезом унітарного та корпоративного підприємств, та законодавство допускає можливість заснування деяких господарських товариств одним засновником (акціонерне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю).

У господарського товариства з одним засновником є наступні переваги перед унітарним підприємством:

1) обов'язкова наявність статутного та резервного фондів, мінімальний розмір і порядок формування яких передбачений законом, гарантує інтереси кредиторів;

2) єдиний засновник (учасник), який передав товариству право власності на внесене до статутного фонду в якості вкладу майно, отримує право на свою частку в цьому фонді (100 %), а також пов'язані з цим права одноособового прийняття рішень та отримання прибутку підприємства;

3) можливість пізніше прийняти до складу учасників інших осіб без проведення необхідної в такому випадку для унітарного підприємства реорганізації.

Тож, товариство з обмеженою відповідальністю з одним учасником поєднує переваги приватного підприємства та господарського товариства.

Усі підприємства залежно від кількості працюючих та обсягу валового доходу від реалізації продукції за рік можуть бути віднесені до **малих підприємств, середніх або великих підприємств.**

Малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік не перевищує 50 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує суми, еквівалентної 500 тис. (п'ятисот тисячам) євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні.

Великими підприємствами визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний (фінансовий) рік перевищує 1000 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за рік перевищує суму, еквівалентну 5 млн. (п'яти мільйонам) євро за середньорічним курсом Національного банку України щодо гривні.

Усі інші підприємства визнаються **середніми.**

Як зареєструватись в якості суб'єкта підприємницької діяльності

Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців – це засвідчення факту створення або припинення юридичної особи, набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, а також вчинення інших реєстраційних дій, які передбачені Законом України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців", шляхом внесення відповідних записів до Єдиного державного реєстру.

РЕЄСТРАЦІЯ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ — ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ (СПДФО)

Реєстрація СПДФО в органі державної реєстрації

Державна реєстрація СПДФО проводиться державним реєстратором виключно у виконавчому комітеті міської ради міста обласного значення або у районній державній адміністрації **за місцем проживання** фізичної особи – підприємця (житловий будинок, квартира, інше приміщення, придатне для проживання в ньому (гуртожиток, готель тощо) у відповідному населеному пункті, в якому фізична особа проживає постійно, переважно або тимчасово, що знаходиться за певною адресою).

Для проведення державної реєстрації Ви повинні подати особисто чи надіслати рекомендованим листом з описом вкладення державному реєстратору за місцем проживання такі документи:

- заповнену **реєстраційну картку** на проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця (форма 10);
- **копію довідки** про включення до Державного реєстру фізичних осіб - платників податків та інших обов'язкових платежів;
- **копію квитанції**, виданої банком, що підтверджує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця.

Реєстраційний збір становить **2 н.м.д.г. (34 грн.)**.

Якщо документи для проведення державної реєстрації подаються Вами особисто, державному реєстратору пред'являється **паспорт**. Державному реєстратору забороняється вимагати

додаткові документи.

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

Після перевірки наведених у реєстраційній картці відомостей щодо відповідності поданим документам, державний реєстратор вносить до Єдиного державного реєстру запис про проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця на підставі відомостей реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця.

Дата внесення до Єдиного державного реєстру запису про проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця є датою державної реєстрації фізичної особи - підприємця.

Строк державної реєстрації фізичної особи становить **два робочих дні** з дати надходження документів для проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця.

Свідоцтво про державну реєстрацію фізичної особи - підприємця оформляється державним реєстратором і видається (надсилається рекомендованим листом) заявнику не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи - підприємця.

Державний реєстратор не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи - підприємця передає відповідним органам державної податкової служби, Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування повідомлення про проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця із зазначенням номера та дати внесення відповідного запису до Єдиного державного реєстру та відомості з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця для взяття фізичної особи - підприємця на облік.

Наступним Вашим кроком має бути звернення у вищевказані органи.

Взяття СПДФО на облік платників податків в органі державної податкової служби.

Узяття на облік фізичної особи - підприємця здійснюється за місцем проживання такої особи відповідним органом державної податкової служби на підставі відомостей з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця.

Узяття на облік фізичної особи - підприємця здійснюється органом державної податкової служби також на підставі відповідного повідомлення державного реєстратора про судові рішення щодо відміни державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця та внесення відповідного запису до Єдиного державного реєстру.

На бажання фізичної особи - підприємця, стосовно якої до органу державної податкової служби за її місцем проживання не надійшли відомості від державного реєстратора, узяття такої особи на облік може бути здійснене органом державної податкової служби, якщо така особа подає до органу державної податкової служби:

- **заяву за формою N 5-ОПП;**
- **копію свідоцтва про державну реєстрацію.**

Одночасно з поданням заяви платником податків - фізичною особою - підприємцем пред'являється оригінал такого свідоцтва.

Радимо відразу придбати **Книгу обліку доходів і витрат** (якщо Ви не обираєте способу оподаткування за фіксованим податком), оскільки її однаково необхідно оформляти, тож краще її придбати й зареєструвати під час взяття на податковий облік. Книгу необхідно прошнурувати й пронумерувати в ній усі сторінки.

Після взяття Вас на облік як платника податків орган державної податкової служби видає Вам **довідку за ф. № 4-ОПП**, яка підтверджує взяття на податковий облік. Якщо Ви маєте намір відкрити банківський рахунок або виготовити печатку, то для пред'явлення в установу банку та до органу МВС обов'язково попросіть видати Вам також копії цієї довідки.

Після взяття Вас на облік як платника податків буде сформована облікова справа. На цьому Ваші відвідини податкової інспекції не закінчилися. Вам необхідно прийняти надзвичайно важливе рішення: обрати загальну систему оподаткування, обліку та звітності чи спрощену систему оподаткування, обліку та звітності. До спрощених систем, зокрема, належать підприємницька діяльність за єдиним податком та за фіксованим податком.

Реєстрація СПДФО в органі Пенсійного фонду України

Суб'єкти підприємницької діяльності - фізичні особи, незалежно від того, використовують вони (або планують використовувати) працю найманих працівників чи ні, є платниками збору на обов'язкове державне пенсійне страхування і зобов'язані зареєструватися в органах Пенсійного фонду України.

Узяття на облік здійснюється органами Пенсійного фонду

України за місцем проживання особи на підставі відомостей з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації фізичної особи - підприємця, наданих державним реєстратором згідно із Законом України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців", не пізніше наступного робочого дня з дня отримання зазначених відомостей органами Пенсійного фонду України.

Повідомлення про взяття на облік надсилається платникам **поштою** з повідомленням про вручення наступного робочого дня з дня взяття на облік в органі Пенсійного фонду України. Його також можна отримати особисто, з'явившись у відповідне відділення Пенсійного фонду України.

У разі отримання від державного реєстратора відомостей з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації змін до відомостей про фізичну особу - підприємця, які містяться в Єдиному державному реєстрі, а саме зміни щодо імені фізичної особи, місця її проживання, ідентифікаційного номера фізичної особи - платника податків або номера та серії паспорта фізичної особи, яка через свої релігійні або інші переконання відмовилася від прийняття ідентифікаційного номера та офіційно повідомила про це відповідні органи державної влади і має відмітку у паспорті (у межах територіального обслуговування органу Пенсійного фонду України), платникам надсилається не пізніше наступного робочого дня з дня отримання зазначених відомостей нове повідомлення про взяття на облік фізичної особи - підприємця за формою згідно з додатком 2 із приміткою "Зміни".

Реєстрація СПДФО в органі Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття

Взяття на облік фізичних осіб - суб'єктів підприємницької діяльності здійснюється на підставі відомостей з реєстраційної картки, наданих державним реєстратором, не пізніше наступного робочого дня з дня отримання зазначених відомостей робочими органами виконавчої дирекції Фонду.

Після отримання відомостей з реєстраційної картки в центрах зайнятості, на які покладено функції робочих органів виконавчої дирекції Фонду, за місцезнаходженням (місцем проживання) суб'єктів підприємницької діяльності вносяться відповідні записи до журналу обліку страхувальників **з моменту набуття статусу платника** страхових внесків до Фонду.

Фізичні особи – підприємці набувають статусу **роботодавця** та **платника страхових внесків** до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття **з дня укладання трудового договору** (контракту) з найманим працівником.

Фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, узяті на облік на підставі відомостей з реєстраційної картки, у разі використання найманої праці **реєструють трудовий договір** з найманим працівником у центрі зайнятості за місцем свого проживання у тижневий строк з дня його укладання. Порядок реєстрації трудового договору між працівником і фізичною особою регулюється наказом Міністерства праці та соціальної політики України від 08.06.2001 N 260 (зі змінами та доповненнями).

Повідомлення про взяття на облік як платників страхових внесків з вказаним персональним номером надсилається платникам поштою з повідомленням про вручення наступного робочого дня з дня взяття його на облік в центрі зайнятості за встановленою формою. Повідомлення про взяття на облік як платника страхових внесків також може бути вручено особисто під підпис.

СПДФО, які використовують найману працю знімаються з обліку як платники страхових внесків до Фонду після зняття з реєстрації у центрі зайнятості **останнього трудового договору** між фізичною особою - роботодавцем та працівником.

Реєстрація СПДФО в органі Фонду соціального страхування України з тимчасової втрати працездатності

Обов'язковому взяттю на облік в якості страхувальника Фонду підлягають фізичні особи, які використовують **працю найманих працівників**.

Крім того, у разі виявлення бажання приймати участь у загальнообов'язковому державному соціальному страхуванні **на добровільних засадах** беруться на облік в якості страхувальника особи, які займаються підприємницькою, адвокатською, нотаріальною, творчою та іншою діяльністю, пов'язаною з одержанням доходу безпосередньо від цієї діяльності.

Взяття на облік фізичних осіб - підприємців здійснюється за місцем їх проживання на підставі відомостей з реєстраційної картки, наданих державним реєстратором, не пізніше наступного робочого дня з дня отримання зазначених відомостей органами Фонду.

Фізичні особи-підприємці набувають статусу страхувальника в

такі строки:

- фізичні особи - підприємці, які **використовують найману працю**, в день одержання органом Фонду в установленому порядку від органу державної служби зайнятості **повідомлення про реєстрацію трудового договору** (контракту) між фізичною особою - підприємцем та найманим працівником;

- фізичні особи - підприємці, які **не використовують найману працю**, - з дня подання заяви про бажання брати участь у загальнообов'язковому державному соціальному страхуванні з тимчасової втрати працездатності **на добровільних засадах**, яка подається особисто за встановленою формою, але не раніше взяття їх на облік в органі Фонду;

- фізичні особи - підприємці, **платники єдиного податку**, особисто, - з дня отримання від таких осіб заяви встановленої форми та копії свідоцтва про сплату єдиного податку або інформації від органів державної податкової служби чи Державного казначейства України про сплату ними єдиного податку;

Після реєстрації СПДФО присвоюється реєстраційний номер і видається **Повідомлення** про реєстрацію платника.

Реєстрація СПДФО в органі Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України

Суб'єкти підприємницької діяльності, які **використовують найману працю**, є платниками страхових внесків за найманих працівників, які відповідно є застрахованими особами від нещасного випадку на виробництві.

СПДФО, які використовують найману працю, набувають статусу страхувальників у день фактичного одержання робочим органом виконавчої дирекції Фонду в установленому порядку від органу державної служби зайнятості **повідомлення про реєстрацію трудового договору** (контракту) між фізичною особою - підприємцем і найманим працівником.

Після набуття підприємцем статусу платника страхових внесків робочі органи виконавчої дирекції Фонду надсилають йому листом **страхове свідоцтво та повідомлення** про віднесення його до класу професійного ризику виробництва, якому відповідає його основна діяльність, **розмір страхового тарифу** та розрахунок розміру страхового внеску

Самі ж громадяни - суб'єкти підприємницької діяльності не є застрахованими від нещасного випадку на

виробництві та професійних захворювань, тому в разі настання страхового випадку права на страхові виплати та інші медико-соціальні послуги Фонду вони не мають.

Фонд пропонує громадянам - суб'єктам підприємницької діяльності застрахуватися у Фонді **на добровільних засадах**.

Для цього необхідно подати до Фонду:

- заяву встановленої форми;
- завірені нотаріально або відповідальною особою робочого органу виконавчої дирекції Фонду копії свідоцтва про державну реєстрацію;

- копію довідки про присвоєння ідентифікаційного номера.

Страховий внесок сплачується у розмірі однієї мінімальної заробітної плати в розрахунку на календарний рік.

У разі настання нещасного випадку на виробництві або професійного захворювання добровільно застрахована особа одержує від Фонду страхові виплати та інші послуги.

Одержання суб'єктом підприємницької діяльності — фізичною особою дозволу на виготовлення печаток і штампів

Наявність печаток і штампів для Вас, як суб'єкта підприємницької діяльності — фізичної особи, **не є обов'язковою умовою** провадження підприємницької діяльності, крім підприємців, які зареєструвалися платниками податку на додану вартість.

Якщо ж Ви вирішили мати печатку чи штампи, то Вам потрібно вдатися до послуг спеціалізованих штемпельно-граверних майстерень, що виготовляють такі печатки та штампи. Перед тим як звернутися до цих майстерень, Вам належить попередньо отримати **дозвіл органу МВС**.

Для одержання дозволу на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів суб'єктові підприємницької діяльності — фізичній особі необхідно звернутися до міського або районного органу внутрішніх справ за місцем своєї державної реєстрації (у Дозвільну систему).

Особисто або через уповноважених осіб до органу внутрішніх справ подаються такі документи:

1) **заява**, де вказується:

а) кількість печаток та штампів, які передбачається виготовити;

б) вперше чи ні виготовляються печатки та штампи (якщо не вперше - вказується підстава для виготовлення печаток і штампів);

в) місце проживання;

г) прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані СПДФО, а також особи, яка уповноважена отримати дозвіл оформити замовлення на виготовлення печаток і штампів та подати клопотання до органу внутрішніх справ (якщо одержує дозвіл та подає документи особа, уповноважена СПДФО);

2) **копія свідоцтва про державну реєстрацію**, засвідчена нотаріально;

3) **два примірники зразків** (ескізів) печаток, штампів;

4) **копія довідки** про присвоєння ідентифікаційного номеру фізичної особи - платника податків;

5) документ, що підтверджує внесення плати за видачу дозволу на виготовлення печаток і штампів. Таким документом є платіжне доручення або квитанція про внесення коштів у розмірі трьох неоподаткованих мінімумів доходів громадян (51 грн.).

Якщо документи подає особа, уповноважена на це суб'єктом підприємницької діяльності — фізичною особою, то до органу внутрішніх справ вона подає також оформлене відповідно до вимог законодавства доручення цій особі на подання документів (клопотання).

Органам внутрішніх справ для видачі дозволу на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів забороняється вимагати від Вас інші документи.

Протягом п'яти робочих днів від дня одержання документів орган внутрішніх справ зобов'язаний видати Дозвіл на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів або письмову відмову із зазначенням причин, які обумовлюються законодавством України.

Під час отримання дозволу до органу внутрішніх справ подається оригінал свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності. На зворотному боці оригіналу свідоцтва про державну реєстрацію проставляється штамп про видачу дозволу на право виготовлення певної кількості печаток і штампів, який засвідчується підписом працівника дозвільної системи органу внутрішніх справ і скріплюється печаткою з відтиском „Дозвільна система”. Після цього оригінал свідоцтва про державну реєстрацію повертається його власнику.

Оформлені дозволи видаються суб'єктам підприємницької діяльності — фізичним особам або уповноваженим ними особам під розписку, після пред'явлення паспорту чи іншого документу, що засвідчує особу, а також доручення на особу, відповідальну за одержання дозволу (для уповноважених осіб).

СПДФО можуть мати тільки по одному примірнику основної

каучукової або металевої печатки. Натомість кількість штампів не обмежується.

На печатках і штампах повинен зазначитися **ідентифікаційний номер** суб'єкта підприємницької діяльності — фізичної особи.

Напис на печатках і штампах має відповідати назві, яка зазначена у свідоцтві про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності.

Відкриття поточного банківського рахунку СПДФО

Відповідно до вимог законодавства СПДФО не обов'язково мати банківський рахунок.

Однак якщо специфіка Вашої підприємницької діяльності вимагає наявності рахунку, то поточний рахунок для зберігання грошових коштів та здійснення всіх видів банківських операцій Вам, як СПДФО, можуть відкрити в будь-якому банку України за Вашим вибором та за згодою цього банку на умовах договору між Вами (власником рахунку) та установою банку.

Для відкриття поточного рахунку в установу банку подаються такі документи:

- **заяву** про відкриття поточного рахунку, що підписана фізичною особою - підприємцем;
- **копію свідоцтва** про державну реєстрацію фізичної особи - підприємця, засвідчену органом, що видав свідоцтво, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку;
- копію документа, що підтверджує взяття фізичної особи - підприємця на облік в органі державної податкової служби, засвідчену органом, що видав документ, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку;
- **копію документа**, що підтверджує реєстрацію фізичної особи - підприємця у відповідному органі Пенсійного фонду України, засвідчену органом, що його видав, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку;
- картку із зразками підписів. Зразки підписів засвідчуються підписом уповноваженого працівника банку або нотаріально.

Якщо СПДФО використовує **найману працю**, то ця особа під час відкриття поточного рахунку додатково має подати копію документа, що підтверджує реєстрацію у відповідному органі Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України, засвідчену органом, що його

видав, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку. В іншому разі фізична особа - підприємець обов'язково має зазначити про те, що вона не використовує найману працю, у заяві про відкриття поточного рахунку в рядку "Додаткова інформація".

Також під час відкриття поточного рахунку СПДФО повинен подати **паспорт** чи інший документ, що засвідчує особу, та **довідку** про присвоєння ідентифікаційного коду.

За присутності СПДФО, який відкриває поточний рахунок, уповноважений працівник банку робить копії сторінок паспорту (що містять останнє фото, прізвище та ім'я, інформацію про дату видачі та орган, що видав паспорт, а за наявності - інформацію про постійне місце проживання громадянина) або документа, що його замінює, та довідки про присвоєння ідентифікаційного коду.

Картка із зразками підписів може містити зразки підписів не лише власника рахунку, а й його довірених осіб. У такому разі підпис довіреної особи засвідчується уповноваженою особою банку за умови пред'явлення паспорту чи іншого документа, що його замінює.

Протягом трьох робочих днів від дня відкриття рахунку (включаючи день відкриття) не забудьте подати особисто або надіслати поштою (з повідомленням про вручення) на адресу органу державної податкової служби, у якому Вас взято на податковий облік, **повідомлення про відкриття поточного рахунку** в установі банку.

Днем відкриття поточного рахунку вважається дата, зазначена на поданій підприємцем заяві на відкриття поточного рахунку в розділі „Відмітки банку”.

СПДФО повинен подати в установу банку повідомлення про відкриття поточного рахунку в установі банку з відміткою про взяття цього рахунку на облік органом державної податкової служби. До моменту отримання установою банку такого повідомлення за цим поточним рахунком здійснюються операції лише із зарахування коштів.

Як свідчить практика, банки відкривають поточні рахунки СПДФО відразу в день отримання банком повного пакету документів на відкриття рахунків або протягом кількох днів.

РЕЄСТРАЦІЯ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ — ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ (СПДЮО)

В Україні найбільшу популярність у сфері малого та середнього бізнесу мають приватні підприємства, а серед господарських товариств - товариства з обмеженою відповідальністю. Тому більш детально ми зупинимося на особливостях реєстрації саме цих організаційно-правових форм.

Підготовка установчих документів підприємства

Згідно із Господарським та Цивільним кодексами України підприємства діють на підставі **установчих документів**, які затверджуються засновником (засновниками) підприємства. Для приватного підприємства таким установчим документом є **статут**. Відповідно до статті 82 Господарського кодексу України установчим документом повного товариства і командитного товариства є **засновницький договір**. Установчим документом акціонерного товариства, товариства з обмеженою відповідальністю і товариства з додатковою відповідальністю є статут.

Установчі документи господарського товариства повинні містити відомості про вид товариства, предмет і цілі його діяльності, склад засновників та учасників, склад і компетенцію органів товариства та порядок прийняття ними рішень, включаючи перелік питань, з яких необхідна одностайність або кваліфікована більшість голосів, інші відомості.

Статут підприємства повинен містити відомості про його найменування і місцезнаходження, мету і предмет діяльності, розмір і порядок утворення статутного та інших фондів, порядок розподілу прибутків і збитків; про органи управління і контролю, їх компетенцію, про умови реорганізації та ліквідації, а також інші відомості, пов'язані з особливостями організаційної форми. Статут може містити й інші відомості, що не суперечать законодавству.

Статут товариства з обмеженою відповідальністю, крім вищезазначених відомостей, повинен містити відомості про розмір часток кожного з учасників, розмір, склад та порядок внесення ними вкладів. Статутом може бути встановлено порядок визначення розміру часток учасників залежно від зміни вартості майна, внесеного як вклад, та додаткових внесків учасників. Буде краще, якщо в розробці статуту вам допоможе фахівець.

Установчі документи затверджуються рішенням засновника, якщо власників або уповноважених ними органів два і більше. Таким

рішенням є протокол установчих зборів (конференції), його підписують голова та секретар зборів.

Найменування підприємства повинно містити зазначення його організаційно-правової форми, для повних товариств і командитних товариств - прізвища (найменування) учасників товариства, які несуть додаткову відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном, а також інші необхідні відомості.

Закон України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців" передбачає право засновника юридичної особи зарезервувати найменування юридичної особи строком на два місяці, а для відкритих акціонерних товариств - строком на дев'ять місяців, та визначає порядок резервування.

Установчі документи підписуються засновником (засновниками), прошиваються і нумеруються. Якщо власником (власниками) суб'єкта підприємницької діяльності є фізична особа (фізичні особи), то її (їхні) підпис (підписи) на установчих документах **засвідчується нотаріусом**. А якщо засновником (засновниками) є юридична особа, то підписи відповідних посадових осіб засвідчуються печатками цієї юридичної особи. Установчі документи не повинні містити положень, що суперечать законодавству.

Відкриття банківського рахунку для формування статутного фонду господарського товариства

Стаття 52 Закону України "Про господарські товариства" встановлює вимоги до розміру **статутного фонду** товариства з обмеженою відповідальністю, який повинен становити не менше суми, еквівалентної 100 мінімальним заробітним платам, виходячи із ставки мінімальної заробітної плати, діючої на момент створення.

Вкладом до статутного (складеного) капіталу господарського товариства можуть бути гроші, цінні папери, інші речі або майнові чи інші відчужувані права, що мають грошову оцінку. Грошова оцінка вкладу учасника господарського товариства здійснюється за згодою учасників товариства.

Якщо Ви вирішили створити господарське товариство та вклади (їх частину) вносити грошовими коштами, то ще перед поданням документів для його державної реєстрації в установі банку потрібно відкрити рахунок для формування статутного фонду господарського товариства.

Відкриття такого рахунку є обов'язковим для товариств з обмеженою та додатковою відповідальністю, оскільки до моменту

реєстрації цих видів товариств кожний учасник зобов'язаний внести до статутного фонду не менше ніж 50 % вказаного в установчих документах вкладу.

Для формування статутного фонду господарського товариства може бути відкритий лише один рахунок у національній та (або) іноземній валюті.

Перед відкриттям рахунку для формування статутного фонду засновникам господарського товариства необхідно ухвалити рішення про визначення особи (уповноваженої засновниками особи), якій надається право розпорядчого підпису під час здійснення грошових операцій за цим рахунком. Це рішення повинно бути оформлене у вигляді довіреності, яка засвідчується нотаріально, якщо хоча б одним із засновників господарського товариства є фізична особа.

Щоб відкрити рахунок для формування статутного фонду господарського товариства, до установи банку треба подати такі документи:

- 1) рішення засновників про визначення особи, якій надається право розпорядчого підпису під час здійснення грошових операцій за цим рахунком (довіреність);
- 2) копія установчого документу, засвідчена нотаріально;
- 3) заява встановленої форми про відкриття рахунку, підписана уповноваженою засновниками особою;
- 4) картка із зразком підпису уповноваженої засновниками особою, засвідчена уповноваженим працівником банку.

Кошти на рахунок для формування статутного фонду господарського товариства перераховуються його засновниками та учасниками перед реєстрацією господарського товариства як юридичної особи (тобто до моменту державної реєстрації товариства).

Цей рахунок починає функціонувати як поточний рахунок тільки після одержання банком документів щодо реєстрації господарського товариства. У разі відмови засновникам господарського товариства в його реєстрації або в інших випадках, передбачених законодавством України, кошти з рахунку повертаються засновникам та учасникам господарського товариства, а сам рахунок банківська установа закриває.

Державна реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи

Першим кроком до легалізації підприємства є його державна реєстрація як суб'єкта підприємницької діяльності - юридичної особи.

Державна реєстрація юридичних проводиться **державним реєстратором** виключно у виконавчому комітеті міської ради міста обласного значення за **місцезнаходженням** юридичної особи (місцезнаходження постійно діючого виконавчого органу юридичної особи, а в разі його відсутності - місцезнаходження особи, уповноваженої діяти від імені юридичної особи без довіреності (наприклад, директора), за адресою, яка вказана засновниками (учасниками) в установчих документах і за якою здійснюється зв'язок з юридичною особою.

Для проведення державної реєстрації юридичної особи засновник (засновники) або уповноважена ними особа повинні особисто подати державному реєстратору (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення) такі документи:

1) заповнену **реєстраційну картку** на проведення державної реєстрації юридичної особи;

2) примірник оригіналу або нотаріально посвідчену копію **рішення засновників** або уповноваженого ними органу про створення юридичної особи у випадках, передбачених законом;

3) два примірники **установчих документів**;

4) документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації юридичної особи.

Реєстраційний збір становить **10 н.м.д.г. (170 грн.)**

У разі, якщо проводилося резервування найменування юридичної особи, додатково подається чинна довідка з Єдиного державного реєстру про резервування найменування юридичної особи.

У разі державної реєстрації господарського товариства, для якого законом встановлено вимоги щодо формування статутного фонду), додатково подається документ, що підтверджує внесення засновником (засновниками) вкладу (вкладів) до статутного фонду (акт приймання- передачі майна засновником товариству та/чи довідка банку, якщо вклади вносилися грошовими коштами на тимчасовий банківський рахунок).

У разі державної реєстрації відкритих акціонерних товариств додатково подається звіт про проведення підписки на акції, який засвідчено Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку України.

У разі державної реєстрації селянського (фермерського) господарства крім названих документів, додатково подається копія Державного акта на право приватної власності засновника на землю або копія Державного акта на право постійного користування землею засновником, або нотаріально посвідчена копія договору

про право користування землею засновником, зокрема на умовах оренди.

Державному реєстратору забороняється вимагати додаткові документи для проведення державної реєстрації юридичної особи.

Якщо документи для проведення державної реєстрації подаються засновником або уповноваженою ним особою особисто, державному реєстратору додатково пред'являються паспорт та документ, що засвідчує його (її) повноваження. Документи, які подані для проведення державної реєстрації юридичної особи, приймаються за описом, копія якого в день надходження документів видається (надсилається рекомендованим листом) засновнику або уповноваженій ним особі з відміткою про дату надходження документів.

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

Свідоцтво про державну реєстрацію юридичної особи оформляється та видається (надсилається рекомендованим листом за описом вкладення) засновнику або уповноваженій ним особі державним реєстратором не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації юридичної особи. Разом із свідоцтвом про державну реєстрацію юридичної особи засновнику або уповноваженій ним особі видається (надсилається рекомендованим листом) один примірник оригіналу установчих документів з відміткою державного реєстратора про проведення державної реєстрації юридичної особи.

Державний реєстратор не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації юридичної особи зобов'язаний передати відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування повідомлення про проведення державної реєстрації юридичної особи із зазначенням номера та дати внесення відповідного запису до Єдиного державного реєстру та відомості з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи. Підставою для взяття юридичної особи на облік в органах статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування є надходження до цих органів повідомлення державного реєстратора про проведення державної реєстрації юридичної особи та відомостей з відповідної реєстраційної картки.

Включення СПДІЮО до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України

Будь-яке **новостворене підприємство** повинно бути включене до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ).

ЄДРПОУ - це автоматизована система збирання, накопичення та опрацювання даних про юридичних осіб всіх форм власності та організаційно-правових форм господарювання, відокремлені підрозділи юридичних осіб, що знаходяться на території України, а також відокремлені підрозділи юридичних осіб України, що знаходяться за її межами.

Ведення Реєстру здійснюється на державному рівні - уповноваженим Держкомстатом **органом державної статистики**, на територіальному рівні - територіальними органами державної статистики

Суб'єктами ЄДРПОУ є **юридичні особи** та **відокремлені підрозділи** юридичних осіб всіх форм власності та організаційно-правових форм господарювання, що знаходяться на території України та провадять свою діяльність на підставі її законодавства.

Присвоєння **ідентифікаційних кодів** з Реєстру здійснюється:

- державними реєстраторами - суб'єктам, на яких поширюється дія Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців";
- органами державної статистики - суб'єктам, на яких не поширюється дія Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців" і відомості про які не становлять державну таємницю;
- відповідними центральними органами виконавчої влади - суб'єктам, відомості про які становлять державну таємницю. Таким органам Держкомстат передає ідентифікаційні коди для ведення відомчого обліку.

Ідентифікаційний код зберігається за суб'єктом, якому він присвоєний, протягом усього періоду його існування і є єдиним.

Ідентифікаційний код є обов'язковим для використання в усіх видах звітних та облікових документів суб'єкта і зазначається на його печатках та штампах.

Підставою для внесення до Реєстру або виключення з нього даних щодо суб'єктів, а також внесення змін до Реєстру є надходження від державного реєстратора до органу державної статистики інформації про вчинення реєстраційних дій,

передбачених Законом України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців".

У територіальному органі державної статистики видається **довідка** про включення до ЄДРПОУ, у якій, крім ідентифікаційного коду, вказуються **коди видів економічної діяльності**, якими планує займатись підприємство. Довідка з Реєстру видається органом державної статистики на запит суб'єкта у п'ятиденний строк.

З практики відомо, що орган державної статистики може вимагати копії статуту або інших установчих документів та свідоцтва про державну реєстрацію. Тому для уникнення зайвих суперечок варто взяти ці документи із собою.

Крім того територіальний орган державної статистики вимагатиме внесення плати за свої послуги, яка у різних регіонах України є неоднаковою (найчастіше - 25-30 грн.).

Реєстрація СПДЮО в органі Пенсійного фонду України

Оскільки всі підприємства в Україні є платниками внесків на обов'язкове державне пенсійне страхування, Ви зобов'язані зареєструвати новостворене підприємство в міському або районному органі Пенсійного фонду України за місцезнаходженням підприємства.

Узяття на облік юридичних осіб як платників здійснюється органами Пенсійного фонду України за місцезнаходженням юридичної особи на підставі відомостей з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи, наданих державним реєстратором згідно із Законом України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців", не пізніше наступного робочого дня з дня отримання зазначених відомостей органами Пенсійного фонду України.

Повідомлення про взяття на облік страхувальника як платника страхових внесків **надсилається страхувальнику** поштою з повідомленням про вручення наступного робочого дня з дня взяття на облік в органі Пенсійного фонду України за встановленою формою.

У повідомленні зазначається реєстраційний номер страхувальника, розмір та строки перерахування страхових внесків. Копію цього Повідомлення Ви повинні подати до установи банку під час відкриття рахунку.

У разі отримання органами Пенсійного фонду України відомостей з реєстраційної картки на проведення державної

реєстрації змін до установчих документів юридичної особи із зазначенням номера та дати внесення відповідного запису до Єдиного державного реєстру платнику надсилається не пізніше наступного робочого дня з дня отримання зазначених відомостей органами Пенсійного фонду України нове повідомлення про взяття на облік юридичної особи - за формою згідно з додатком 1 з приміткою "Зміни".

На підставі відомостей, наданих державним реєстратором, проводяться відповідні записи в журналах обліку платників страхових внесків, а одержані документи підшиваються до справи, на якій проставляється реєстраційний номер платника страхових внесків.

Реєстрація СПДЮО як платника страхових внесків до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття

Власники підприємств або уповноважені ними органи, як роботодавці, є платниками страхових внесків до Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття.

Взяття на облік юридичних осіб - суб'єктів підприємницької діяльності здійснюється на підставі відомостей з реєстраційної картки, наданих державним реєстратором, не пізніше наступного робочого дня з дня отримання зазначених відомостей робочими органами виконавчої дирекції Фонду.

На підставі відомостей з реєстраційної картки про проведення державної реєстрації юридичної особи робляться відповідні записи в журналах обліку платників страхових внесків. Одержані від державного реєстратора відомості з реєстраційної картки підшиваються до справи, на якій проставляється персональний номер платника.

Повідомлення про взяття на облік як платників страхових внесків з вказаним персональним номером **надсилається платникам поштою** з повідомленням про вручення наступного робочого дня з дня взяття його на облік в центрі зайнятості за встановленою формою.

Повідомлення про взяття на облік як платника страхових внесків також може бути вручено особисто під підпис уповноваженій посадовій особі юридичної особи.

Взяття на облік як платників страхових внесків **відокремлених підрозділів** юридичних осіб здійснюється

центрами зайнятості в разі наявності в них **окремого балансу** і самостійного ведення розрахунків із застрахованими особами за місцезнаходженням цього підрозділу на підставі відомостей з Єдиного державного реєстру про відокремлені підрозділи.

У разі отримання від державного реєстратора відомостей з реєстраційних карток на проведення державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи до персональної справи платника вносяться зміни, при цьому персональний номер платника зберігається.

Реєстрація СПДЮО як платника страхових внесків до Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України

Усі підприємства, як роботодавці, є платниками страхових внесків до Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України.

Роботодавці - юридичні особи набувають статусу **страхувальників** у день взяття їх на облік робочими органами виконавчої дирекції Фонду.

Взяття на облік здійснюється робочими органами виконавчої дирекції Фонду за місцезнаходженням суб'єктів господарювання на підставі відомостей з реєстраційної картки, наданих державним реєстратором відповідно до Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців", не пізніше наступного робочого дня з дня фактичного отримання зазначених відомостей робочими органами виконавчої дирекції Фонду.

При цьому вноситься відповідний запис до журналу обліку, який ведеться в електронному вигляді.

Взяття на облік **відокремлених підрозділів (філій)** юридичних осіб здійснюється робочими органами виконавчої дирекції Фонду за місцезнаходженням цього підрозділу на підставі відомостей з Єдиного державного реєстру про відокремлені підрозділи (філії). Відокремлені підрозділи (філії) набувають статусу платників страхових внесків у разі наявності в них **окремого балансу і самостійного ведення розрахунків** із застрахованими особами. Підтвердженням того, що відокремлений підрозділ (філія) проводить (чи не проводить) самостійно розрахунки із застрахованими особами, є відповідний документ юридичної особи - головної організації (наказ, розпорядження тощо).

Після набуття суб'єктом господарювання статусу платника

страхових внесків робочі органи виконавчої дирекції Фонду **надсилають йому листом** з повідомленням про вручення адресату **страхове свідоцтво** встановленої форми, **повідомлення** про віднесення його до класу професійного ризику виробництва, якому відповідає його основна діяльність, **розмір страхового тарифу** та **розрахунок розміру страхового внеску**.

Реєстрація СПДЮО як платника страхових внесків до Фонду соціального страхування України з тимчасової втрати працездатності

Ваше підприємство є роботодавцем (використовує працю найманих працівників), а отже, є платником страхових внесків до Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності.

Взяття юридичних осіб (відокремлених підрозділів юридичних осіб) на облік у районних, міжрайонних, міських виконавчих дирекціях відділень Фонду здійснюється за їх місцезнаходженням на підставі відомостей з реєстраційної картки, наданих державним реєстратором відповідно до Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців", не пізніше наступного робочого дня з дня отримання зазначених відомостей органами Фонду.

З дня взяття їх на облік в органі Фонду юридичні особи набувають статусу **страхувальника**.

Відокремлені підрозділи (філії) юридичних осіб набувають такого статусу за умови отримання органом Фонду довідки в довільній формі про наявність у них **окремого балансу** і **самостійного ведення розрахунків по оплаті праці** (така довідка надається органу Фонду відокремленим підрозділом (філією) юридичної особи або його головною організацією протягом десяти календарних днів з дня внесення відповідного запису про відокремлений підрозділ юридичної особи до Єдиного державного реєстру.

Повідомлення про взяття на облік наступного робочого дня з дня набуття ним статусу страхувальника з зазначенням персонального номера **надсилається страхувальнику поштою** з повідомленням про вручення, або надається страхувальнику працівником відповідного органу Фонду.

Страхувальники - **платники єдиного податку** подають до органу Фонду копію документа, що підтверджує їх перехід на спрощену систему оподаткування.

У разі отримання органом Фонду повідомлення про

проведення державної реєстрації змін до установчих документів до персональної справи страхувальника вносяться відповідні зміни. Персональний номер страхувальника залишається без змін.

Взяття СПДІЮО на облік в органі державної податкової служби

Наступним кроком у реєстрації новоствореного підприємства є візит до органу державної податкової служби за місцезнаходженням підприємства для взяття його на облік платників податків.

Узяття на облік як платників податків - юридичних осіб та відокремлених підрозділів юридичних осіб здійснюється **за їх місцезнаходженням** відповідними органами державної податкової служби після внесення відомостей про них до Єдиного державного реєстру.

Підставою для взяття юридичної особи на облік в органі державної податкової служби є надходження до цього органу відомостей з відповідної реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи.

Підставою для взяття на облік **відокремленого підрозділу** юридичної особи є надходження повідомлення про створення відокремленого підрозділу юридичної особи від державного реєстратора до органу державної податкової служби за місцезнаходженням відокремленого підрозділу.

На бажання платника податків - юридичної особи (у тому числі тієї, стосовно якої не надійшли відомості від державного реєстратора) узяття його на облік може бути здійснене органом державної податкової служби на підставі:

- заяви за ф. N 1-ОПП;
- копії свідоцтва про державну реєстрацію;
- копії документа, що підтверджує присвоєння ідентифікаційного коду за ЄДРПОУ.

Одночасно з поданням заяви платником податків - юридичною особою пред'являються оригінали перелічених документів.

Після взяття платника податків на облік орган державної податкової служби формує **довідку про взяття на облік платника податків** за формою N 4-ОПП. Така довідка надсилається платнику податків наступного робочого дня з дня взяття на облік.

Повернення до органу податкової служби листа з довідкою про взяття на облік платника податків за ф. N 4-ОПП є підставою

для проведення заходів щодо встановлення місцезнаходження платника податків.

За згодою платника податків не пізніше наступного робочого дня після взяття його на облік така довідка може бути видана платнику податків чи уповноваженій особі платника податків в органі державної податкової служби.

Крім того, належить подбати про те, щоб у податковій інспекції Вам видали копії довідки за формою № 4-ОПП, які потрібно пред'являти в тих установах банків, де Ви будете відкривати поточні рахунки підприємства, а також в інших органах державної влади.

Якщо банківська установа відкрила рахунки Вашому підприємству, то протягом трьох робочих днів від дня відкриття рахунку (включаючи день операції) Ви зобов'язані подати особисто або надіслати поштою (з повідомленням про вручення) на адресу органу державної податкової служби, у якому Ваше підприємство перебуває на обліку, повідомлення про відкриття рахунків в установах банків. Пам'ятайте: якщо Ви не повідомите податковій інспекції про відкриття рахунків у банках, то до Вашого підприємства можуть застосувати штрафні санкції.

Наступного робочого дня після взяття на облік платників податків підрозділ з обліку платників податків передає список платників податків, узятих на облік за попередній день, до **підрозділу податкової міліції** для підтвердження місцезнаходження платників податків та реалізації покладених законом повноважень.

Нарешті, Ваше підприємство взято на податковий облік. Однак візити до податкової інспекції на цьому не закінчуються, оскільки для підприємства треба обрати відразу систему оподаткування, обліку та звітності.

З моменту взяття на облік платник податків **вважається таким**, що перебуває на **загальній системі оподаткування**, якщо ним не обрано інший спосіб оподаткування відповідно до законодавства.

Одержання СПДНОО дозволу на виготовлення печаток і штампів

Обов'язковим атрибутом діяльності суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи є **печатка**, а в разі необхідності – **штампи**.

Виготовленням печаток і штампів займаються штемпельно-граверні майстерні. Однак для того, щоб у такій майстерні прийняли

Ваше замовлення на виготовлення печатки (штампу), потрібно одержати дозвіл на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів в органі внутрішніх справ.

Для одержання цього дозволу звертайтеся до міського або районного органу внутрішніх справ за місцем державної реєстрації.

Для одержання дозволу на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів подаються такі документи:

1) заява довільної форми, підписана керівником підприємства, у якій, зокрема, вказується:

а) кількість печаток та штампів, які передбачається виготовити;

б) вперше чи ні виготовляються печатки та штампи для підприємства (під час виготовлення печаток не вперше зазначається підстава їх виготовлення);

в) місцезнаходження підприємства;

г) прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані особи, відповідальної за отримання дозволу на виготовлення печаток і штампів;

д) прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані керівника підприємства або уповноваженої ним особи, що подає клопотання до органу внутрішніх справ;

2) копія свідоцтва про державну реєстрацію, засвідчена нотаріально;

3) два примірники зразків (ескізів) печаток і штампів, затверджені керівником (власником) підприємства;

4) документ, що підтверджує внесення плати за видачу дозволу на виготовлення печаток і штампів. Таким документом є платіжне доручення або квитанція про внесення коштів у розмірі трьох неоподаткованих мінімумів доходів громадян (51 грн.).

Документи для одержання дозволу на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів може подати керівник підприємства або уповноважена ним особа. Уповноважена особа при цьому має подати оформлене відповідно до вимог законодавства доручення, видане їй, на право подання документів (клопотання).

Органам внутрішніх справ для видачі дозволу на виготовлення печаток і штампів забороняється вимагати від суб'єкта підприємницької діяльності додаткові документи.

Протягом 5 робочих днів від дня одержання документів орган внутрішніх справ зобов'язаний видати Дозвіл на оформлення замовлень на виготовлення печаток і штампів або дати письмову відмову із зазначенням причин, які обумовлюються законодавством

України.

Під час одержання дозволу до органу внутрішніх справ подається оригінал свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності. На зворотньому боці оригіналу свідоцтва про державну реєстрацію проставляється штамп про видачу дозволу на право виготовлення певної кількості печаток і штампів, який засвідчується підписом працівника дозвільної системи органу внутрішніх справ і скріплюється печаткою з відтиском "Дозвільна система".

На кожному поданому примірнику зразків (ескізів) печаток і штампів в органі внутрішніх справ ставляться штампи, які засвідчуються підписом працівника дозвільної системи й скріплюються печаткою з відбитком "Дозвільна система".

Суб'єкти підприємницької діяльності - юридичні особи можуть мати тільки по одному примірнику основної каучукової або металевої печатки.

На всіх печатках і штампах має зазначатися ідентифікаційний код Вашого підприємства, а напис на них повинен відповідати назві, яка зазначена у свідоцтві про державну реєстрацію підприємства.

Печатки з емблемами, товарними знаками, тощо з відповідним описом можуть бути виготовлені тільки в тому разі, якщо вони зареєстровані у встановленому законодавством України порядку.

Виготовлені печатки та штампи можна отримати лише після пред'явлення **паспорта** та **доручення**.

Відкриття поточного банківського рахунку СПДЮО

Вашому підприємству можуть відкрити поточні, депозитні, карткові та інші рахунки. При цьому Ви можете відкрити рахунки в **будь-яких банках України** за власним вибором та за згодою цих банків. Обов'язковою є вимога щодо відкриття поточного рахунку в національній валюті, де зберігаються грошові кошти й здійснюються всі банківські операції під час провадження підприємницької діяльності.

Поточний рахунок відкривається після державної реєстрації підприємства, взяття його на податковий облік, реєстрації в Пенсійному фонді України та фондах соціального страхування і виготовлення печатки підприємства.

Для відкриття поточного рахунку до банківської установи подаються такі документи:

- заяву про відкриття поточного рахунку. Заяву підписує керівник юридичної особи або інша уповноважена на це

- особа;
- копію свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи, засвідчену органом, що видав свідоцтво, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку;
 - копію належним чином зареєстрованого установчого документа (статуту / засновницького договору / установчого акта / положення), засвідчену органом, який здійснив реєстрацію, або нотаріально.
 - копію довідки про внесення юридичної особи до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, засвідчену органом, що видав довідку, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку;
 - копію документа, що підтверджує взяття юридичної особи на облік в органі державної податкової служби, засвідчену органом, що видав документ, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку;
 - картку із зразками підписів і відбитка печатки, засвідчену нотаріально або організацією, якій клієнт адміністративно підпорядкований, в установленому порядку. До картки включаються зразки підписів осіб, яким відповідно до законодавства України або установчих документів юридичної особи надано право розпорядження рахунком та підписання розрахункових документів.

Суб'єкт господарювання, який використовує найману працю і є платником страхових внесків, додатково має подати копії відповідних документів, що підтверджують його реєстрацію у Пенсійному фонді України і Фонді соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України, засвідчені органами, що їх видали, або нотаріально чи підписом уповноваженого працівника банку. Інформацію про те, що суб'єкт господарювання не використовує найману працю і не є платником страхових внесків, клієнт обов'язково зазначає в заяві про відкриття поточного рахунку в рядку "Додаткова інформація".

Якщо в штаті Вашого підприємства відсутня посада головного бухгалтера чи іншої службової особи, на яку покладено функцію ведення бухгалтерського обліку та звітності, то заяву на відкриття поточного рахунку підписує лише керівник підприємства. Треба звернути увагу також на те, що підписи керівника та головного бухгалтера підприємства на заяві про відкриття рахунку повинні бути розшифровані (з обов'язковим зазначенням прізвища та ініціалів), а також мають збігатися з підписами в картці, де вміщено зразки підписів та відтиску печатки (якщо заяву та картку

підписують одні й ті самі особи), оскільки це перевірятимуть працівники банку під час подання документів на відкриття рахунку.

Для заповнення картки із зразками підписів та відтиску печатки необхідно вирішити, кому надається право першого та другого підписів. Право першого підпису належить керівникові підприємства (зразок підпису керівника вносять у картку обов'язково) та відповідним службовим особам, уповноваженим керівником. Право другого підпису належить головному бухгалтеру підприємства, а якщо в штаті підприємства відсутня така посада, то це право має особа, що виконує функції головного бухгалтера, або службова особа, на яку покладено ведення бухгалтерського обліку та звітності, а також відповідні службові особи, уповноважені керівником. Право першого підпису не може бути надано головному бухгалтеру та іншим особам, які мають право другого підпису, і навпаки: право другого підпису не може бути надано особам, які користуються правом першого підпису.

Документи на відкриття поточного рахунку особи, які мають право першого та другого підписів, до установи банку подають особисто. Ці особи повинні мати при собі паспорти або документи, що його замінюють, та довідки про присвоєння цим особам ідентифікаційного коду.

Під час відкриття банківського рахунку уповноважений працівник банківської установи у присутності осіб, які відкривають рахунок, перевіряє повноваження цих осіб, робить копії сторінок паспорта (що містять останнє фото, прізвище та ім'я, інформацію про дату видачі та орган, що видав паспорт, а за наявності – інформацію про постійне місце проживання громадянина) або документа, що його замінює та довідки про присвоєння ідентифікаційного коду.

Протягом трьох робочих днів від дня відкриття рахунку, враховуючи й день відкриття рахунку, Ви зобов'язані особисто подати або надіслати поштою (з повідомленням про вручення) на адресу органу державної податкової служби, у якому перебуває на обліку Ваше підприємство, повідомлення про відкриття рахунку в установі банку.

Днем відкриття рахунку вважається дата, зазначена на заяві про відкриття рахунку в розділі "Відмітки банку".

На повідомленні про відкриття рахунку податківці мають поставити відмітку про взяття органом державної податкової служби відкритого рахунку на облік.

Після цього Ви повинні особисто подати це повідомлення до установи банку, у якій відкрито рахунок Вашого підприємства. Варто

поквапитися, бо якщо установа банку не одержить від Вас такого повідомлення з відміткою податкової інспекції про взяття на облік рахунку, на цьому рахунку будуть здійснюватися лише операції із зарахування коштів. Датою початку операцій за видатками на рахунку Вашого підприємства є дата реєстрації отримання банком зазначеного повідомлення.

За поточними рахунками, що відкриваються банками суб'єктам господарювання в національній валюті, здійснюються всі види розрахунково-касових операцій відповідно до умов договору та вимог законодавства України.

Які дозволи необхідно отримати перед початком роботи

Видача дозвільних документів є однією з найобтяжливіших процедур при започаткуванні підприємницької діяльності в Україні. В залежності від виду діяльності підприємець не має права розпочати будівництво, виробництво чи торгівлю без одержання низки дозвільних документів від центральних та місцевих органів влади.

Сукупність урегульованих законодавством відносин, які виникають між дозвільними органами, адміністраторами та суб'єктами господарювання у зв'язку з видачею документів дозвільного характеру складають **дозвільну систему у сфері господарської діяльності**.

Правові та організаційні засади функціонування дозвільної системи у сфері господарської діяльності, порядок діяльності дозвільних органів, уповноважених видавати документи дозвільного характеру, та адміністраторів визначені Законом України "Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності" від 6 вересня 2005 року N 2806-IV.

Документ дозвільного характеру - дозвіл, висновок, погодження, свідоцтво тощо, який дає суб'єкту господарювання право на провадження певних дій щодо здійснення господарської діяльності.

До цих документів належать:

- дозволи на будівництво та виконання будівельних робіт;
- видача технічних умов на проектування;
- експертні висновки та погодження, особливо для проектної документації, при атестаціях та обстеженнях виробництв і

прийнятті об'єктів в експлуатацію;

- дозволи на початок роботи від органів пожежної охорони, санітарно-епідеміологічної служби та держнагляду за охороною праці;

- дозволи на розміщення реклами та об'єктів торгівлі і сфери послуг, а також багато інших.

Місцеві дозвільні органи - міські ради та їх виконавчі органи, районні державні адміністрації, територіальні (місцеві) органи центральних органів виконавчої влади, їх посадові особи, уповноважені відповідно до закону видавати документи дозвільного характеру від свого імені, а також підприємства, установи, організації, що у випадках, передбачених законом, уповноважені видавати документи дозвільного характеру і можуть залучатися до проведення експертизи та обстеження, необхідних для видачі документів дозвільного характеру, у межах відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

Об'єкт, на який видається документ дозвільного характеру, - земельна ділянка, споруда, будівля, приміщення, устаткування, обладнання та механізми, що вводяться в експлуатацію або проектуються, окрема операція, господарська діяльність певного виду, робота та послуга.

Як визначено ст. 4 вищезазначеного Закону **ВИКЛЮЧНО законами**, які регулюють відносини, пов'язані з одержанням документів дозвільного характеру, встановлюється:

- необхідність одержання документа дозвільного характеру;
- дозвільний орган, уповноважений видавати документ дозвільного характеру;
- платність або безоплатність видачі документа дозвільного характеру;
- строк прийняття рішення про видачу або відмову у видачі документа дозвільного характеру;
- вичерпний перелік підстав для відмови у видачі та анулювання документа дозвільного характеру;
- можливість набуття суб'єктом господарювання права на провадження певних дій щодо здійснення господарської діяльності за декларативним принципом.

Суб'єкт господарювання має право вибору способу отримання документів дозвільного характеру:

- **безпосередньо** за зверненням у відповідні місцеві дозвільні органи, представники яких здійснюють прийом суб'єктів господарювання в одному приміщенні;

- або за зверненням до **адміністратора дозвільного**

центру.

Адміністратор - посадова особа міської ради, районної та державної адміністрації, яка організовує видачу суб'єкту господарювання документів дозвільного характеру та забезпечує взаємодію місцевих дозвільних органів щодо видачі документів дозвільного характеру.

Дозвільний центр - приміщення, у якому працюють представники місцевих дозвільних органів та адміністратор, що забезпечує взаємодію цих представників місцевих дозвільних органів щодо видачі документів дозвільного характеру.

Адміністратор відповідно до покладених на нього завдань виконує, зокрема, такі функції:

1. Надає заявнику вичерпну інформацію щодо вимог та порядку одержання документа дозвільного характеру, зокрема щодо:

- переліку документів, необхідних для отримання певного документа дозвільного характеру;
- строку дії відповідного документа дозвільного характеру або необмеженості строку його дії;
- розміру плати або безоплатність видачі документа дозвільного характеру;
- строку прийняття рішення про видачу або відмову у видачі документа дозвільного характеру;
- вичерпного переліку підстав для відмови у видачі та анулюванні документа дозвільного характеру;
- органів, уповноважених видавати документи дозвільного характеру.

2. Видає бланк заяви та необхідні бланки документів, а також надає допомогу при їх заповненні, при зверненні заявника до дозвільного центру щодо отримання документа дозвільного характеру.

3. Приймає від суб'єктів господарювання заяву про видачу документа дозвільного характеру та перевіряє наявність повного комплексу документів та відповідність зазначених у них відомостей, необхідних для одержання документа дозвільного характеру.

Заява та документи приймаються за описом, копія якого видається заявнику з відміткою про дату, номер їх реєстрації та підписом адміністратора.

4. Здійснює організаційне та інформаційне забезпечення проведення представниками місцевих дозвільних органів спільного обстеження об'єкта, на який видається документ дозвільного характеру.

5. Забезпечує взаємодію та документообіг між місцевими дозвільними органами та їх представниками в дозвільному центрі щодо видачі документів дозвільного характеру.

6. Видає суб'єкту господарювання документ дозвільного характеру.

7. Формує та веде реєстр документів дозвільного характеру в порядку, установленому уповноваженим органом.

8. Контролює додержання посадовими особами місцевих дозвільних органів строків розгляду та видачі документів дозвільного характеру.

Суб'єкт господарювання або уповноважена ним особа подає адміністратору заяву, форма якої затверджується Кабінетом Міністрів України за поданням уповноваженого органу та за погодженням з дозвільними органами.

До заяви додаються:

- копія свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта господарювання;

- документи, які підтверджують внесення плати за видачу документа дозвільного характеру, якщо вона передбачена законом;

- документи, необхідні для видачі документа дозвільного характеру, передбачені законодавством, яким регулюються відносини, пов'язані з його одержанням.

Заява та документи подаються в одному примірнику особисто заявником або рекомендованим листом.

У разі надання заяви та документів рекомендованим листом підпис заявника підлягає нотаріальному посвідченню.

Копії заяви та документів, що додаються до неї, засвідчені підписом адміністратора, у день реєстрації заяви або наступного робочого дня передаються до відповідних місцевих дозвільних органів.

Місцеві дозвільні органи протягом п'яти робочих днів з дати одержання від адміністратора заяви та документів, якщо інше не передбачено законом, приймають рішення про видачу або відмову у видачі суб'єкту господарювання документа дозвільного характеру та передають протягом двох робочих днів з дати прийняття відповідного рішення адміністратору відповідні документи. У рішенні про відмову у видачі документа дозвільного характеру зазначаються підстави такої відмови.

Що потрібно для одержання ліцензії

У деяких випадках, передбачених Законом, для заняття окремими видами діяльності недостатньо лише державної реєстрації підприємницької діяльності, а вимагається також отримання ліцензії.

Ліцензія є єдиним документом дозвільного характеру, який дає право на зайняття певним видом господарської діяльності, що відповідно до законодавства підлягає **обмеженню**.

Ліцензія – документ державного зразку, який засвідчує право ліцензіата (суб'єкта, якому видана ліцензія) на ведення зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку за умови дотримання ліцензійних умов.

Ліцензійні умови є нормативно-правовим актом, положення якого встановлюють кваліфікаційні, організаційні, технологічні та інші вимоги для провадження певного виду господарської діяльності.

Суб'єкт господарювання зобов'язаний провадити певний вид господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, відповідно до встановлених для цього виду діяльності ліцензійних умов.

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

На підставі ліцензії, виданої центральним органом виконавчої влади, господарська діяльність провадиться на всій території України, а на підставі ліцензії, виданої місцевим органом виконавчої влади, - на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

Для того, щоб ознайомитися з ліцензійними умовами провадження діяльності та для отримання ліцензії, Вам необхідно особисто або через уповноважену особу звернутись до відповідного органу ліцензування із заявою встановленого зразка про видачу ліцензії.

Відповідно до вимог Закону України „Про ліцензування певних видів господарської діяльності” постановою КМУ від 14 листопада 2000 р. N 1698 був затверджений Перелік органів ліцензування із зазначенням видів діяльності, що підлягає ліцензуванню:

Орган ліцензування	Вид господарської діяльності
1. Мінагрополітики	<p>виробництво, зберігання і реалізація племінних (генетичних) ресурсів, проведення генетичної експертизи походження та аномалій тварин</p> <p>проведення фумігації (знезараження) об'єктів регулювання, що визначені Законом України "Про карантин рослин", які переміщуються через державний кордон та карантинні зони</p> <p>оптова, роздрібна торгівля пестицидами та агрохімікатами (тільки регуляторами росту рослин)</p>
1 ¹ . Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські держадміністрації	роздрібна торгівля пестицидами та агрохімікатами (тільки регуляторами росту рослин)
2. МВС	<p>виробництво та ремонт вогнепальної зброї невійськового призначення і боеприпасів до неї, холодної зброї, пневматичної зброї калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду, торгівля вогнепальною зброєю невійськового призначення та боеприпасами до неї, холодною зброєю, пневматичною зброєю калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду</p> <p>виробництво спеціальних засобів, заряджених речовинами сльозоточивої та дратівної дії, індивідуального захисту, активної оборони та їх продаж</p> <p>надання послуг, пов'язаних з охороною державної та іншої власності, надання послуг з охорони громадян</p> <p>діяльність, пов'язана з виробництвом, торгівлею піротехнічними засобами</p> <p>діяльність, пов'язана з відкриттям та функціонуванням стрілецьких тирів, стрільбищ невійськового призначення, мисливських стендів</p>
3. Мінприроди	<p>збирання, заготівля окремих видів відходів як вторинної сировини (згідно з переліками, які визначаються Кабінетом Міністрів України), операції у сфері поводження з небезпечними відходами</p> <p>заготівля та утилізація відпрацьованих хімічних джерел струму</p>
4. Мінекономіки	експорт, імпорт дисків для лазерних систем зчитування, матриць
4 ¹ . Державний департамент з	діяльність арбітражних кевюючих (розпорядників майна.

питань банкрутства	керуючих санацією, ліквідаторів)
5. МОН	виробництво дисків для лазерних систем зчитування, матриць
6. МОЗ	проведення дезінфекційних, дезінсекційних, дератизаційних робіт (крім робіт на об'єктах ветеринарного контролю) медична практика переробка донорської крові та її компонентів, виготовлення з них препаратів
7. Мінпраці	посередництво у працевлаштуванні за кордоном
8. Мінфін	виробництво дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення, напівдорогоцінного каміння виготовлення виробів з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення, напівдорогоцінного каміння, торгівля виробами з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення, напівдорогоцінного каміння виготовлення бланків цінних паперів, документів суворої звітності збирання, первинна обробка відходів і брухту дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення, напівдорогоцінного каміння випуск та проведення лотерей організація діяльності з проведення азартних ігор розроблення, виробництво і проведення сертифікаційних випробувань голографічних захисних елементів
9. Мінжитлокомунгосп, Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські держадміністрації	централізоване водопостачання та водовідведення виробництво теплової енергії, транспортування її магістральними та місцевими (розподільчими) тепловими мережами, постачання теплової енергії (крім певних видів господарської діяльності у сфері теплопостачання, якщо тепла енергія виробляється на теплоелектроцентралях, когенераційних установках та установках з використанням нетрадиційних або поновлюваних джерел енергії)
10. Держводгосп	проекткування, будівництво нових і реконструкція існуючих меліоративних систем

11. Держкомзем	проведення робіт із землеустрою, землеоціночних робіт та земельних торгів
12. Пункт виключено	
13. Держтуризмкурортів	туроператорська та турагентська діяльність
14. Мінпромполітики	виробництво особливо небезпечних хімічних речовин (згідно з переліком, який визначається Кабінетом Міністрів України) виробництво пестицидів та агрохімікатів (тільки регуляторів росту рослин) заготівля, переробка, металургійна переробка брухту кольорових і чорних металів розроблення, виготовлення, реалізація, ремонт, модернізація та утилізація озброєння, військової техніки, військової зброї і боєприпасів до неї діяльність, пов'язана з виробництвом автомобілів та автобусів виробництво хімічних джерел струму, імпорт хімічних джерел струму
15. НКАУ	розроблення, випробування, виробництво, експлуатація ракет-носіїв, космічних апаратів та їх складових частин, наземної космічної інфраструктури та її складових частин, обладнання, що входить до складу космічного сегмента супутникових систем
16. Пункт виключено	
17. Держмитслужба	посередницька діяльність митного брокера та митного перевізника
18. НКРЕ	транспортування нафти, нафтопродуктів магістральним трубопроводом, транспортування природного і нафтового газу трубопроводами та його розподіл постачання природного газу за регульованим і нерегульованим тарифом зберігання природного газу в обсягах, що перевищують рівень, установлюваний ліцензійними умовами
19. СБУ	розроблення, виготовлення спеціальних технічних засобів для зняття інформації з каналів зв'язку, інших засобів негласного отримання інформації, торгівля спеціальними технічними засобами для зняття інформації з каналів зв'язку, інших засобів негласного отримання інформації

	впровадження, ввезення, вивезення голографічних захисних елементів
20. Мінтрансв'язку	надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів залізничним транспортом
21. Укравіатранс	надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів повітряним транспортом виконання авіаційно-хімічних робіт
22. Головавототрансінспекція	надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом відповідно до видів робіт, визначених Законом України "Про автомобільний транспорт"
23. Укрморрчфлот	надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів річковим, морським транспортом
24. Держкомветмедицини	виробництво ветеринарних медикаментів і препаратів, оптова, роздрібна торгівля ветеринарними медикаментами і препаратами; проведення дезінфекційних, дезінсекційних, дератизаційних робіт (на об'єктах ветеринарного контролю); ветеринарна практика
25. Державна служба лікарських засобів і виробів медичного призначення	виробництво лікарських засобів, оптова, роздрібна торгівля лікарськими засобами
25 ¹ . Комітет з контролю за наркотиками	культивування рослин, що включені до таблиці І переліку наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів, затвердженого Кабінетом Міністрів України, розроблення, виробництво, виготовлення, зберігання, перевезення, придбання, реалізація (відпуск), ввезення на територію України, вивезення з території України, використання, знищення наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів, включених до зазначеного переліку
26. Держпромгірнагляд	виробництво вибухових матеріалів промислового призначення (за переліком, що затверджується спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з питань нагляду за охороною праці та державного гірничого нагляду)
27. Департамент контролю за виробництвом та обігом спирту, алкогольних напоїв і тютюнових виробів Державної податкової адміністрації	виробництво спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, оптова торгівля спиртом етиловим, коньячним і плодовим, оптова торгівля алкогольними напоями виробництво тютюнових виробів, оптова торгівля тютюновими виробами виготовлення парфумерно-косметичної продукції з використанням спирту етилового

<p>27¹. Територіальні підрозділи регіональних управлінь Департаменту контролю за виробництвом та обігом спирту, алкогольних напоїв і тютюнових виробів Державної податкової адміністрації у містах, районах, районах у мм. Києві та Севастополі за місцем торгівлі суб'єкта підприємницької діяльності</p>	<p>роздрібна торгівля алкогольними напоями та тютюновими виробами</p>
<p>28. Пункт виключено</p>	
<p>29. Адміністрація Держспецзв'язку</p>	<p>розроблення, виробництво, використання, експлуатація, сертифікаційні випробування, тематичні дослідження, експертиза, ввезення, вивезення криптосистем і засобів криптографічного захисту інформації, надання послуг у галузі криптографічного захисту інформації, торгівля криптосистемами і засобами криптографічного захисту інформації</p> <p>розроблення, виробництво, впровадження, обслуговування, дослідження ефективності систем і засобів технічного захисту інформації, надання послуг у галузі технічного захисту інформації (крім послуг електронного цифрового підпису)</p>
<p>30. Державний департамент пожежної безпеки МНС</p>	<p>проектування, монтаж, технічне обслуговування засобів протипожежного захисту та систем опалення, оцінка протипожежного стану об'єктів</p> <p>проведення випробувань на пожежну небезпеку речовин, матеріалів, будівельних конструкцій, виробів і обладнання, а також пожежної техніки, пожежно-технічного озброєння, продукції протипожежного призначення на відповідність встановленим вимогам</p>
<p>31. Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські держадміністрації</p>	<p>організація та утримання тоталізаторів, гральних закладів</p> <p>турагентська діяльність</p>
<p>32. Мінсім'ямолодьспорт</p>	<p>фізкультурно-оздоровча та спортивна діяльність:</p> <p>організація і проведення спортивних занять професіоналів та любителів спорту;</p> <p>діяльність з підготовки спортсменів до змагань з різних видів спорту, визнаних в Україні</p>
<p>33. Мінагрополітики, Держкомлісгосп, Держжитлокомунгосп, Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та</p>	<p>оптова торгівля насінням</p>

Севастопольська міська держадміністрація*	
34. Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг	страхова діяльність
35. Пункт виключено	
36. Пункт виключено	
37. Мін'юст	збирання, оброблення, зберігання, захист, використання інформації, яка складає кредитну історію
38. Держгеолслужба	пошук (розвідка) корисних копалин видобування корисних копалин із родовищ, що мають загальнодержавне значення та включені до Державного фонду родовищ корисних копалин видобування дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення, напівдорогоцінного каміння
39. Укргеодезкартографія	виконання топографо-геодезичних, картографічних робіт
40. Мінпраці, Рада міністрів Автономної Республіки Крим, обласні, Київська та Севастопольська міські держадміністрації*	професійна діяльність у сфері надання соціальних послуг
41. Держкомрибгосп	діяльність, пов'язана з промисловим виловом риби на промислових ділянках рибогосподарських водойм, крім внутрішніх водойм (ставків) господарств
42. Національна комісія з питань регулювання зв'язку	пересилання поштових переказів, простих та реєстрованих листів, поштових карток, бандеролей та посилок масою до 30 кілограмів

Що потрібно для одержання торгового патенту

Торговий патент - державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта підприємницької діяльності займатися деякі види підприємницької діяльності, зазначеними у Законі України від 23.03.1996р. №98/96-ВР "Про патентування деяких видів підприємницької діяльності".

Отримання торгового патенту вимагає наступна діяльність:

- торговельна діяльність за готівкові кошти;
- торговельна діяльність з використанням інших форм розрахунків та кредитних карток на території України;
- діяльність з обміну готівкових валютних цінностей (включаючи операції з готівковими платіжними засобами, вираженими в іноземній валюті, та з кредитними картками);
- діяльність з надання послуг у сфері грального бізнесу;
- діяльність з надання побутових послуг.

Отримувати торговий патент повинні як юридичні особи, так і фізичні особи- суб'єкти підприємницької діяльності, які займаються вищезазначеною торговельною діяльністю.

Обов'язок придбання торгового патенту **не поширюється** на торговельну діяльність та діяльність з надання побутових послуг суб'єктів підприємницької діяльності - фізичних осіб, які:

- здійснюють торговельну діяльність з лотків, прилавків і сплачують ринковий збір (плату) за місце для торгівлі продукцією в межах ринків усіх форм власності;
- сплачують податок на промисел у порядку, передбаченому чинним законодавством;
- здійснюють продаж вирощеної в особистому підсобному господарстві, на присадибній, дачній, садовій і городній ділянках продукції рослинництва, худоби, кролів, нутрій, птиці (як у живому вигляді, так і продукції їх забою в сирому вигляді та у вигляді первинної переробки), продукції власного бджільництва;
- сплачують державне мито за нотаріальне посвідчення договорів про відчуження власного майна, якщо товари кожної окремої категорії відчужуються не частіше одного разу на календарний рік;
- сплачують фіксований податок відповідно до законодавства про оподаткування доходів фізичних осіб.

Торговий патент видається за плату суб'єктам підприємницької діяльності державними податковими органами за місцезнаходженням цих суб'єктів, суб'єктам підприємницької діяльності, що провадять торговельну діяльність або надають побутові послуги (крім пересувної торговельної мережі), - за місцезнаходженням пункту продажу товарів або пункту з надання побутових послуг, а суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснюють торгівлю через пересувну торговельну мережу, - за місцем реєстрації цих суб'єктів.

Порядок придбання торгового патенту на здійснення торговельної діяльності

Патентуванню підлягає торговельна діяльність, що здійснюється суб'єктами підприємницької діяльності або їх відокремленими підрозділами у пунктах продажу товарів.

Під торговельною діяльністю у цьому випадку розуміється роздрібна та оптова торгівля, діяльність у торговельно-виробничій (громадське харчування) сфері за готівкові кошти, інші готівкові платіжні засоби та з використанням кредитних карток.

Під пунктами продажу товарів слід розуміти:

- магазини та інші торгові точки, які знаходяться в окремих приміщеннях, будівлях або їх частинах і мають торговельний зал для покупців чи використовують для торгівлі його частину;

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

- автомагазини, розвозки та інші види пересувної торговельної мережі;

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

- стаціонарні, малогабаритні і пересувні автозаправні станції;

- заправні пункти, які здійснюють торгівлю нафтопродуктами та стиснутим газом;

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

- оптові бази, склади-магазини або інші приміщення, які використовуються для здійснення оптової торгівлі за готівкові кошти, інші готівкові платіжні засоби та з використанням кредитних карток.

Якщо суб'єкт підприємницької діяльності має відокремлені підрозділи, торговий патент слід придбати окремо для кожного підрозділу (торгової точки).

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

Вартість торгового патенту за календарний місяць встановлюється у межах таких граничних рівнів:

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

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

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

Вартість короткотермінового торгового патенту на здійснення торговельної діяльності за один день встановлюється у фіксованому розмірі 10 гривень.

Оплата вартості торгового патенту на здійснення торговельної діяльності здійснюється щомісячно в розмірі вартості торгового патенту за один місяць до 15 числа місяця, який передує звітному, а оплата короткотермінового торгового патенту - не пізніше ніж за 1 день до початку здійснення торговельної діяльності.

На суму, сплачену під час придбання торгового патенту, зменшується розмір плати за торговий патент, яка підлягає внесенню в останній місяць його дії.

Ви можете зробити попередню оплату вартості торгового патенту на здійснення торговельної діяльності за весь термін його дії, а також маєте право придбати торгові патенти на здійснення торговельної діяльності на наступні за поточним роки, але не більше ніж на 3 роки, сплативши повну вартість цих патентів під час їх одержання. При цьому Ви не зобов'язані будете доплачувати за сплачені торгові патенти на наступні роки, якщо після цього прийнятими нормативно-правовими актами буде збільшена вартість торгового патенту.

Суб'єкт підприємницької діяльності, котрий припинив

діяльність, яка підлягає патентуванню, до 15 числа місяця, що передує звітному, письмово повідомляє про припинення такої діяльності відповідний державний податковий орган. При цьому торговий патент підлягає поверненню до державного податкового органу, що видав його, а суб'єкту підприємницької діяльності повертається надмірно сплачена сума вартості торгового патенту.

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

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

з добавками і без них;

- продукти дитячого харчування;
- безалкогольні напої;
- морозиво;
- яловичина та свинина;
- домашня птиця;
- яйця;
- риба;
- ягоди і фрукти;
- мед та інші продукти бджільництва, бджолоінвентар і засоби

захисту бджіл;

- картопля і плодоовочева продукція;
- комбікорми для продажу населенню.

Закон "Про патентування деяких видів підприємницької діяльності" передбачає також перелік деяких видів товарів вітчизняного виробництва, торгівля якими вимагає придбання **пільгового торгового патенту**, як то:

- поштові марки, листівки, вітальні листівки та конверти непогашені;
- періодичні видання друкованих засобів масової інформації, книги, брошури, альбоми, нотні видання, буклети, плакати, картографічна продукція;
- проїзні квитки;
- товари народних промислів;
- готові лікарські засоби та деякі інші.

Вартість придбання пільгового торгового патенту становить 25 гривень за весь термін дії патенту.

Використання реєстраторів розрахункових операцій (РРО)

Законом України від 06.07.95 р. №265/95-ВР "Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг" визначено, що реєстратори розрахункових операцій (РРО) обов'язково застосовуються фізичними особами - суб'єктами підприємницької діяльності або юридичними особами (їх філіями, відділеннями, іншими відокремленими підрозділами), які здійснюють **операції з розрахунків** в готівковій та/або в безготівковій формі (із застосуванням платіжних карток, платіжних чеків, жетонів тощо) при продажу товарів (наданні послуг) **у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг**, а також уповноваженими банками та суб'єктами підприємницької діяльності, які виконують операції **купівлі-продажу іноземної валюти**.

Реєстратор розрахункових операцій - пристрій або програмно-технічний комплекс, в якому реалізовані фіскальні функції і який призначений для реєстрації розрахункових операцій при продажу товарів (наданні послуг), операцій з купівлі-продажу іноземної валюти та/або реєстрації кількості проданих товарів (наданих послуг). До реєстраторів розрахункових операцій відносяться: електронний контрольно-касовий апарат, електронний контрольно-касовий реєстратор, комп'ютерно-касова система, електронний таксометр, автомат з продажу товарів (послуг) тощо.

Розрахункова операція - приймання від покупця готівкових коштів, платіжних карток, платіжних чеків, жетонів тощо за місцем реалізації товарів (послуг), видача готівкових коштів за повернутий покупцем товар (ненадану послугу), а у разі застосування банківської платіжної картки - оформлення відповідного розрахункового документа щодо оплати в безготівковій формі товару (послуги) банком покупця або, у разі повернення товару (відмови від послуги), оформлення розрахункових документів щодо перерахування коштів у банк покупця.

Електронний контрольно-касовий апарат - реєстратор розрахункових операцій, який додатково забезпечує попереднє програмування найменування і ціни товарів (послуг) та облік їх кількості, друкування розрахункових та інших звітних документів. У

цьому Законі до електронних контрольно-касових апаратів відносяться також торговельні автомати або інше подібне устаткування, що призначене для операцій з продажу товарів (послуг) без видачі покупцю чека, іншого звітного документа за готівкові кошти чи їх замітники - жетони, картки платіжних систем або інші замітники грошей, без участі фізичної особи, яка контролює здійснення оплати таких товарів (послуг).

Державний реєстр реєстраторів розрахункових операцій - перелік моделей реєстраторів розрахункових операцій та їх модифікацій, які відповідають вимогам нормативних актів України, сертифіковані у державній системі сертифікації на відповідність вимогам діючих державних стандартів і дозволені для застосування у сфері, визначеній цим Законом.

Відповідно до п. 1 ст. 3 Закону суб'єкти підприємницької діяльності **зобов'язані** проводити розрахункові операції на повну суму покупки (надання послуги) через **зареєстровані, опломбовані в установленому порядку та приведені у фіскальний режим реєстратори розрахункових операцій** з роздрукуванням відповідних **розрахункових документів**, що підтверджують виконання розрахункових операцій, або у випадках, передбачених цим Законом, із застосуванням зареєстрованих у встановленому порядку **розрахункових книжок**.

Водночас ст. 9, ст. 10 Закону передбачено винятки з цієї норми – випадки, коли РРО при розрахунках **можуть не застосовуватися**. Так, у ст. 9 описано ситуації, коли суб'єкти підприємництва можуть не застосовувати ні РРО, ні книги ОРО, ні РК, у ст. 10 – коли вони можуть не застосовувати РРО, але зобов'язані застосовувати книги ОРО і РК.

Реєстратори розрахункових операцій та розрахункові книжки **не застосовуються**:

1) при здійсненні **торгівлі продукцією власного виробництва** та **наданні послуг** підприємствами, установами і організаціями усіх форм власності, крім підприємств торгівлі та громадського харчування, у разі проведення розрахунків у касах цих підприємств, установ і організацій з оформленням прибуткових і видаткових касових ордерів та видачею відповідних квитанцій, підписаних і завірених печаткою у встановленому порядку;

2) при виконанні усіх банківських операцій (крім операцій з купівлі-продажу іноземної валюти);

3) при виконанні операцій з купівлі-продажу іноземної валюти у разі, якщо ці операції виконуються у касах уповноважених банків з оформленням розрахункових документів відповідно до нормативних

актів Національного банку України;

4) при продажу проїзних і перевізних документів із застосуванням бланків суворого обліку на залізничному (крім приміського) та авіаційному транспорті з оформленням розрахункових і звітних документів та на автомобільному транспорті з видачею талонів, квитанцій, квитків з нанесеними друкарським способом серією, номером, номінальною вартістю, а також при продажу білетів державних лотерей через електронну систему прийняття ставок, що контролюється у режимі реального часу Державним казначейством України, та квитків на відвідування культурно-спортивних і видовищних закладів;

5) при продажу товарів (наданні послуг) суб'єктами підприємницької діяльності - фізичними особами, оподаткування доходів яких від такої діяльності здійснюється за фіксованим розміром податку шляхом придбання патенту відповідно до законодавства з питань оподаткування прибутковим податком з громадян, якщо такі суб'єкти не здійснюють продаж підкацизних товарів (крім пива на розлив);

6) при продажу товарів (наданні послуг) **суб'єктами підприємницької діяльності - фізичними особами**, оподаткування доходів яких здійснюється відповідно до законодавства з питань оподаткування суб'єктів малого підприємництва (в тому числі шляхом отримання свідоцтва про сплату **єдиного податку**), якщо такі суб'єкти не здійснюють продаж підкацизних товарів (крім пива на розлив), за умови ведення такими особами книг обліку доходів і витрат у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України за поданням державного органу, уповноваженого провадити державну регуляторну політику;

7) при продажу товарів (наданні послуг) суб'єктами підприємницької діяльності, які придбали спеціальний торговий патент відповідно до законодавства з питань патентування деяких видів підприємницької діяльності, якщо такі суб'єкти не здійснюють продаж підкацизних товарів (крім пива на розлив);

8) при продажу товарів (крім підкацизних) (наданні послуг) особами, які отримали пільговий торговий патент для продажу товарів (наданні послуг) відповідно до законодавства з питань патентування деяких видів підприємницької діяльності, за умови ведення такими особами книг обліку доходів і витрат у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України за поданням державного органу, уповноваженого провадити державну регуляторну політику, у разі коли такі особи не є платниками податку на додану вартість згідно із законодавством;

9) при здійсненні фізичними особами торгівлі продуктовими або промисловими товарами за готівкові кошти на ринках, якщо такі фізичні особи сплачують ринковий збір відповідно до законодавства;

10) при продажу у кіосках, з лотків та розносок газет, журналів та інших видань, листівок, конвертів, знаків поштової оплати, якщо питома вага такої продукції становить понад 50 відсотків загального товарообігу за відсутності продажу алкогольних напоїв та підакцизних непродовольчих товарів, а також при продажу жетонів та проїзних квитків у касах метрополітену;

11) при продажу води, молока, квасу, олії та живої риби з автоцистерн, цистерн, бочок та бідонів; страв та безалкогольних напоїв у їдальнях і буфетах загальноосвітніх навчальних закладів і професійно-технічних навчальних закладів під час навчального процесу;

12) якщо в місці отримання товарів (надання послуг) операції з розрахунків у готівковій формі не здійснюються (оптова торгівля тощо);

13) при продажу товарів у системах електронної торгівлі (комерції).

Постановою Кабінету Міністрів України від 23 серпня 2000 р. N 1336 (зі змінами) затверджено Перелік окремих форм та умов проведення діяльності у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг, яким дозволено проводити розрахункові операції без застосування реєстраторів розрахункових операцій **з використанням розрахункових книжок та книг обліку розрахункових операцій** :

1. Роздрібна торгівля продовольчими товарами та пивом у пляшках і бляшанках за умови відсутності продажу інших підакцизних товарів, що здійснюється:

суб'єктами підприємницької діяльності - фізичними особами, оподаткування доходів яких від такої діяльності здійснюється за фіксованим розміром податку шляхом придбання патенту відповідно до законодавства з питань обкладення прибутковим податком з громадян;

суб'єктами підприємницької діяльності - фізичними особами, оподаткування доходів яких здійснюється відповідно до законодавства з питань оподаткування суб'єктів малого підприємництва (в тому числі шляхом отримання свідоцтва про сплату єдиного податку).

2. Роздрібна торгівля через засоби пересувної торговельної мережі (автомагазини, авторозвозки, автоцистерни, цистерни,

бочки, бідони, низькотемпературні лотки-прилавки, візки, розноси, лотки, столики), що розташовані за межами стаціонарних приміщень.

3. Роздрібна торгівля на ринках, ярмарках (за винятком розташованих на їх території магазинів, кіосків, палаток, павільйонів, приміщень контейнерного типу.

4. Роздрібна торгівля та громадське харчування на території села, що здійснюється підприємствами споживчої кооперації, а також сільськогосподарськими товаровиробниками, які використовують продукцію власного виробництва.

5. Продаж страв та безалкогольних напоїв у буфетах вищих навчальних закладів, у їдальнях і буфетах підприємств УТОС та УТОГ.

6. Роздрібна торгівля, громадське харчування та побутове обслуговування на території закритих військових гарнізонів і містечок, а також військових частин, розташованих у межах сіл.

7. Роздрібна торгівля медичними і фармацевтичними товарами та надання медичних і ветеринарних послуг на території села.

8. Продаж товарів (за переліком, затвердженим Держкомзв'язку і погодженим із Мінекономіки та Державною податковою адміністрацією) і надання послуг поштовими відділеннями та пунктами зв'язку в селах.

9. Продаж газет, журналів, конвертів, листівок, знаків оплати поштових послуг, іншої друкованої продукції на підприємствах поштового зв'язку, якщо питома вага такої продукції становить понад 50 відсотків загального товарообороту за відсутності продажу алкогольних напоїв та підакцизних непродовольчих товарів.

10. Продаж квитків у кіосках та салонах транспортних засобів для проїзду в міському, приміському та міжміському електротранспорті, міжміському автотранспорті, на морських і річкових суднах, а також продаж у кіосках телефонних карток, що застосовуються у таксофонних мережах.

11. Надання побутових послуг:
на території села;

вдома у замовника з ремонту та встановлення побутових машин і приладів, радіоелектронної апаратури, телеантен, ремонту і складання меблів, прибирання квартир, догляду за дітьми, хворими та людьми похилого віку, фотографування, дрібного ремонту квартир за переліком робіт, що встановлюється Мінекономіки та Державною податковою адміністрацією, приготування їжі, прання білизни, хімічного чищення меблів, килимів та інших килимових

виробів (за умови проведення розрахунків на місці надання послуг);
з ремонту взуття, швейних та трикотажних виробів, виробів текстильної та шкіряної галантереї, радіоелектронної апаратури, побутових машин і приладів, металевих виробів та хімічного чищення структурними підрозділами підприємств і суб'єктами підприємницької діяльності з 1 або 2 працюючими.

12. Пункт 12 виключено

13. Надання послуг бібліотеками.

14. Продаж предметів релігійно-обрядової атрибутики та надання обрядових послуг релігійними організаціями.

15. Продаж товарів з розносок і ручних візків, надання послуг у салонах на залізничному, морському, річковому та повітряному транспорті за переліком, затвердженим Мінтрансом і погодженим з Мінекономіки та Державною податковою адміністрацією, а на повітряних судах, задіяних у міжнародних повітряних сполученнях, - також продаж алкогольних напоїв і тютюнових виробів.

16. Надання на вокзалах та у портах послуг носильниками з доставлення багажу пасажирів.

17. Роздрібна торгівля насінням у кіосках на території сіл та селищ міського типу.

18. Реалізація білетів державних лотерей, крім продажу цих білетів через електронну систему прийняття ставок, що контролюється у режимі реального часу Державним казначейством.

19. Приймання від населення вторинної сировини (крім металобрухту).

20. Страхування майнових та особистих ризиків фізичних осіб, яке проводиться страховими агентами за межами приміщення страховика, крім обов'язкового страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів за додатковими договорами ("Зелена Картка").

21. Надання ритуальних послуг за умови проведення розрахунків вдома у замовника.

22. Проведення діяльності у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг суб'єктами підприємницької діяльності на території сіл і селищ міського типу, яким згідно із Законом України "Про статус гірських населених пунктів в Україні" надано статус гірських.

23. Надання медичних послуг виїзними бригадами та медичне обслуговування вдома у замовника.

24. Організація прийому та обслуговування туристів в Україні, розрахунки за які проводяться у безготівковій формі (із застосуванням платіжних карток, платіжних чеків), а також надання

туристичних та екскурсійних послуг за умови проведення розрахунків за межами стаціонарних приміщень суб'єктів туристичної та екскурсійної діяльності.

25. Надання послуг:

з видачі дозволів на вилов риби і полювання;

з газопостачання, водопостачання, водовідведення і тепlopостачання в селах за умови проведення розрахунків вдома у споживача.

26. Продаж булочних, кондитерських і порційних кулінарних виробів, морозива, безалкогольних напоїв, сувенірів, іграшок і надувних кульок з розносок та ручних візків у театральновидовищних та спортивних закладах.

27. Приймання від населення та реалізація через бджільницькі торговельно-заготівельні пункти продуктів бджільництва, обладнання та інвентарю для пасічників.

Контроль за дотриманням суб'єктами підприємницької діяльності порядку проведення розрахунків за товари (послуги), інших вимог Закону здійснюють органи державної податкової служби України шляхом проведення **планових або позапланових перевірок** відповідно до законодавства України.

Контроль за дотриманням суб'єктами підприємницької діяльності порядку проведення операцій з купівлі-продажу іноземної валюти здійснюють Національний банк України, органи державної податкової служби України шляхом проведення оперативних перевірок.

Слід звернути увагу, що для осіб, котрі використовують спрощену систему оподаткування і які згідно із законодавством можуть не застосовувати ні РРО, ні РК статтею 16 Закону встановлено особливий порядок перевірок. Так, планова перевірка таких суб'єктів здійснюється органами, уповноваженими законом нараховувати або стягувати податки та збори (обов'язкові платежі) не частіше одного разу за результатами звітного календарного року, але не раніше термінів, визначених законодавством для подання річного податкового звіту (декларації) такими особами щодо такого податку. Будь-яке податкове або адміністративне нарахування, здійснене з порушенням цього правила, вважається незаконним і не підлягає виконанню. Позапланова перевірка, що проводиться уповноваженими контролюючими органами стосовно таких осіб, може здійснюватися виключно на підставі постанови слідчого, органу дізнання або згідно з рішенням суду.

Як платити податки

Основними нормативними актами, що визначають принципи побудови системи оподаткування в Україні, взаємовідносини платників податків і державних органів, їх права, обов'язки та відповідальність – є Закон України від 25.06.91р. №1251-ХІІ “Про систему оподаткування” та Закон України “Про порядок погашення зобов'язань платників податків перед бюджетами та державними цільовими фондами” від 21 грудня 2000 року N 2181-ІІІ.

Які податки платять підприємства

Юридичні особи (підприємства) мають можливість обрати **загальну** або **спрощену** систему оподаткування.

В порівняльній таблиці 1 вказано які основні податки платять підприємства на загальній та на спрощеній системі оподаткування.

Табл. 1. Основні податки, які платять підприємства на загальній та на спрощеній системі оподаткування

№ п/п	Найменування податку	Ставки	Платники податку	
			загальна система оподаткування	спрощена система оподаткування
1	Податок на прибуток	25% від отриманого прибутку за звітний період (щоквартально)	+	-
2	Податок на додану вартість (ПДВ) - 20%	сплаті підлягає різниця між податковим зобов'язанням (ПДВ, яке нараховує Ваше підприємство при реалізації товарів та отриманні попередньої оплати) та податковим кредитом (вхідне ПДВ, яке нараховують Вам Ваші постачальники на свої товари та послуги, за наявності податкових накладних) – щомісячно	+	при сплаті 6% єдиного податку
3	Податок з власників транспортних засобів та інших самохідних машин і механізмів	Сплачують власники транспортних засобів. Ставки податку залежать від марки транспортних засобів, об'єму та потужності двигуна тощо (сплата щоквартально та при реєстрації куплених транспортних засобів)		

4	Комунальний податок	встановлюється органами місцевого самоврядування (переважно 10% від річного фонду оплати праці, який визначається як добуток середньоспискової чисельності працівників за звітний період (місяць чи квартал) на неоподаткований мінімум доходів громадян - 17 грн)	+	-
5	Земельний податок та орендна плата (з юридичних осіб) за земельні ділянки, які перебувають у державній та комунальній власності	ставка даного податку встановлюється органами місцевого самоврядування, виходячи з оцінки землі - розрахунок подається на рік, сплата - щомісячно	+	-
6	Акцизний збір	сплачується згідно до встановлених ставок від обороту реалізації вироблених підакцизних товарів згідно до переліку КМУ (тютюнові вироби, алкогольні напої, етиловий спирт, деякі транспортні засоби, відеотехніка і т.д.) та при імпорті підакцизних товарів на територію України		
7	Збір за спеціальне використання водних ресурсів та за користування водами для потреб гідроенергетики та водного транспорту	податок обчислюється виходячи з обсягів використаної води в процесі господарської діяльності		
8	Збір за забруднення навколишнього середовища	сплачується підприємствами, які здійснюють викиди шкідливих речовин в атмосферу, захоронення відходів, використовують в своїй діяльності паливо-мастильні матеріали і т.п. згідно до встановлених ставок, нормативів та обсягів забруднення		
9	Збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства	Сплачується СПД (в тому числі і СПДФО) незалежно від форм власності та підпорядкування, які реалізують в оптово-роздрібній торговельній мережі алкогольні напої та пиво, ставка у розмірі 1 % виручки від реалізації таких товарів.		
10	Єдиний податок СМП - юридичною особою	а) 6 % від надходжень від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)+ ПДВ до сплати б) 10 % від надходжень від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	-	+
11	Плата за торговий патент на здійснення торговельної діяльності/діяльності з надання побутових послуг	сплачують підприємства, які здійснюють оптову та роздрібну торгівлю або надають побутові послуги, місячна оплата у розмірах від 30 грн. до 320 грн.	+	-
12	Пенсійні внески при виплаті заробітної плати	1) нарахування у розмірі 33,2 % від фонду оплати праці (сплачуються за рахунок підприємства-роботодавця)	+	+

		2) утримання із заробітної плати кожного окремого працівника у розмірі: - 0,5% з частини з/пл. до розміру прожитк. мінім.; - 2% з частини з/пл., понад розмір прожитк. мінім.	+	+
13	Страхові внески на випадок безробіття при виплаті заробітної плати	1) нарахування у розмірі 1,3 % від фонду оплати праці (сплачуються за рахунок підприємства-роботодавця). 2) утримання у розмірі 0,5 % від заробітної плати кожного окремого працівника.	+	-
14	Страхові внески з тимчасової втрати працездатності при виплаті заробітної плати	1) нарахування у розмірі 1,5 % від фонду оплати праці (сплачуються за рахунок підприємства-роботодавця). 2) утримання із заробітної плати кожного окремого працівника у розмірі: - 0,5 % від усієї з/пл. до розміру прожитк. мінім.; - 1 % від усієї з/пл., що перевищує розмір прожитк. мінім.	+	-
15	Податок з доходів фізичних осіб при виплаті заробітної плати	утримання із заробітної плати кожного окремого працівника у розмірі 15 % від нарахованої заробітної плати за виключенням утримань з зарплати та соціальної пільги. Податок= (нарах.з/п– утримання соц.страх. – податкова соц. пільга) x 15%	+	+
16	Страхові внески щодо нещасного випадку на виробництві при виплаті заробітної плати	ставки встановлюють виходячи з класу небезпечності діяльності підприємства, податок обчислюється від фонду оплати праці щомісячно	+	+

Загальна система оподаткування складається з сукупності податків і зборів (обов'язкових платежів) до бюджетів та до державних цільових фондів, що нараховуються у встановленому законами України порядку. Відповідно до Закону "Про систему оподаткування" в Україні нараховуються:

- *загальнодержавні податки і збори* (перелік визначено статтею 14);

- *місцеві податки і збори* (перелік визначено статтею 15).

Порядок обчислення та граничні розміри місцевих податків і

зборів (обов'язкових платежів) встановлено Декретом Кабінету Міністрів України від 20.05.1993 р. №56-93 "Про місцеві податки і збори".

Спрощена система оподаткування або сплата єдиного податку введена Указом Президента „Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва” від 03.07.1998 р. №727/98.

Юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми та форми власності можуть обирати спрощену систему оподаткування за умови, якщо:

- середньооблікова чисельність працюючих на підприємстві за рік не перевищує 50 осіб;
- обсяг виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 1 млн. гривень.

Якщо в ході діяльності виникла ситуація, що ваше підприємство вже не відповідає вищезазначеним вимогам для платників єдиного податку (перевищує кількість працюючих або обсяг виручки), то ви повинні перейти на загальну систему оподаткування, обліку та звітності, починаючи з наступного звітного періоду (кварталу).

Не можуть бути платниками єдиного податку:

- СПД – юридичні особи, на яких поширюється дія Закону України "Про патентування деяких видів підприємницької діяльності" в частині придбання спеціального патенту;
- довірчі товариства, страхові компанії, банки, інші фінансово-кредитні та небанківські фінансові установи;
- суб'єкти підприємницької діяльності, у статутному фонді яких частки, що належать юридичним особам - учасникам та засновникам даних суб'єктів, які не є суб'єктами малого підприємництва, перевищують 25 %;
- учасники спільної діяльності на підставі договору про спільну діяльність, визначеної пунктом 7.7 Закону України "Про оподаткування прибутку підприємств".

Середньооблікова чисельність працюючих для суб'єктів малого підприємництва визначається за методикою, затвердженою органами статистики, з урахуванням усіх його працівників, у тому числі тих, що працюють за договорами та за сумісництвом, а також працівників представництв, філіалів, відділень та інших відособлених підрозділів.

Підприємства, які працюють за спрощеною системою

оподаткування мають право застосовувати лише готівковий та безготівковий способи розрахунку коштами за відвантажену продукцію (не дозволяється застосовувати бартер, взаємозаліки і т.п.).

Суб'єкт підприємницької діяльності - юридична особа (СПДЮО), який працює за спрощеною системою обліку, може обрати *одну з двох ставок єдиного податку*:

- **6 % суми виручки** від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) без урахування акцизного збору в разі сплати податку на додану вартість згідно із Законом України "Про податок на додану вартість" (тобто СПДЮО сплачує ПДВ + 6 % виручки від реалізації);
- **10 % суми виручки** від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), за винятком акцизного збору, в разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку (тобто СПДЮО сплачує 10 % виручки від реалізації і не є платником ПДВ).

Якщо підприємство реалізовує підакцизний товар, акцизний збір додатково сплачується в установленому порядку.

Для переходу із загальної на спрощену систему (сплату єдиного податку) необхідно подати письмову заяву до органу державної податкової служби за місцем державної реєстрації і зазначити, яку саме ставку єдиного податку підприємство бажає обрати (6 % + ПДВ або 10 %). Заява подається не пізніше ніж за 15 днів до початку наступного звітного періоду з умови сплати всіх установлених податків та обов'язкових платежів за попередній звітний період. Переходити з однієї системи оподаткування на іншу можна лише 1 раз за календарний рік.

Звітність. За результатами господарської діяльності за звітний період (квартал) СПДЮО подають до органу державної податкової служби до 20 числа місяця, що настає за звітним періодом, розрахунки про сплату єдиного податку, акцизного збору і, в разі обрання ними єдиного податку за ставкою 6 %, розрахунок про сплату ПДВ, а також платіжні доручення на сплату єдиного податку за звітний період з позначкою банку про зарахування коштів. Окрім податкової звітності, СПД щомісячно звітуються до інших державних фондів (Пенсійний фонд, Фонд соц. страхування з тимчасової втрати працездатності, Фонд соц. страхування на випадок безробіття, Фонд соц. страхування від нещасних випадків).

Суб'єкт малого підприємництва - юридична особа зобов'язана вести книгу обліку доходів та витрат і касову книгу.

Суб'єкти малого підприємництва несуть відповідальність за правильність обчислення, своєчасність подання розрахунків та сплати сум єдиного податку згідно із законодавством України.

Платники єдиного податку - юридичні особи - ведуть податковий облік за тими податками, платниками яких вони є.

Юридичні особи-платники єдиного податку звільняються від оплати наступних податків:

- податку на додану вартість, крім випадку, коли юридична особа обрала спосіб оподаткування доходів за єдиним податком за ставкою 6 %;

- податку на прибуток підприємств;
- плати (податку) за землю;
- збору на спеціальне використання природних ресурсів;
- комунального податку;
- збору за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг;

- плати за торгові патенти згідно із Законом України „Про патентування деяких видів підприємницької діяльності”.

Якщо Ви створили нове підприємство і подали заяву на спрощену систему оподаткування, то ваше підприємство вважається платником єдиного податку з того кварталу, в якому проведено державну реєстрацію.

Спрощена система оподаткування є легшою для ведення бухгалтерського обліку, і платники єдиного податку здають меншу кількість звітів до органів державного контролю.

Податок на додану вартість (ПДВ)

ПДВ стягується відповідно до Закону України від 03.04.1997р №168/97-ВР “Про податок на додану вартість”.

Платником податку є:

1. Будь-яка особа, яка:

а) здійснює або планує здійснювати господарську діяльність та реєструється за своїм добровільним рішенням як платник цього податку;

б) підлягає обов'язковій реєстрації як платник цього податку;

в) імпортує товари (супутні послуги) в обсягах, що підлягають оподаткуванню цим податком згідно з нормами цієї статті.

2. Будь-яка особа, яка за своїм добровільним рішенням зареєструвалася платником податку.

Особа підлягає **обов'язковій реєстрації** як платник податку, зокрема, у разі:

- коли загальна сума від здійснення операцій з поставки товарів (послуг), у тому числі з використанням локальної або глобальної комп'ютерної мережі, що підлягають оподаткуванню

згідно з цим Законом, нарахована (сплачена, надана) такій особі або в рахунок зобов'язань третім особам, протягом останніх дванадцяти календарних місяців сукупно перевищує **300000 гривень (без урахування податку на додану вартість)**.

Об'єктом оподаткування є **операції платників податку з:**

- поставки товарів та послуг, місце надання яких знаходиться на митній території України, в тому числі операції з передачі права власності на об'єкти застави позичальнику (кредитору) для погашення заборгованості заставодавця, а також з передачі об'єкта фінансового лізингу у користування лізингоотримувачу (орендарю);

- ввезення товарів (супутніх послуг) у митному режимі імпорту або реімпорту (далі - імпорту);

- вивезення товарів (супутніх послуг) у митному режимі експорту або реекспорту (далі - експорту), поставки транспортних послуг по перевезенню пасажирів, вантажобагажу (товаробагажу) та вантажу за межами державного кордону України.

Юридичні особи - платники єдиного податку за ставкою 10 %, а також фізичні особи – платники фіксованого та єдиного податків **звільняються від сплати ПДВ.**

СПД, які підпадають під визначення платників податку, зобов'язані зареєструватися як платники податку в органі державної податкової служби за місцем їх знаходження.

Якщо вид діяльності та обсяги продажу не зобов'язують СПД бути платником ПДВ, але він вважає за доцільне зареєструватись як платник ПДВ, то він може зареєструватись, подавши заяву до органу податкової служби.

Реєстраційна заява може бути надіслана на адресу органу державної податкової служби поштою з повідомленням про вручення. Орган державної податкової служби зобов'язаний протягом 10 робочих днів надати заявнику (надіслати поштою з повідомленням про вручення за рахунок заявника) свідоцтво про реєстрацію як платника податку.

Копії свідоцтва про реєстрацію, засвідчені органом державної податкової служби, мають бути розміщені в доступних для огляду місцях у приміщенні платника податку та в усіх його відокремлених підрозділах.

Правила такого розміщення та відповідальність за порушення цих правил встановлюються центральним податковим органом.

Податок з доходів фізичних осіб

22 травня 2003 року Верховна Рада України прийняла Закон України № 889-IV «Про податок з доходів фізичних осіб». Закон набув чинності з 1 січня 2004 року.

Згідно з положеннями ст.2 цього Закону **платниками податку є:**

- резидент, який отримує як доходи з джерелом їх походження з території України, так і іноземні доходи;
- нерезидент, який отримує доходи з джерелом їх походження з території України.

Дохід - сума будь-яких коштів, вартість матеріального і нематеріального майна, інших активів, що мають вартість, у тому числі цінних паперів або деривативів, одержаних платником податку у власність або нарахованих на його користь, чи набутих незаконним шляхом у випадках, визначених цим Законом, протягом відповідного звітного податкового періоду з різних джерел як на території України, так і за її межами.

Законом встановлена єдина ставка оподаткування більшості видів доходів – **15%** замість п'яти ставок оподаткування – 10, 15, 20, 30 і 40 %. що діяли раніше згідно положень Декрету КМУ «Про прибутковий податок з громадян» від 26 грудня 1992 року N 13-92 .

Для деяких видів доходів Законом передбачаються інші ставки оподаткування. Так, ставка податку становить 5 % об'єкта оподаткування, нарахованого податковим агентом як:

- процент на депозит (вклад) у банк чи небанківську фінансову установу відповідно до закону (крім страховиків);
- процентний або дисконтний дохід за ощадним (депозитним) сертифікатом.

Ставка податку становить подвійний розмір ставки (30 %) від об'єкта оподаткування, нарахованого як виграш чи приз (крім виграшів у державну лотерею у грошовому виразі), або будь-яких інших доходів, нарахованих на користь нерезидентів – фізичних осіб, за винятком доходів, визначених у пп. 9.11.3 п. 9.11 ст. 9 цього Закону (процентів, дивідендів, роялті).

Ставка податку може мати інший розмір, прямо визначений відповідними нормами цього Закону.

При нарахуванні доходів у вигляді **заробітної плати** об'єкт оподаткування визначається як нарахована сума такої заробітної плати, зменшена на суму збору до Пенсійного фонду України та внесків до фондів загальнообов'язкового державного соціального

страхування, які відповідно до закону справляються за рахунок доходу найманої особи.

Законом запроваджено досить суттєву новацію. На відміну від чинного порядку зменшення сукупного оподаткованого доходу громадян на певну кількість неоподатковуваних мінімумів Законом передбачено систему надання так званих **податкових соціальних пільг**.

Суть податкової соціальної пільги полягає в наступному: встановлений для різних категорій працівників розмір податкової пільги **віднімається від нарахованої заробітної плати** працівника за звітний місяць (в тому випадку, якщо ця заробітна плата не перевищує суми місячного прожиткового мінімуму для працездатної особи, помноженої на 1,4 та округленої до найближчих 10 грн (2007 рік - 740 грн., 2008 рік – 890 грн.) і з цієї різниці утримуються податки із заробітної плати працівника. Тобто фактично цим зменшуються суми утриманих з зарплати податків і збільшується сума зарплати, яка видається працівнику на руки.

Законом встановлено **3 розміри** податкової соціальної пільги:

- у розмірі, що дорівнює **50 відсоткам однієї мінімальної заробітної плати** (у розрахунку на місяць), встановленої законом **на 1 січня** звітного податкового року, - для будь-якого платника податку;

- у розмірі, що дорівнює **150 відсоткам суми пільги**, - для платника податку, який:

а) є самотньою матір'ю або самотнім батьком (опікуном, піклувальником) - у розрахунку на кожну дитину віком до 18 років;

б) утримує дитину-інваліда - у розрахунку на кожну дитину віком до 18 років;

в) має троє чи більше дітей віком до 18 років - у розрахунку на кожну таку дитину;

г) є вдівцем або вдовою;

д) є особою, віднесеною законом до 1 або 2 категорії осіб, постраждалих внаслідок Чорнобильської катастрофи, включаючи осіб, нагороджених грамотами Президії Верховної Ради УРСР у зв'язку з їх участю в ліквідації наслідків Чорнобильської катастрофи;

е) є учнем, студентом, аспірантом, ординатором, ад'юнктом;

є) є інвалідом I або II групи, у тому числі з дитинства;

ж) є особою, якій присуджено довічну стипендію як громадянину, що зазнав переслідувань за правозахисну діяльність, включаючи журналістів;

- у розмірі, що дорівнює **200 відсоткам суми пільги**, - для платника податку, який є:

а) особою, що є Героєм України, Героєм Радянського Союзу, Героєм Соціалістичної Праці або повним кавалером ордена Слави чи ордена Трудової Слави;

б) учасником бойових дій під час Другої світової війни або особою, яка у той час працювала в тилу, на яких поширюється дія Закону України "Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту";

в) колишнім в'язнем концтаборів, гетто та інших місць примусового утримання під час Другої світової війни або особою, визнаною репресованою чи реабілітованою;

г) особою, яка була насильно вивезена з території колишнього СРСР під час Другої світової війни на територію держав, що перебували у стані війни з колишнім СРСР або були окуповані фашистською Німеччиною та її союзниками;

д) особою, яка перебувала на блокадній території колишнього Ленінграда (Санкт-Петербург, Російська Федерація) у період з 8 вересня 1941 року по 27 січня 1944 року.

Податкова соціальна пільга застосовується до нарахованого місячного доходу платнику податку у вигляді заробітної плати виключно за одним місцем його нарахування (виплати).

Платник податку подає працедавцю заяву про самостійне обрання місця застосування податкової соціальної пільги (далі - заява про застосування пільги) за формою, визначеною центральним податковим органом.

Податкова соціальна пільга починає застосовуватися до нарахованих доходів у вигляді заробітної плати з дня отримання працедавцем заяви платника податку про застосування пільги. Платник податку, який змінює за самостійним рішенням місце отримання податкової соціальної пільги, зобов'язаний надати працедавцю за попереднім місцем її застосування заяву про відмову від такої пільги за формою, визначеною центральним податковим органом. Така заява не подається, якщо платник податку припиняє трудові відносини з таким працедавцем з будь-яких підстав, а також у випадках, визначених у підпункті 6.3.3 ст.6 Закону.

Безперечною особливістю цього Закону є встановлення права платника податку на **податковий кредит**, який є сумою витрат, фактично понесених платником податку – резидентом у зв'язку з придбанням товарів (робіт, послуг) у резидентів України протягом звітного року.

На суму таких витрат дозволяється **зменшення** суми загального річного оподаткованого доходу платника, одержаного ним за наслідками календарного року.

До складу податкового кредиту включено:

- частину суми процентів за іпотечним кредитом;
- суму коштів, сплачених платником податку на користь освітніх закладів;
- суму коштів або вартість майна, переданих платником податку у вигляді пожертвувань;
- суму власних коштів платника податку, сплачених на користь закладів охорони здоров'я;
- суму витрат платника податку на сплату за власний рахунок страхових внесків тощо.

Законом встановлено деякі **особливості в оподаткуванні** таких доходів, як доходи від надання нерухомості в оренду (суборенду), житловий найм (піднайм); проценти, дивіденди, роялті; доходи від операцій з інвестиційними активами; доходи, отримані у вигляді благодійної допомоги; доходи, отримані за договорами довгострокового страхування життя та недержавного пенсійного страхування; доходи від операцій, пов'язаних з іпотечним житловим кредитуванням, рухомим та нерухомим майном тощо.

Одним із важелів забезпечення суто технічного виконання вимог цього Закону є визначення юридичної особи, її філій, відділень, інших відокремлених підрозділів або фізичної особи чи представництва нерезидента **податковими агентами**. Вони зобов'язані нараховувати, утримувати та сплачувати цей податок до бюджету від імені та за рахунок платника податку. Податкові агенти зобов'язані також подавати **податковий розрахунок** сум доходу, нарахованого платнику податку, а також сум утриманого з них податку до податкових органів згідно із законодавством і нести відповідальність за порушення норм цього Закону.

Податковим агентом є також фізична особа – суб'єкт підприємницької діяльності, яка використовує найману працю інших фізичних осіб і виплачує їм заробітну плату.

Які податки платить підприємець-фізична особа

Чинне законодавство встановлює три способи оподаткування доходів фізичних осіб від здійснення підприємницької діяльності: **фіксований податок**, **єдиний податок** (спрощена система оподаткування) і **загальна система оподаткування** (або авансові платежі).

1. Фіксований податок

Порядок сплати фіксованого податку визначений ст.14 Декрету Кабінету Міністрів України "Про прибутковий податок з громадян"

СПД-фізичні особи мають право самостійно обрати спосіб оподаткування за фіксованим розміром податку шляхом придбання **патенту**, але при умові якщо:

- вони здійснюють підприємницьку діяльність з продажу товарів і надання супутніх такому продажу послуг на ринках та є платниками ринкового збору згідно з законодавством. Інші доходи такої фізичної особи, одержані від здійснення інших видів підприємницької діяльності, оподатковуються за загальними правилами;

- кількість осіб, які перебувають у трудових відносинах з такою особою - платником податку, включаючи членів його сім'ї, які беруть участь у підприємницькій діяльності, не перевищує 5 (п'яти);

- валовий дохід такої фізичної особи від самостійного здійснення підприємницької діяльності або з використанням найманої праці за останні 12 календарних місяців, що передують місяцю придбання патенту, не перевищує 7000 неоподатковуваних мінімумів (на сьогодні неоподаткований мінімум складає 17,00 грн., відповідно $7000 \times 17,00 = 119000,00$ грн.).

Не дозволяється застосовувати фіксований податок при здійсненні торгівлі лікєро-горілчаними та тютюновими виробами.

Платники фіксованого податку не зобов'язані застосовувати касові апарати та розрахункові квитанції у разі, якщо вони не здійснюють торгівлі підакцизними товарами.

У разі сплати фіксованого податку платник такого податку звільняється від обов'язкового ведення обліку доходів і витрат.

Квитанція про сплату фіксованого податку є підставою для видачі патенту податковим органом за місцем реєстрації фізичної особи - суб'єкта підприємницької діяльності.

Для одержання патенту платник податку подає до податкового органу заяву, складену в довільній формі, яка повинна містити інформацію про місце здійснення підприємницької діяльності; перелік осіб, які перебувають у трудових відносинах з платником податку, та їх ідентифікаційні номери або членів його сім'ї, які беруть участь у здійсненні підприємницької діяльності, і їх ідентифікаційні номери, а також інформацію про доходи платника фіксованого податку від здійснення підприємницької діяльності за останні 12 місяців або про неотримання таких доходів.

Податковий орган зобов'язаний видати патент протягом 3 (трьох) робочих днів з дня прийняття вказаної заяви від платника податку, оформленої належним чином.

Патент видається на строк від 1 до 12 календарних місяців за вибором платника фіксованого податку. У разі, коли протягом строку дії патенту відповідною місцевою радою змінюється розмір фіксованого податку, перерахунок його не здійснюється.

Патент може бути скасований (з його вилученням) за рішенням керівника податкового органу до закінчення строку його дії, якщо:

- за дорученням або від імені платника фіксованого податку здійснюється торгівля особою, відомості про яку не внесені до патенту.

У цьому випадку фізична особа - суб'єкт підприємницької діяльності позбавляється права застосовувати фіксовану ставку податку протягом 12 календарних місяців, наступних за місяцем вчинення порушення, та сплачує штраф у розмірі повної суми фіксованого податку в розрахунку за місяць за кожну особу, відомості про яку не внесені до патенту;

- платник фіксованого податку, особи, які перебувають з ним у трудових відносинах, а також члени його сім'ї, які беруть участь у підприємницькій діяльності, здійснюють торгівлю лікєро-горілчаними та тютюновими виробами.

У цьому випадку фізична особа - суб'єкт підприємницької діяльності притягається до відповідальності згідно з законодавством України.

Розміри фіксованого податку встановлюються місцевими радами залежно від територіального розташування місця торгівлі і не можуть бути меншими ніж 20 гривень та більшими ніж 100 гривень за календарний місяць. Сплата податку здійснюється наперед – перед початком звітного місяця.

У разі, коли платник податку здійснює підприємницьку діяльність з використанням найманої праці або за участю у

підприємницькій діяльності членів його сім'ї, розмір фіксованого податку збільшується на 50 % за кожну особу. У такому випадку платник фіксованого податку має самостійно доплатити 50 % від суми встановленого фіксованого податку з розрахунку на кожну додаткову особу та повідомити про це податковий орган, який зобов'язаний внести відповідні зміни до патенту в строки, передбачені для його видачі.

2. Сплата єдиного податку або спрощена система оподаткування

Спрощену систему оподаткування, обліку та звітності запроваджено Указом Президента України від 03.07.98р. №927/98 "Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва".

Обрати спрощену систему оподаткування СПДФО може самостійно шляхом отримання свідоцтва про сплату єдиного податку, з-за умови, якщо:

- у трудових відносинах з ними, включаючи членів їх сімей, протягом року перебуває не більше 10 осіб;
- обсяг виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 500 тис. гривень.

Єдиний податок не поширюється на СПДФО, які здійснюють торгівлю лікєро-горілчаними та тютюновими виробами, пально-мастильними матеріалами.

Виручкою від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) вважається сума, фактично отримана суб'єктом підприємницької діяльності на розрахунковий рахунок або (та) в касу за здійснення операцій з продажу продукції (товарів, робіт, послуг).

Ставка єдиного податку для підприємців встановлюється місцевими радами залежно від виду діяльності і не може становити менше 20 гривень та більше 200 гривень на місяць.

У разі коли підприємець здійснює кілька видів підприємницької діяльності, для яких установлено різні ставки єдиного податку, вона отримує одне свідоцтво, в якому вказуються всі ці види діяльності, а єдиний податок сплачується у розмірі максимальної ставки.

Підприємець – фізична особа – платник єдиного податку не є платником таких податків і зборів:

- податку на додану вартість;
- податку на прибуток підприємств;
- податку на доходи фізичних осіб (для самих фізичних осіб -

суб'єктів малого підприємництва);

- плати (податку) за землю;
- податку на промисел;
- збору на обов'язкове державне пенсійне страхування (для самих фізичних осіб - суб'єктів малого підприємництва);
- збору за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг;
- плати за патенти згідно із Законом України "Про патентування деяких видів підприємницької діяльності".

У разі коли платник єдиного податку здійснює підприємницьку діяльність з використанням найманої праці або за участю у підприємницькій діяльності членів його сім'ї, ставка єдиного податку збільшується на 50 % за кожну особу.

Вищезгаданий Указ говорить, що підприємець - фізична особа сплачує єдиний податок щомісяця не пізніше 20 числа наступного місяця на окремий рахунок відділень Державного казначейства України, проте реально податкові служби вимагають його сплату до 20 числа поточного місяця за наступний місяць (наприклад, до 20 квітня за травень).

Основними перевагами спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для підприємців – фізичних осіб є те, що:

1) ставка єдиного податку є фіксованою і не залежить від щомісячно одержуваного доходу;

2) для СПДФО діє спрощена система обліку та звітності. Ви зможете самостійно оформляти всю необхідну для звітності документацію без спеціальної бухгалтерської освіти;

3) підприємцю на єдиному податку не потрібно отримувати торговий патент на здійснення торговельної діяльності;

4) СПДФО - платники єдиного податку мають право не застосовувати реєстратори розрахункових операцій (касові апарати) для проведення розрахунків із споживачами, за умови, що вони не реалізують підакцизні товари;

5) дозвіл на розміщення об'єктів торгівлі платники єдиного податку отримують безоплатно (але це не звільняє їх від сплати за послуги оцінки відповідності торговельної точки нормам чинного законодавства, які надають інспектори відповідних дозвільних інстанцій - органів пожежного нагляду, державної санітарно-епідеміологічної служби і. т. і.).

3. Загальна система оподаткування

На загальну систему оподаткування (або авансові платежі) підприємець змушений перейти у разі, коли він не може бути

платником фіксованого або єдиного податків, або також може обрати її самостійно.

Основну суму платежів податків до бюджету для Вас становитимуть податок з доходів фізичних осіб (15 % чистого доходу), податок на додану вартість (обов'язково лише у випадку досягнення обороту більше 300000 грн.), плата за торговий патент, платежі на обов'язкове державне пенсійне страхування (33.2 % чистого доходу) та збір за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг.

Чистий оподаткований дохід – це різниця між доходами від реалізації та документально підтвердженими витратами (якщо документального підтвердження витрат немає, витрати визначаються процентною ставкою від доходу в залежності від виду діяльності підприємця – мінімальна 25 %).

Таблиця 2 вказує основні види податків, які сплачує підприємець при застосуванні різних систем оподаткування.

Таблиця 2. Які податки сплачують підприємці-фізичні особи

Підприємець здійснює підприємницьку діяльність сам, без найманих працівників	
Платник фіксованого податку	Встановлений місячний розмір фіксованого податку: від 20 до 100 грн.
Платник єдиного податку	Встановлений місячний розмір єдиного податку: від 20 до 200 грн.
Платник авансових платежів на загальній системі оподаткування	1) Податок податок з доходів фізичних осіб – 15 % від чистого оподаткованого доходу 2) Внесок до пенсійного фонду – 33,2 % від чистого оподаткованого доходу

Як написати бізнес-план

Практика підказує, що реалізація будь-якої серйозної комерційної ідеї має розпочинатися з розробки бізнес-плану.

Бізнес-план - це документ, який детально описує всі аспекти запланованої вами діяльності, докладно аналізує проблеми, які можуть виникнути в ході реалізації запланованої ідеї, та можливі шляхи їх вирішення. Правильно складений бізнес-план має аргументовано відповісти на питання: чи варто вкладати кошти в задуману справу й чи дасть вона прибуток, який виправдає затрачені зусилля та кошти?

Бізнес-план може розроблятися в наступних випадках:

- для власних потреб - планування власної діяльності, оцінки життєздатності запланованого проекту та прорахування необхідних затрат, очікуваних доходів і періоду, коли ці затрати себе окуплять;
- для залучення зовнішніх інвесторів (отримання інвестиції, дотації, кредиту, і т. ін.) – переконання інвестора в тому, що ваш проект є для нього гарним вкладенням коштів, що він є реальним для виконання і досить швидко принесе заплановані прибутки;
- для переконання потенційних партнерів взяти участь в його реалізації.

Бізнес-план є необхідним не лише на стадії створення нового підприємства, його також складають вже існуючі фірми для планування своєї діяльності на певний період часу (рік, 3 роки, 5 років).

Структура бізнес-плану

Загалом кажучи, немає єдиної "стандартної" схеми написання бізнес-плану. І це зрозуміло, оскільки можуть бути різними цілі його написання і критерії оцінки тими людьми або організаціями, котрі його розробляють. Проте, цей документ треба складати за певними загальними правилами:

- бізнес-план має бути лаконічний і поданий у зручній для ознайомлення формі;
- бізнес-план для власних потреб складається у виді плану дій з описом усіх кроків;
- бізнес-план для банку має переконувати його працівників, що ви зможете повернути кредит протягом терміну, на який його берете;
- бізнес-план для потенційного партнера має

переконувати, що створений бізнес буде приносити стабільний дохід протягом довгих років. Партнер повинен зрозуміти з бізнес-плану, що очікується значний ріст обсягів ринку, а виробництво здатне дати певну кількість продукції;

- бізнес-план для інвесторів має показувати, що ваша бізнес-ідея є життєздатна, що ви здатні організувати правильно діяльність, забезпечити необхідний ріст реалізації продукції, маєте необхідні компетенції та зв'язки, і його інвестиції не лише швидко повернуться, а й дадуть очікувані дивіденти;

- навіть, якщо ви звертаєтесь за допомогою у написанні бізнес-плану до спеціалістів, то маєте брати активну участь в його написанні, оскільки зміст бізнес-плану - це докладна схема вашої майбутньої підприємницької діяльності і саме вам прийдеться його реалізовувати. Форма, повнота, характер написання бізнес-плану дають уяву про людину, яка його склала та буде реалізовувати, тому варто приділити цьому достатньо уваги, якщо ви хочете переконати когось в доцільності вашого бізнесу;

- для підготовки бізнес-плану необхідно зібрати чимало інформації, яку попередньо варто проаналізувати (зробити "прикидку" фінансових результатів) і тільки після цього розпочинати написання проекту.

Структура узагальненого проекту (може використовуватись і для виробництва, і для торгівлі, і для надання послуг) має містити наступні пункти:

1. Резюме
2. Характеристика об'єкту інвестування
3. Характеристика продукції за проектом
4. Аналіз ринку
5. Аналіз конкурентів
6. План маркетингу
7. План і структура виробництва
8. Організаційний план і управління проектом
9. Юридичний план
10. Оцінка ризиків
11. Фінансовий план інвестиційного проекту

Звичайно, поданий взірець структури бізнес-плану є досить розгорнутим, проте він дає загальну схему, яку ви можете використати для написання будь-якого бізнес-плану, використовуючи ті пункти, що стосуються саме вашого проекту. В невеликому проекті можна представляти інформацію в дещо спрощеному вигляді. Все залежить від того, для кого і для чого ви розробляєте бізнес-план.

1. РЕЗЮМЕ

Резюме бізнес-плану – це дуже стислий опис всього проекту. Воно повинно містити наступну інформацію:

- **Назва проекту** (правильно написана назва проекту має нести вже достатню інформацію про те, що планується. Наприклад, „Створення нової торгової точки з роздрібного продажу молочних продуктів у місті Нововолинську”)

- **Ціль розробки даного бізнес-плану** (для чого та для кого розробляєте бізнес-план)

- **Ціль проекту** (мета бізнес-діяльності, яку ви плануєте). Цілі проекту – це цілі вашого бізнесу, які визначаються загальною стратегією: розширення ринку, впровадження нововведень, отримання максимального прибутку, створення нового бізнесу, розширення існуючого бізнесу, купівля бізнесу, інше. Цілі мають бути описані таким чином, щоб було зрозуміло і переконливо для кожної людини, не- знайомої з даним бізнесом, але в якій ви зацікавлені, що це за бізнес-пропозиція.

- **Короткий опис проекту** (що саме та яким чином буде відбуватися)

- **Короткий опис продукції або послуг** (яка саме продукція, в чому її корисність для покупців, у чому вимірюється одиниця продукції, яка ціна за одиницю вимірювання продукту, який заплановано обсяг збуту в квартал (або місяць, в залежності від терміну планування, який ви обрали), у випадку виробництва - який максимальний обсяг виробництва можливий в квартал (місяць)

- **Короткий опис цільових ринків**
- **Короткий опис сировини (матеріалів)**
- **Короткий опис необхідного обладнання**
- **Місце розташування діяльності**
- **Необхідний персонал**
- **Термін планування, термін підготовчого періоду, термін початку реалізації проекту, термін окупності проекту**

- **Необхідні інвестиції** (загальна вартість проекту, скільки плануєте вкласти власних коштів, скільки треба залучених коштів, в якій формі планується їх залучити, які необхідні капітальні вкладення і оборотні кошти).

- **Заплановані показники оперативної діяльності** (скільки планується надходжень від реалізації (виручки) протягом терміну планування, скільки планується витрат протягом терміну планування, які плануються прибутки на кінець терміну планування, скільки коштів залишається у вас після повернення залучених

інвестицій).

Резюме має бути досить змістовне і зрозуміле для читання людини, якій ви подаєте свій бізнес-план. Потенційні інвестори вибирають вартий уваги проект з-поміж десятків різних. Резюме – це візитна картка вашого проекту. Якщо воно погано складене і не зацікавило інвестора, то вірогідніше за все, він навіть не буде переглядати інші частини вашого бізнес-плану. Фактично резюме складається на основі написаного бізнес-плану, в нього вписується необхідна інформація з різних розділів бізнес-плану в стислому вигляді.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ОБ'ЄКТУ ІНВЕСТУВАННЯ

Цей розділ описує теперішній стан підприємства, яке розробило проект. Тут описуються:

- **Цілі проекту** (для чого розроблений проект і що дасть його реалізація). Цілі мають бути конкретні та вимірювальні.

- **Короткий опис існуючого підприємства:** його реквізити, керівники та їх компетенція, власники, організаційно-правова форма, розмір статутного фонду, система оподаткування, дата створення, основні етапи розвитку підприємства, основні види діяльності, основні балансові та фінансові показники за останні декілька років.

- **Менеджмент.** Дайте характеристику ключових керівників підприємства, назвіть їх посади, кваліфікацію, освіту, вік. Зазначте існуючу організаційно-структурну схему підприємства, опишіть систему мотивації керівної ланки.

3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОДУКЦІЇ ЗА ПРОЕКТОМ

У цьому розділі описуються продукція, товар, послуга, які ви плануєте виробляти, реалізовувати, надавати. Ви маєте описати - що це за продукт, в яких одиницях він вимірюється, яке його призначення і сфера застосування, які його споживчі властивості, тобто чим саме він є корисний і привабливий для покупців і чому споживачі будуть його купувати. Варто описати наступні характеристики продукції:

- споживчі властивості (смак, колір, вага, міцність, і т.ін.)
- якість (ДСТУ, ISO, і т.ін)
- дизайн
- упаковка
- сервіс
- авторські права, патенти, торгові знаки
- конкурентні переваги (краще, ніж ..., тому, що ...)

- слабкі сторони вашого продукту (гірше, ніж ..., тому, що ...)
- продукція, якою споживачі можуть замінити ваш товар (товари-замінники)
- інше (наприклад, термін зберігання, і т.ін.)

4. АНАЛІЗ РИНКУ

Аналіз ринку має представляти:

- інформацію про галузь, в якій ви плануєте діяти, її особливості, залежність від суміжних галузей;
- тенденції на тому ринку, на який ви плануєте виходити;
- оцінку ємкості ринку – обсяг ринку (річне споживання продукту) в розрізі обраних регіонів та в розрізі обраних груп споживачів;
- специфіку роботи на обраному ринку;
- сегменти ринку, на які націлений ваш продукт (тобто групи основних споживачів), – портрети ваших потенційних споживачів;

Загалом розділ про аналіз ринку – це підсумки ринкових досліджень, які ви маєте провести перед початком написання бізнес-плану. У ньому має йти мова про те, хто є вашими основними потенційними споживачами, де вони знаходяться, як і чому вони будуть купувати вашу продукцію або товар.

5. АНАЛІЗ КОНКУРЕНТІВ

В цьому розділі варто описати основних конкурентів, які виробляють або продають подібну продукцію на обраних вами ринках, щоб можна було уявити собі наскільки зараз ринок насичений конкурентною продукцією. Вкажіть наскільки зростає конкуренція і чи можлива поява нових конкурентів у майбутньому. Тут варто замислитись над цілями конкурентів і оцінити ті засоби, якими вони просувають свою продукцію на ринок, а також їх можливу реакцію на появу вашої продукції на ринку. Найкраще представити порівняльні характеристики конкурентів щодо конкурентоспроможності самих підприємств (рівень розвитку фірм, досвід, доступ до ресурсів, зв'язки, фінансове положення, кваліфікація працівників, доля ринку, ефективність стратегії збуту, і т. п.) і окремо щодо конкурентоспроможності характеристик продукції (споживацькі якості, якість, ціна, упаковка, чи задовольняє потреби клієнтів).

6. ПЛАН МАРКЕТИНГУ

План маркетингу має представляти ваші стратегію та тактику

маркетингу.

- **Стратегія маркетингу** – це визначення ваших (вашого підприємства) цілей на обраному ринку і вибір засобів для їх досягнення протягом терміну планування.

Наприклад вашою стратегією в рамках даного проекту може бути вихід на новий ринок, або розширення ринку на нові сегменти, або боротьба за частку вже існуючого ринку. Відповідно до цього ви обираєте стратегію для досягнення переваги над конкурентами (або досягти переваги в якості, або вийти в лідери за рахунок низьких цін, або обрати певну спеціалізацію).

Варто описати обраний вами метод ціноутворення та стратегію збуту продуктів, а також обґрунтувати чому вами обрані такі стратегії. Також план маркетингу передбачає детальний опис обраних каналів збуту продукції, тобто як саме ви будете здійснювати продаж, і способів стимулювання продажу (знижки, сезонні розпродажі, відстрочки, і т.п.).

Якщо ви маєте вже клієнтів, які готові купувати вашу продукцію в майбутньому, додайте їх список та протоколи про намір.

- **Тактика маркетингу** – це конкретний план ваших дій, які ви будете здійснювати у відповідності до обраної вами стратегії та цілей проекту.

Його можна представити у вигляді опису наступних пунктів:

1. Рекламна компанія – її суть, навіщо і коли її почнете, її цілі, позитивні та негативні сторони, рекламний план (яка реклама, чому саме такий вид реклами, де, коли, скільки коштує), зв'язок рекламного плану з планом продажів і загальною стратегією.

2. Формування дилерської мережі, умови роботи з посередниками, умови їх оплати та мотивації, заохочувальні заходи.

3. Поштові розсилки, телефонні продажі, їх цілі, стратегія, зв'язок плану їх використання з планом продажів.

4. Використання торгових агентів, які приходять безпосередньо до клієнтів. Умови роботи з ними, їх мотивація та умови оплати, заохочувальні заходи.

5. Виставки, семінари, презентації. Цілі, теми, дати, план використання результатів заходів, зв'язок із планом продажу.

6. Зв'язки з громадськістю. Зв'язки з державними та громадськими організаціями, засобами масової інформації. План, цілі, стратегія.

7. Рекламні матеріали. Каталоги, моделі, зразки, відео та аудіоматеріали, плакати, вітрини, стенди, рекомендаційні листи, тощо. План-графік.

8. Навчання споживачів використовувати переваги товару, вирізняти ваш товар серед інших. Цілі, методи, план.

9. Організація гарантійного та післягарантійного обслуговування, методи, план, фінансування.

10. Інше.

Варто скласти план-графік здійснення заходів для забезпечення збуту продукції за вищенаведеними пунктами, вказуючи відповідно до пункту заплановану помісячно (або поквартально, в залежності від обраного терміну планування) суму витрат.

• Прогноз реалізації продукції (товарів, послуг) має містити план-графік виробництва продукції (закупівлі товарів) в натуральних показниках, план-графік реалізації продукції в натуральних показниках, план-графік індексів змін цін в порівнянні з вказаною в бізнес-плані ціною в залежності від сезонності, інфляції, скачків цін і т.п., а також план доходів від реалізації продукції.

Приклад план-графіку доходів від реалізації:

Цільові регіони	КВАРТАЛИ											Разом, грн.
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
Регіон 1	0	132 00	66 000	330 00	379 50	660 00	165 00	99 000	14 025	1 782 0	577 50	179 025
Регіон 2	0	0	0	0	33 000	49 500	49 500	49 500	82 500	11 550	82 500	358 050
Регіон 3	0	0	0	33 000	82 500	11 550	115 50	11 550	16 500	24 750	165 00	179 850
Разом:	0	0	66000	33000	115500	61050	49500	160050	113025	36300	82500	716 925

7. ПЛАН І СТРУКТУРА ВИРОБНИЦТВА

У цьому розділі описується:

• місце розташування об'єкта інвестицій, тобто де саме буде здійснюватись діяльність. Опишіть наявну площу, вкажіть, які є недоліки та переваги з точки зору доступу до споживачів, яке забезпечення трудовими ресурсами обраного регіону, чи існують податкові пільги, чи діють місцеві програми розвитку, який сьогодні стан забезпеченості підприємства;

• технологічні процеси та рішення (яка обрана технологія, чому саме вона, наскільки ця технологія відповідає сучасним вимогам, основні технологічні процеси);

• необхідне обладнання, його характеристики, обґрунтування, чому саме таке обладнання вами обране, огляд можливих постачальників, вартість закупівлі та монтажу або оренди, режим

роботи обладнання, запланований коефіцієнт завантаження;

- необхідні сировина та матеріали, їх характеристики, ціни, перелік постачальників, умови постачання та оплати, необхідні обсяги на рік

- план персоналу – штатний розклад, кваліфікація, яку повинні мати ключові працівники, перелік працівників та місячний фонд зарплати працівників з погодинною оплатою праці, перелік працівників та запланований місячний фонд зарплати працівників з відрядною оплатою праці (% від ціни одиниці продукції або інші умови);

- будівлі і споруди – перелік і коротка характеристика виробничих і адміністративних будівель, приміщень, необхідних для реалізації проекту, власні чи орендовані, на яких умовах, їх стан, призначення, площа, вартість;

- екологічний аналіз – наявність факторів, які будуть впливати на навколишнє середовище, заходи, які необхідно здійснити для запобігання негативного впливу проекту на навколишнє середовище, і навпаки види та кількість викидів, податки за забруднення навколишнього середовища, залежність проекту від екологічної ситуації в регіоні;

- капітальні витрати – витрати на будівельно-монтажні роботи, обладнання, інвентар, нематеріальні активи та інші витрати підготовчого періоду. Детальний обрахунок;

- змінні витрати – обрахунок прямих витрат, які відносяться на собівартість одиниці товару; змінні витрати є складовою ціни одиниці товару, не можуть її перевищувати (сировина, матеріали, упаковка, електроенергія, транспортні затрати, вода, % відрядної оплати праці персоналу, все, що можна полічити в перерахунку на одиницю товару), і зростають з кожною наступною одиницею товару. Детальний обрахунок;

- постійні витрати – регулярні витрати, сума яких практично не залежить від обсягів виробництва або продажу товарів (витрати на погодинну оплату праці, ремонт обладнання, оренду, охорону, фіксовані ставки податків, відрядження, рекламу, складські витрати, інші постійні для вашого виду бізнесу витрати). Детальний обрахунок.

8. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ ПЛАН І УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТОМ містить інформацію про менеджерів проекту та план-графік реалізації проекту.

Інформація про менеджерів проекту показує хто є керівником проекту, які функції, обов'язки, повноваження має керівник,

відповідальність та форми стимулювання керівника та інших менеджерів проекту. Для інвесторів важливо бачити, хто та за що буде відповідати в ході реалізації проекту.

План-графік реалізації проекту будується у вигляді таблиці, де показано, які витрати і коли будуть здійснюватись по налагоджуванню діяльності, та коли планується пуск виробництва.

Приклад:

Вид витрат	Квартали (або місяці)							Разом витрат
	1	2	3	4	5	...	12	
Капітальні витрати, в т.ч:	10600	7000	7000	6000	0	0	0	30 600
Підготовчий етап	300							300
Розробка ТЕО (Бізнес-плану)	150							150
Топографічні дослідження								0
Геологічні дослідження								0
Розробка проекту	1500							1 500
Робоча документація	500							500
Освоєння земельної ділянки								0
Будівельні роботи	1000	2000	2000	1000				6 000
Купівля і монтаж обладнання	4000	5000	5000	5000				19 000
Інші роботи	3150							3 150
Витрати на маркетинг	0	300	800	800	0	0	900	5 300
Витрати на адміністрування проекту	0	0	0	0	0	0	0	0
РАЗОМ:	10600	7300	7800	6800	0	0	900	170 900
Пуск виробництва:	1 квартал							

Такий план-графік дозволяє зорієнтуватись у тому, коли саме і які суми потрібні для налагодження діяльності.

9. **ЮРИДИЧНИЙ ПЛАН** є дуже важливим розділом для інвесторів, і містить:

- Кошторис використання інвестицій, в якому відображено, які витрати та за рахунок чого мають здійснюватись, яка загальна вартість вашого проекту, яка частина з цього має йти на капітальні витрати і яка на оборотні кошти, яку суму вкладає в проект саме підприємство і яку планує залучити.

- Безпосередньо юридичний план. З нього інвестори мають отримати інформацію про вашу попередню кредитну історію (які

суми ви запозичували в минулому, з яких джерел та за скільки часу погашали), наявні активи підприємства, які можуть бути використані в якості застави, в якому вигляді ви плануєте залучити інвестицію та що ви можете запропонувати інвестору (дивіденти, акції, частку від об'єму продажу, частку виробленої продукції, давальницьку схему, інше).

- План-графік залучення і повернення інвестицій, який має показувати:

- в якому вигляді залучаються інвестиції (кредит, лізинг) та на який термін, який річний відсоток, яке відстрочення платежу;

- помісячне (поквартальне) планування надходжень коштів, повернення основного боргу та виплати відсотків;

- коли та на яку суму планується залучити акціонерний капітал;

- яка періодичність виплати дивідентів, яку долю від чистого прибутку складатиме виплата дивідендів.

10. **ОЦІНКА РИЗИКІВ** складається з переліку можливих ризиків та заходів для зниження ризиків (варто проаналізувати ті ризики, на які ви можете впливати і ті, на які ви не можете впливати).

11. **ФІНАНСОВИЙ ПЛАН ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ** містить:

- Розрахунок питомих витрат (планові калькуляції собівартості). Цей пункт важливий для виробництва, бо показує прорахунок собівартості одиниці продукції, заплановану норму прибутку і, відповідно до цього, ціну реалізації одиниці продукції.

- Розрахунок точки беззбитковості проекту. Точка беззбитковості показує мінімальний обсяг продажу продукції, при якому ваш бізнес стає беззбитковим, тобто обсяг виробництва і продажу, при якому ваші доходи дорівнюють вашим затратам (змінні+постійні).

$T_{\text{без.}} = \text{постійні витрати} / (\text{ціна одиниці товару} - \text{змінні витрати на одиницю товару})$

Приклад:

постійні витрати в місяць складають 2000 грн.

Ціна одиниці продукції становить 5 грн., а змінні затрати на одиницю продукції складають 3,20 грн., тоді:

Точка беззбитковості = $2000 / (5 - 3,20) = 2000 / 1,8 = 1112$ штук – це означає, що при даних ціні та затратах вам необхідно продати у

місяць 1112 одиниць продукції, щоб ваш прибуток/збиток дорівнював нулю.

- Обґрунтування потреб в запасах – скільки часу складає виробничий цикл (термін виготовлення продукції, скільки часу ця продукція знаходиться на складі до моменту продажу, які запаси мають бути на складі, щоб процес реалізації та виробництва був неперервним, скільки часу складає відстрочка на оплату продукції, з якою швидкістю обертаються ваші запаси.

- Звіт про прибутки/збитки – це таблиця, яка показує помісячні доходи від реалізації, витрати та їх різницю, тобто показує прибутки або збитки підприємства. Нерозподілений прибуток/збиток – це накопичена сума збитків та прибутків за попередні місяці.

- Звіт про рух грошових коштів – це звіт про надходження та використання фінансових ресурсів, який отримується на базі запланованих бізнес показників роботи підприємства (рентабельність, період розрахунку з кредиторами та надходження коштів від реалізованої продукції та т.ін), метою якого є отримання відповіді про достатність грошових коштів на кінець звітного періоду для подальшої роботи.

Прогноз грошового потоку

№ п/п		Календарний період					
		1 місяць	2 місяць	3 місяць	4 місяць	5 місяць	6 місяць
1	Вхідний залишок	0	8450	2160	2730	5440	2530
2	Надходження						
2.1	Надходження від продажу продукції	0	24300	25480	30300	34300	40000
2.2	Внески до статутного фонду	15000	0	0	0	0	0
3	Всього надходжень	15000	24300	25480	30300	34300	40000
4	Витрати						
5	Операційні витрати						
6	Постійні витрати						
6.1	Оренда офісу	500	500	500	500	550	550
6.2	Комунальні витрати	300	300	340	325	330	300
6.3	Заробітна плата	3000	3000	3000	3000	3000	3000
6.4	Нарахування та утримання із заробітної плати	1200	1200	1200	1200	1200	1200
6.5	Транспортні витрати для службового транспорту керівництва	300	300	310	250	430	350

6.6	Послуги зв'язку	100	100	100	100	100	100
6.7	Амортизація обладнання	0	250	250	250	250	335
7	Постійні витрати всього	5400	5650	5700	5625	5860	5835
8	Змінні витрати						
8.1	Електроенергія для виробничого обладнання	1300	1300	1500	1700	2100	2500
8.2	Сировина та матеріали	5000	5000	5900	6300	7000	8100
8.3	Відрядна оплата праці	3500	3500	2800	4300	4750	5600
8.4	Транспортні витрати на доставку сировини	500	500	590	630	700	810
8.5	Вантажно-розвантажувальні роботи	100	100	110	125	140	150
9	Змінні витрати всього	10400	10400	10900	13055	14690	17160
10	Податки	0	340	400	430	470	620
11	Операційні витрати всього	15800	16390	17000	19110	21020	23615
12	Поток від операційної діяльності	-800	7910	8480	11190	13280	16385
12	Інвестиційні витрати						
12.1	Придбання землі, нерухомості	30000	0	0	0	0	0
12.2	Придбання обладнання	15000	0	0	0	5000	0
	Інвестиційні витрати всього	45000	0	0	0	5000	0
13	Чистий грошовий потік	-45800	7910	8480	11190	8280	16385
14	Фінансова діяльність						
14.1	Отримані кредити	60000	0	0	0	0	0
14.2	Погашення кредиту	5000	5000	5000	5000	5000	5000
15	Відсотки за кредитом	750	750	750	750	750	750
16	Результат від фінансової діяльності	54250	-5750	-5750	-5750	-5750	-5750
17	Залишок коштів на кінець періода	8450	2160	2730	5440	2530	10635

• Важливим показником у бізнес-плані є термін окупності проекту, який показує на якому місяці (кварталі, році) надходження від реалізації проекту вже зрівняються (покривають) вкладені у нього кошти.

Як підібрати персонал

Кадри вирішують все! Всі чули цю фразу, але не всі задумувались, наскільки точно вона висловлює важливість людського ресурсу в будь-якому бізнесі. Без відповідних кадрів, які будуть втілювати ваші грандіозні плани та стратегії в життя, всі фінансові прорахунки та оцінки нічого не варті. Саме тому питанню кадрів приділяється велика увага і при бізнес-плануванні. В малому бізнесі, де через брак коштів, керівник часто виконує різноманітні ролі і функції, питання правильного підбору кадрів стоїть значно гостріше, ніж у середніх і великих компаніях. Тому і висока ціна помилки. Через це багато малих компаній закривається, так і не реалізувавши до кінця навіть третини запланованого.

На етапі стратегічного і тактичного планування необхідно компонувати невелику команду, принаймні з 3 людей. Якщо оцінювати за ролями, то для успішної генерації ідей і наступного виконання необхідне поєднання:

- оптиміста-генератора ідей;
- скептика, який відсіває нереальні фантазії;
- реаліста, який конкретизує задуми, робить їх аналіз, складає систему послідовної реалізації.

На жаль, звести разом зазначені три особистості важко. Крім того, кваліфікація зазначених вище працівників (або партнерів) повинна бути приблизно на одному рівні, щоб уникнути дисбалансу.

Пошук і підбір персоналу – це не така вже легка справа, якою здається на перший погляд.

1. Процес підбору кадрів варто почати з **планування персоналу**. Вам слід докладно описати вакансії, на які ви підбиратимете людей. Опис має складатися з вимог і обов'язків, які працівник на даній посаді має виконувати. Ви самі повинні чітко уявляти, що саме ця людина повинна робити, яким чином буде виконувати роботу і взаємодіяти з іншим персоналом. Це необхідно детально пояснити потенційним кандидатам.

2. Пошук кандидатів можна здійснювати серед знайомих, через оголошення в газетах, серед безробітних, які шукають роботу за допомогою центру зайнятості, серед працівників інших фірм, кадрові агентства. Кожний з цих варіантів має свої позитивні і негативні сторони. Наприклад, беручи на роботу друзів, вам буде важко надалі підтримувати дружні стосунки, оскільки робочі

відносини будуть впливати і на особисті, але це люди, яких ви знаєте; газетні оголошення можуть не привернути увагу кандидатів, яких ви шукаєте, крім того розмови з невідповідними кандидатами можуть забрати багато вашого часу, але це досить недорогий спосіб; пошук кандидатів серед численної кількості безробітних може зайняти багато часу і навряд вам вдасться знайти тут дуже кваліфікованого працівника, але це найдешевший спосіб, можливо вам вдасться ще й отримати дотацію від держави на створення нового робочого місця; якщо вам вдасться знайти працівника серед конкурентів, то він може або запросити дуже високу зарплату, або піти через деякий час знову до конкурентів (разом з інформацією про вашу фірму), з другого боку він вже достатньо кваліфікований і його не треба вчити; послуги кадрових агентств можуть бути занадто дорогими для власників малого бізнесу, але агентство буде підбирати кандидатів за вашим описом та вимогами. Для багатьох найкращим методом підбору кандидата є рекомендації. Вибираючи спосіб пошуку людей, оцініть свої можливості і рівень кваліфікації людини, яку ви шукаєте. Розміщуючи оголошення про вакансії, давайте якомога зрозумілішу і конкретнішу інформацію. Це відсіє зайвих людей і істотно полегшить вашу роботу.

3. Аналіз резюме

Багато фірм сьогодні практикує робити попередній аналіз та відсіювання кандидатів за наданим ними резюме, в якому вони вказують інформацію про себе (освіту, досвід попередньої роботи, стаж, зазначають наявність у них вмінь та навичок, та іншу інформацію, яка дає роботодавцю змогу оцінити їх відповідність наявній вакансії). Оцінюючи резюме, ви можете співставити їх з описом вакансії і відібрати ті кандидатури, які вас зацікавили для проведення інтерв'ю.

4. Підготовка до інтерв'ю

Для того, щоб інтерв'ю дало вам змогу більше дізнатися про кандидата і зробити правильні висновки, до нього треба готуватися.

Необхідно заздалегідь підготувати питання, які ви хочете задати кандидатам.

Це мають бути різнопланові питання. Питання, які відповідають специфіці роботи, дадуть змогу перевірити наявність у кандидатів спеціальних знань. Варто підготувати також питання, які дозволять розкрити особисті якості кандидата, його досвід, здібності, майбутні плани.

Наприклад питання:

- Чому ви пішли з останньої роботи?
- Чому вам цікава ця робота?

є вже достатньо типовими і кандидати, які не вперше проходять інтерв'ю, можуть відповідати на них теж типово.

Можливо, варто підготувати питання, до яких кандидат не буде готовий.

Наприклад, такі:

- Розкажіть про вашого найкращого керівника. Чому ви вважаєте його кращим?
- Розкажіть про вашого гіршого начальника. Чому ви вважаєте його гіршим?
- Що може зробити керівник, щоб допомогти вам?
- Як ви підходите до вирішення проблем?
- Опишіть який-небудь конфлікт на роботі і як ви вирішили його?
- Що б міг зробити ваш попередній роботодавець, щоб бути більш успішним?
- Які навички ви хотіли б набути в наступному році?

Питання, які змусять кандидата миттєво замислитись і швидко відповісти, дадуть вам змогу оцінити його спосіб мислення, вміння адекватно реагувати. Важливим є не тільки зміст його відповідей, але й невербальна реакція (рухи, жести, міміка).

5. Як слід проводити інтерв'ю

Для проведення інтерв'ю знайдіть тихе, відокремлене місце. Виділіть час, коли вас не будуть відволікати. Якщо ви відволікаєтеся, ви можете здатися кандидатові невихованим (адже він теж до вас приглядається). До того ж це перешкодить вам зосередитися.

Щоб у вас склалося правильне враження про кандидата, необхідна нормальна відверта, спокійна атмосфера. Під час інтерв'ю кандидат може нервуватися або відчувати дискомфорт. Ваше завдання допомогти йому почувати себе вільно. Для цього ви повинні зустріти його, представитися, бути ввічливим і, навіть, гостинним.

Гарна атмосфера на інтерв'ю допоможе вам:

- отримати більш адекватну інформацію про кандидата;
- почути більш природні відповіді;
- залишити гарне враження про фірму;
- залучити більшу кількість перспективних співробітників.

На початку розмови вам потрібно ще раз згадати про цілі інтерв'ю. Не вдаючись у деталі, ви коротко повинні розповісти про вакансії і також про те, як будете проводити інтерв'ю; чи буде з кандидатом розмовляти хтось ще; чи буде повторне інтерв'ю.

Також скажіть кандидатові про передбачувану тривалість інтерв'ю, тоді переконаєтеся, що це не вплине на його власні плани.

Відразу ж скажіть йому, що всі записи в трудовій книжці будуть перевірені. Також довідайтеся, чи можна зв'язатися з його останніми роботодавцями.

Ставте відкриті питання, які дозволять відповідати людині описово, а не лише лаконічно „так” або „ні”. Стежте за ходом інтерв'ю, не відволікайтеся на другорядні питання. Не говоріть занадто багато - більше слухайте. Постарайтеся, щоб говорив в основному кандидат. Довідайтеся якнайбільше про компетентність кандидата (освіта, досвід, здібності), про його відношення до роботи (ентузіазм, переваги, цілі), про соціальні цінності (особисті якості, характер). Короткі паузи у розмові можуть надати додаткову інформацію про кандидата. Занадто довгі паузи можуть бути дивними.

Ваша мета - зібрати інформацію про кандидата, пов'язану з роботою. Для цього ви повинні дуже уважно слухати, що він говорить. Якщо ви приділите всю увагу співрозмовникові, він буде почувати себе більш впевнено в спілкуванні з вами. Записуйте деякі важливі моменти. Ви можете використовувати такі записи при більш ретельнішому аналізі кандидатів після інтерв'ю, а також записати питання, що виникли під час інтерв'ю.

Заздалегідь скажіть співрозмовникові, що ви збираєтеся робити записи. Пишіть швидко і коротко, щоб не відволікати кандидата.

Дозвольте кандидатові задати питання про роботу або компанію. Розумні питання можуть дати вам більше розуміння особливостей його мислення. Будьте готові відповідати на складні питання, наприклад:

- Яким чином заохочується бездоганна робота?
- Яка система цінностей і етикет компанії?
- Які можливості кар'єрного росту є в компанії?
- Наскільки стабільне положення компанії на ринку?

Докладну розповідь про вакансії краще залишити на кінець інтерв'ю. Тоді ж краще поговорити і про культуру компанії, про взаємодію співробітників і вимоги до них. Якщо ви скажете про це раніше, це допоможе кандидатові підбирати влучні відповіді на ваші питання.

Говоріть про компанію і вакансію правду. Якщо є якісь негативні моменти, говоріть про них також. Потенційні співробітники повинні добре представляти, з ким вони мають справу і що вони можуть очікувати від майбутньої роботи.

Оговоріть зарплату, розклад і пільги, надані компанією. Розкажіть про наступний етап процесу прийому на роботу. Наприкінці розмови подякуйте кандидату за його увагу до компанії.

6. Після інтерв'ю

Виділіть якийсь час після інтерв'ю, щоб зібратися з думками й оцінити кандидата. Для цього, можливо, вам доведеться звернутися до записів, що ви робили під час інтерв'ю. Намагайтеся не ставитися до кандидата упереджено. Зосередьтеся на істотних для даної вакансії вимогах. Ґрунтуючись на минулому досвіді кандидата, оцініть, наскільки добре він підходить для даної роботи. Будьте готові аргументувати вашу оцінку.

Подумайте над наступними питаннями:

1. Чи справиться кандидат з роботою?
2. Чи хоче він працювати?
3. Наскільки гнучкий буде кандидат, коли він почне працювати?

Підбір кращих співробітників може бути вирішальним фактором для продовження ефективної роботи компанії.

Співробітники — це гарантія успіху компанії. Це скарб, який потрібно ретельно шукати і всіляко оберігати.

Оформлення трудових відносин підприємця-фізичної особи з найманими працівниками

СПДФО можуть оформляти свої відносини з працівниками шляхом укладання **трудових договорів** або **цивільно-правових договорів**, виходячи з економічної доцільності та об'єктивних обставин (тривалість та регулярність відносин, кількість працівників, ставки їх заробітної плати (розмір отриманої винагороди за цивільно-правовим договором)).

Основним нормативним актом, що регулює правові відносини між роботодавцем та найманим працівником за трудовою угодою, є Кодекс законів про працю України від 10.12.71р. №322-VIII.

Відповідно до положень ст. 24-1 КЗпП укладений **у письмовій формі трудовий договір** між працівником і фізичною особою фізична особа повинна **подати на реєстрацію** до державної служби зайнятості за місцем свого проживання **у тижневий строк** з моменту фактичного допущення працівника до роботи.

При реєстрації трудового договору сторони повинні подати такі документи:

- фізична особа, суб'єкт підприємницької діяльності без створення юридичної особи з правом найму працівників - паспорт, свідоцтво про реєстрацію підприємницької діяльності, довідку відповідної державної податкової адміністрації про ідентифікаційний код;

- працівник, який влаштовується на роботу до фізичної особи, - паспорт, трудову книжку, довідку відповідної державної податкової адміністрації про ідентифікаційний код;

- особа, яка вперше шукає роботу і не має трудової книжки, - паспорт, довідку відповідної державної податкової адміністрації про ідентифікаційний код.

Відповідальна особа центру зайнятості в день подання фізичною особою трудового договору реєструє його у книзі реєстрації трудових договорів за формою, що додається. Трудовому договору присвоюється номер, за яким він зареєстрований у книзі, і ставиться дата його реєстрації.

На підставі запису про реєстрацію трудового договору, зробленого в книзі, відповідальна особа центру зайнятості робить на трьох примірниках трудового договору запис:

“Трудовий договір зареєстрований” та проставляє дату реєстрації.

У разі закінчення строку трудового договору або припинення його дії достроково в трудовому договорі фізична особа робить запис про підстави його припинення з посиланням на відповідні статті КЗпП України, про що сторони сповіщають державну службу зайнятості, яка зареєструвала трудовий договір.

Відповідальна особа центру зайнятості протягом трьох днів повинна зняти трудовий договір з реєстрації, про що робиться відмітка у книзі реєстрації трудових договорів.

На підставі цього запису відповідальна особа центру зайнятості робить на трьох примірниках трудового договору запис:

“Трудовий договір знято з реєстрації” та зазначає дату.

Записи про реєстрацію та зняття з реєстрації трудового договору дають право фізичній особі внести записи до трудової книжки працівника про прийняття та звільнення його з роботи.

Посадова особа центру зайнятості підтверджує особистим підписом записи, унесені фізичною особою до трудової книжки працівника, і засвідчує їх печаткою.

Особи, які працюють за трудовим договором, підлягають загальнообов'язковому державному **соціальному страхуванню**.

Суб'єкти підприємницької діяльності, які використовують найману працю (в тому числі на спрощеній системі оподаткування), повинні сплачувати внески на загальнообов'язкове державне соціальне страхування за найманих (за трудовим договором) працівників у терміни і розмірах, встановлених законами.

СПДФО повинен також **зареєструватися** у відповідних фондах загальнообов'язкового державного соціального страхування та зареєструвати в них найманих працівників, утримувати та сплачувати з їх заробітної плати внески до цих фондів, подавати звітність щодо нарахованої, сплаченої заробітної плати та сплати страхових внесків у фонди.

СПДФО вважається **податковим агентом** найманої нею за трудовим договором особи або фізичної особи, що перебуває з нею у цивільно-правових відносинах, стосовно будь-яких оподаткованих доходів, нарахованих на користь такої особи у відповідності до вимог закону з питань оподаткування доходів фізичних осіб, та несе відповідальність за порушення його норм.

Із заробітної плати найманих працівників роботодавець повинен утримувати податок з доходів фізичних осіб (15%).

За цивільно-правовим договором (наприклад: підряду, надання послуг) оплачується не процес праці, а її результат. У такому випадку працівники (виконавці послуг чи робіт) самостійно беруть участь у страхуванні на випадок безробіття, у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності й витратами, зумовленими народженням та похованням, і страхуванні від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності, на добровільних засадах. Тобто, якщо такі працівники бажають одержувати виплати в разі настання страхового випадку, вони мають самостійно зареєструватися в робочому органі виконавчої дирекції відповідного фонду і сплачувати страхові внески в розмірах та в порядку, встановленому для цієї категорії осіб. У цьому СПДФО - платник єдиного податку не сплачує за них внески у Фонди загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття, з тимчасової втрати працездатності та страхування від нещасних випадків на цих осіб, пенсійний збір з фізичних осіб, податок з доходів фізичних осіб, оскільки правовідносини базуються на цивільно-правовому договорі і Ваші підрядники сплачують їх самостійно.

Перевірки контролюючих органів

В Україні на сьогоднішній день існує велика кількість контролюючих органів, які мають право перевіряти суб'єктів підприємницької діяльності.

Всі органи можна поділити на наступні категорії:

1. **ФІСКАЛЬНІ ОРГАНИ**, що покликані забезпечувати інтереси казни і наповнення бюджету:

- органи податкової служби;
- органи контрольно-ревізійної служби;
- органи соціального страхування;

Як окремий перевіряючий орган можна сюди віднести і органи Пенсійного фонду, хоча кошти Пенсійного фонду не включаються до бюджету, але враховуючи особливий статус внесків у Пенсійний фонд, органи ПФ є контролюючим органом по відношенню до цих внесків.

2. **КОНТРОЛЮЮЧІ ОРГАНИ**, що покликані забезпечувати безпеку життєдіяльності громадян:

- Санітарно-епідеміологічна служба;
- Державна пожежна служба;
- Органи захисту прав споживачів;
- Органи екологічного контролю.

3. **ПРАВООХОРОННІ ОРГАНИ**, що покликані забезпечувати інтереси суспільства та держави:

- Органи міліції;
- Органи служби безпеки;
- Органи прокуратури;
- Органи митної служби.

Даний перелік однак не є вичерпним, оскільки в разі здійснення суб'єктами підприємницької діяльності різних видів провадження бізнесу, можливі й інші втручання зі сторони органів державної влади та управління, наприклад, при здійсненні робіт з підвищеною небезпекою, для чого необхідно отримувати окремий дозвіл Держнаглядохоронпраці, і відповідно Держнаглядохоронпраці має право здійснювати перевірку дотримання умов, визначених дозволом.

Якщо СПД здійснює випуск цінних паперів, то відповідна емісія реєструється в Державній комісії з цінних паперів та фондового ринку, а отже комісія може здійснювати відповідні

перевірки.

Таких окремих випадків є досить багато, а отже, починаючи свій бізнес, необхідно враховувати, що кількість перевірок буде залежати від конкретної діяльності СПД.

5 квітня 2007 року Верховною Радою України було прийнято Закон України "Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності" N 877-V, який набув чинності 26 грудня 2007.

Цей Закон визначає правові та організаційні засади, основні принципи і порядок здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності, повноваження органів державного нагляду (контролю), їх посадових осіб і права, обов'язки та відповідальність суб'єктів господарювання під час здійснення державного нагляду (контролю).

Головна мета цього Закону – визначити **єдині для всіх державних органів** засади державного контролю, на підставі яких потім належатиме відкоригувати спеціальні закони щодо здійснення контролю в певній сфері господарської діяльності.

Відповідно до статті 2 Закону дія цього Закону поширюється на відносини, пов'язані зі здійсненням державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності.

Дія цього Закону **не поширюється** на відносини, що виникають під час здійснення заходів валютного контролю, митного контролю, контролю за дотриманням бюджетного і податкового законодавства, контролю за дотриманням порядку проведення розрахунків, за виробництвом та обігом спирту, алкогольних напоїв і тютюнових виробів, використанням державного та комунального майна, банківського і страхового нагляду, інших видів спеціального державного контролю за діяльністю суб'єктів господарювання на ринку фінансових послуг, державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції, під час проведення процедур, передбачених Кодексом України про адміністративні правопорушення, а також оперативно-розшукової діяльності, дізнання, прокурорського нагляду, досудового слідства і правосуддя.

Закон (ст.4) встановлює, що державний нагляд (контроль) здійснюється за місцем провадження господарської діяльності суб'єкта господарювання або його відокремлених підрозділів, або у приміщенні органу державного нагляду (контролю) у випадках, передбачених законом.

Державний нагляд (контроль) може здійснюватися комплексно кількома органами державного нагляду (контролю),

якщо їхні повноваження на здійснення чи участь у комплексних заходах передбачені законом. Такі заходи проводяться за спільним рішенням керівників відповідних органів державного нагляду (контролю).

Планові та **позапланові заходи** здійснюються в робочий час суб'єкта господарювання, встановлений правилами внутрішнього трудового розпорядку.

Виключно законами встановлюються:

- органи, уповноважені здійснювати державний нагляд (контроль) у сфері господарської діяльності;
- види господарської діяльності, які є предметом державного нагляду (контролю);
- повноваження органів державного нагляду (контролю) щодо зупинення виробництва (виготовлення) або реалізації продукції, виконання робіт, надання послуг;
- вичерпний перелік підстав для зупинення господарської діяльності;
- спосіб здійснення державного нагляду (контролю);
- санкції за порушення вимог законодавства і перелік порушень, які є підставою для видачі органом державного нагляду (контролю) припису, розпорядження або іншого розпорядчого документа.

Орган державного нагляду (контролю) **не може здійснювати** державний нагляд (контроль) у сфері господарської діяльності, якщо **закон прямо не уповноважує** такий орган на здійснення державного нагляду (контролю) у певній сфері господарської діяльності та не визначає повноваження такого органу під час здійснення державного нагляду (контролю).

Плановий чи позаплановий захід повинен здійснюватися **у присутності керівника** або його заступника, або уповноваженої особи суб'єкта господарювання.

Перед початком здійснення державного нагляду (контролю) посадова особа органу державного нагляду (контролю) вносить запис до відповідного **журналу** суб'єкта господарювання (за його наявності).

Форма та порядок ведення журналу встановлено Державним комітетом України з питань регуляторної політики та підприємництва (Наказ від 10 серпня 1998 р. N 18). Журнал не підлягає вилученню, крім випадків, передбачених чинним законодавством.

Журнал реєстрації перевірок знаходиться за місцем здійснення підприємницької діяльності. В разі наявності у суб'єктів підприємництва територіально відокремлених філій, представництв

та інших підрозділів у кожному із них ведеться окремий Журнал реєстрації перевірок.

Журнал прошивається суб'єктом підприємницької діяльності та завіряється печаткою і підписом директора або власника (для юридичних осіб) або тільки підписом (для фізичних осіб) суб'єкта підприємницької діяльності.

Орган державного нагляду (контролю) визначає у віднесеній до його відання сфері критерії, за якими оцінюється ступінь ризику від здійснення господарської діяльності.

З урахуванням значення прийнятного ризику для життєдіяльності всі суб'єкти господарювання, що підлягають нагляду (контролю), відносяться до одного з **трьох ступенів ризику**: з **високим, середнім та незначним**.

Залежно від ступеня ризику органом державного нагляду (контролю) визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю), а також переліки питань для здійснення планових заходів, які затверджуються його наказом.

Органи державного нагляду (контролю) здійснюють планові заходи з державного нагляду (контролю) за умови **письмового повідомлення** суб'єкта господарювання про проведення планового заходу не пізніше як за десять днів до дня здійснення цього заходу.

Повідомлення повинно містити:

- дату початку та дату закінчення здійснення планового заходу;
- найменування юридичної особи або прізвище, ім'я та по батькові фізичної особи - підприємця, щодо діяльності яких здійснюється захід;
- найменування органу державного нагляду (контролю).

Повідомлення надсилається рекомендованим листом чи телефонограмою за рахунок коштів органу державного нагляду (контролю) або вручається особисто керівнику чи уповноваженій особі суб'єкта господарювання під розписку.

Суб'єкт господарювання має право **не допускати** посадову особу органу державного нагляду (контролю) до здійснення планового заходу в разі неодержання повідомлення про здійснення планового заходу.

Строк здійснення планового заходу не може перевищувати п'ятнадцяти робочих днів, а для суб'єктів малого підприємництва - п'яти робочих днів, якщо інше не передбачено законом.

Продовження строку здійснення планового заходу не допускається.

Підставами для здійснення **позапланових заходів** є:

- подання суб'єктом господарювання письмової заяви до відповідного органу державного нагляду (контролю) про здійснення заходу державного нагляду (контролю) за його бажанням;
- виявлення та підтвердження недостовірності даних, заявлених у документах обов'язкової звітності, поданих суб'єктом господарювання;
- перевірка виконання суб'єктом господарювання приписів, розпоряджень або інших розпорядчих документів щодо усунення порушень вимог законодавства, виданих за результатами проведення планових заходів органом державного нагляду (контролю);
- звернення фізичних та юридичних осіб про порушення суб'єктом господарювання вимог законодавства. Позаплановий захід у цьому разі здійснюється тільки за наявності згоди центрального органу виконавчої влади на його проведення;
- неподання у встановлений термін суб'єктом господарювання документів обов'язкової звітності без поважних причин, а також письмових пояснень про причини, які перешкождали поданню таких документів.

Під час проведення позапланового заходу з'ясовуються лише ті питання, необхідність перевірки яких стала підставою для здійснення цього заходу, з обов'язковим зазначенням цих питань у посвідченні (направленні) на проведення державного нагляду (контролю).

Проведення позапланових заходів з інших підстав, крім передбачених цією статтею, забороняється, якщо інше не передбачається законом або міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України.

Для здійснення планового або позапланового заходу орган державного нагляду (контролю) видає **наказ**, який має містити найменування суб'єкта господарювання, щодо якого буде здійснюватися захід, та предмет перевірки.

На підставі наказу оформляється **посвідчення (направлення)** на проведення заходу, яке підписується керівником або заступником керівника органу державного нагляду (контролю) (із зазначенням прізвища, ім'я та по батькові) і засвідчується печаткою.

Перед початком здійснення заходу посадові особи органу державного нагляду (контролю) зобов'язані **пред'явити керівнику**

суб'єкта господарювання або уповноваженій ним особі посвідчення (направлення) та службове посвідчення, що засвідчує посадову особу органу державного нагляду (контролю), і надати суб'єкту господарювання копію посвідчення (направлення).

Посадова особа органу державного нагляду (контролю) без посвідчення (направлення) на здійснення заходу та службового посвідчення не має права здійснювати державний нагляд (контроль) суб'єкта господарювання.

Далі зупинимось на найбільш важливих для суб'єктів підприємницької діяльності перевірках та компетенції перевіряючих органів.

ОРГАНИ ДЕРЖАВНОЇ ПОДАТКОВОЇ СЛУЖБИ

Відповідно до Закону України „Про державну податкову службу” від 04.12.1990 р. № 509 завданнями органів державної податкової служби є:

- здійснення контролю за додержанням податкового законодавства, правильністю обчислення, повнотою і своєчасністю сплати до бюджетів, державних цільових фондів податків і зборів (обов'язкових платежів), а також неподаткових доходів, установлених законодавством (далі - податки, інші платежі);
- внесення у встановленому порядку пропозицій щодо вдосконалення податкового законодавства;
- прийняття у випадках, передбачених законом, нормативно-правових актів і методичних рекомендацій з питань оподаткування;
- формування та ведення Державного реєстру фізичних осіб - платників податків та інших обов'язкових платежів та Єдиного банку даних про платників податків - юридичних осіб;
- роз'яснення законодавства з питань оподаткування серед платників податків;
- запобігання злочинів та інших правопорушень, віднесених законом до компетенції податкової міліції, їх розкриття, припинення, розслідування та провадження у справах про адміністративні правопорушення.

Права органів державної податкової служби

Органи державної податкової служби в установленому законом порядку мають право:

- 1) здійснювати документальні невізні перевірки (на підставі поданих податкових декларацій, звітів та інших документів,

пов'язаних з нарахуванням і сплатою податків та зборів (обов'язкових платежів) незалежно від способу їх подачі), а також планові та позапланові виїзні перевірки своєчасності, достовірності, повноти нарахування і сплати податків та зборів (обов'язкових платежів), додержання валютного законодавства юридичними особами, їх філіями, відділеннями, іншими відокремленими підрозділами, що не мають статусу юридичної особи, а також фізичними особами, які мають статус суб'єктів підприємницької діяльності чи не мають такого статусу, на яких згідно із законами України покладено обов'язок утримувати та/або сплачувати податки і збори (обов'язкові платежі), крім Національного банку України та його установ;

2) здійснювати контроль за:

додержанням порядку проведення готівкових розрахунків за товари (послуги) у встановленому законом порядку;

наявністю свідоцтв про державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності, ліцензій на провадження видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню відповідно до закону, з наступною передачею матеріалів про виявлені порушення органам, які видали ці документи, торгових патентів;

3) одержувати у платників податків (посадових осіб платників податків) пояснення з питань, що виникають під час перевірок та стосуються реалізації повноважень органів державної податкової служби, встановлених цим та іншими законами України; перевіряти під час проведення перевірок у фізичних осіб документи, що посвідчують особу;

4) запрошувати платників податків або їх представників для перевірки правильності нарахування та своєчасності сплати податків та зборів (обов'язкових платежів) такими платниками податків. Письмові повідомлення про такі запрошення направляються не пізніше ніж за десять робочих днів до дня запрошення рекомендованими листами, в яких зазначаються підстави запрошення, дата і час, на які запрошується платник податків (посадова особа платника податків);

5) одержувати безоплатно від платників податків, а також від установ Національного банку України та комерційних банків у порядку, встановленому Законом України "Про банки і банківську діяльність", довідки та/або копії документів про наявність банківських рахунків, а на підставі рішення суду - про обсяг та обіг коштів на рахунках, у тому числі про ненадходження у встановлені терміни валютної виручки від суб'єктів підприємницької діяльності;

б) одержувати безоплатно необхідні відомості для формування інформаційного фонду Державного реєстру фізичних осіб - платників податків та зборів (обов'язкових платежів) від платників податків, а також Національного банку України та його установ - про суми доходів, виплачених фізичним особам, і утриманих з них податків та зборів (обов'язкових платежів), від органів, уповноважених проводити державну реєстрацію суб'єктів, а також видавати ліцензії на провадження видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню відповідно до закону, - про видачу таких свідоцтв про державну реєстрацію та ліцензій суб'єктам господарської діяльності, від органів внутрішніх справ - про громадян, які прибули на проживання до відповідного населеного пункту чи вибули з нього, від органів реєстрації актів громадянського стану - про громадян, які померли;

7) одержувати безоплатно від митних органів щомісяця звітні дані про ввезення на митну територію України імпортованих товарів і справляння при цьому податків та зборів (обов'язкових платежів) та інформацію про експортно-імпортні операції, що здійснюють резиденти і нерезиденти, за формою, погодженою з Державною податковою адміністрацією України, та від органів статистики - дані, необхідні для використання їх у проведенні аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств, установ, організацій усіх форм власності;

8) вимагати від платників податків, діяльність яких перевіряється, усунення виявлених порушень податкового законодавства, контролювати виконання законних вимог посадових осіб органів державної податкової служби, а також припинення дій, які перешкоджають здійсненню повноважень посадовими особами органів державної податкової служби;

9) при проведенні перевірок вилучати у підприємств, установ та організацій копії фінансово-господарських та бухгалтерських документів, які свідчать про приховування (заниження) об'єктів оподаткування, несплату податків та зборів (обов'язкових платежів), а при проведенні арешту активів платника податків на підставі рішення суду - вилучати оригінали первинних фінансово-господарських та бухгалтерських документів із складенням опису, який скріплюється підписами представника органу державної податкової служби та платника податків, і залишенням копій таких документів платнику податків. Забороняється вилучення у суб'єктів господарської діяльності документів, що не підтверджують факти порушення законів України про оподаткування;

10) надавати відстрочення та розстрочення податкових

зобов'язань, вирішувати питання щодо податкового компромісу, а також приймати рішення про списання безнадійного боргу в порядку, передбаченому законом;

11) застосовувати до платників податків фінансові (штрафні) санкції, стягувати до бюджетів та державних цільових фондів суми недоїмки, пені у випадках, порядку та розмірах, встановлених законами України;

12) застосовувати до платників податків, які у встановлений законом строк не повідомили про відкриття або закриття рахунків у банках, а також до установ банків, що не подали відповідним органам державної податкової служби в установленій законом строк повідомлень про закриття рахунків платників податків або розпочали здійснення видаткових операцій за рахунком платника податків до отримання повідомлення відповідного органу державної податкової служби, фінансові (штрафні) санкції у розмірі двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

13) за несвоєчасне виконання установами банків та іншими фінансово-кредитними установами рішень суду та доручень платників податків про сплату податків та зборів (обов'язкових платежів) стягувати з установ банків та інших фінансово-кредитних установ пеню за кожний день прострочення (включаючи день сплати) у порядку та розмірах, встановлених законами України щодо таких видів платежів;

14) користуватися у службових справах засобами зв'язку, які належать підприємствам, установам та організаціям, з дозволу їх керівників;

15) вимагати від керівників підприємств, установ і організацій, що перевіряються в ході планових та позапланових виїзних перевірок, проведення інвентаризацій основних фондів, товарно-матеріальних цінностей та коштів, у разі відмови у проведенні таких інвентаризацій або при проведенні адміністративного арешту активів - звернутися до суду щодо спонукання до проведення таких інвентаризацій, а до ухвалення відповідного рішення судом - у присутності понятих та представників підприємств, установ і організацій, щодо яких проводиться перевірка, опечатувати каси, касові приміщення, склади та архіви на термін не більше 24 годин з моменту такого опечатування, зазначеного в протоколі. Порядок опечатування кас, касових приміщень, складів та архівів встановлюється Кабінетом Міністрів України;

16) надавати інформацію з Державного реєстру фізичних осіб - платників податків та інших обов'язкових платежів іншим органам

державної влади відповідно до закону;

17) звертатися у передбачених законом випадках до судових органів із заявою (позовною заявою) про скасування державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності.

Плановою виїзною перевіркою вважається перевірка платника податків щодо своєчасності, достовірності, повноти нарахування та сплати ним податків та зборів (обов'язкових платежів), яка передбачена у плані роботи органу державної податкової служби і проводиться за місцезнаходженням такого платника податків чи за місцем розташування об'єкта права власності, стосовно якого проводиться така планова виїзна перевірка.

Планова виїзна перевірка проводиться за сукупними показниками фінансово-господарської діяльності платника податків за письмовим рішенням керівника відповідного органу державної податкової служби не частіше одного разу на календарний рік.

Забороняється проведення планових виїзних перевірок за окремими видами зобов'язань перед бюджетами, крім зобов'язань за бюджетними позиками і кредитами, що гарантовані бюджетними коштами.

Право на проведення планової виїзної перевірки платника податків надається лише у тому випадку, коли йому не пізніше ніж за десять днів до дня проведення зазначеної перевірки надіслано письмове повідомлення із зазначенням дати початку та закінчення її проведення.

Проведення планових виїзних перевірок здійснюється органами державної податкової служби одночасно з іншими органами виконавчої влади, уповноваженими здійснювати контроль за нарахуванням та сплатою податків та зборів (обов'язкових платежів). Порядок координації проведення планових виїзних перевірок органами виконавчої влади, уповноваженими здійснювати контроль за нарахуванням та сплатою податків та зборів (обов'язкових платежів), визначається Кабінетом Міністрів України.

Позаплановою виїзною перевіркою вважається перевірка, яка не передбачена в планах роботи органу державної податкової служби і проводиться за наявності хоча б однієї з таких обставин:

1) за наслідками перевірок інших платників податків виявлено факти, які свідчать про порушення платником податків законів України про оподаткування, валютного законодавства, якщо платник податків не надасть пояснення та їх документальні підтвердження на обов'язковий письмовий запит органу державної

податкової служби протягом десяти робочих днів з дня отримання запиту;

2) платником податків не подано в установлений строк податкову декларацію або розрахунки, якщо їх подання передбачено законом;

3) виявлено недостовірність даних, що містяться у податковій декларації, поданій платником податків, якщо платник податків не надасть пояснення та їх документальні підтвердження на обов'язковий письмовий запит органу державної податкової служби протягом десяти робочих днів з дня отримання запиту;

4) платник податків подав у встановленому порядку скаргу про порушення законодавства посадовими особами органу державної податкової служби під час проведення планової чи позапланової виїзної перевірки, в якій вимагає повного або часткового скасування результатів відповідної перевірки;

5) у разі виникнення потреби у перевірці відомостей, отриманих від особи, яка мала правові відносини з платником податків, якщо платник податків не надасть пояснення та їх документальні підтвердження на обов'язковий письмовий запит органу державної податкової служби протягом десяти робочих днів з дня отримання запиту;

6) проводиться реорганізація (ліквідація) підприємства;

7) стосовно платника податків (посадової особи платника податків) у порядку, встановленому законом, податковою міліцією заведено оперативно-розшукову справу, у зв'язку з чим є потреба у проведенні позапланової виїзної перевірки фінансово-господарської діяльності такого платника податків;

8) у разі, коли вищестоящий орган державної податкової служби в порядку контролю за достовірністю висновків нижчестоящого органу державної податкової служби здійснив перевірку документів обов'язкової звітності платника податків або висновків акта перевірки, складеного нижчестоящим контролюючим органом, та виявив їх невідповідність вимогам законів, що призвело до ненадходження до бюджетів сум податків та зборів (обов'язкових платежів). Позапланова виїзна перевірка в цьому випадку може ініціюватися вищестоящим органом державної податкової служби лише у тому разі, коли стосовно посадових або службових осіб нижчестоящого органу державної податкової служби, які проводили планову або позапланову виїзну перевірку зазначеного платника податків, розпочато службове розслідування або порушено кримінальну справу;

9) платником подано декларацію з від'ємним значенням з

податку на додану вартість, яке становить більше 100 тис. гривень.

Позаплановими перевірками вважаються також перевірки в межах повноважень податкових органів, визначених законами України "Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг", "Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів", а в інших випадках - за рішенням суду.

Позапланова виїзна перевірка може здійснюватися лише на підставі рішення суду. Орган державної податкової служби, який ініціює проведення позапланової виїзної перевірки, подає до суду письмове обґрунтування підстав такої перевірки та дати її початку і закінчення, склад осіб, які будуть проводити таку перевірку, документи, які відповідно до частини шостої цієї статті свідчать про виникнення підстав для проведення такої перевірки, інформацію про вид та кількість перевірок, проведених органами державної податкової служби щодо суб'єкта господарської діяльності та наслідки таких перевірок за попередні три роки, а також на вимогу суду - інші відомості. У розгляді питання про надання дозволу на проведення позапланової виїзної перевірки мають право брати участь представники суб'єкта господарської діяльності. Повідомлення про місце, дату та час розгляду питання про надання дозволу на проведення позапланової виїзної перевірки направляється не пізніше ніж за три робочі дні до дати такого розгляду.

Позапланова виїзна перевірка здійснюється на підставі виникнення обставин, викладених у цій статті, за рішенням керівника податкового органу, яке оформляється наказом.

Тривалість планової виїзної перевірки не повинна перевищувати 20 робочих днів, а щодо суб'єктів малого підприємництва - 10 робочих днів.

Тривалість позапланової виїзної перевірки не повинна перевищувати 10 робочих днів, а щодо суб'єктів малого підприємництва - 5 робочих днів.

Подовження термінів проведення планової виїзної перевірки можливе на термін не більш як 10 робочих днів, а стосовно суб'єктів малого підприємництва - 5 робочих днів.

Подовження термінів проведення позапланової виїзної перевірки можливе на термін не більш як 5 робочих днів, а стосовно суб'єктів малого підприємництва - 2 робочих днів.

Обмеження у підставах проведення перевірок платників податків, визначені цим Законом, не поширюються на перевірки, що

проводяться на звернення такого платника податків, або перевірки, що проводяться після порушення кримінальної справи проти платника податків (посадових осіб платника податків), що перевіряється, відповідно до кримінально-процесуального законодавства.

Працівникам податкової міліції забороняється брати участь у проведенні планових та позапланових виїзних перевірок платників податків, що проводяться органами державної податкової служби, якщо такі перевірки не пов'язані з веденням оперативно-розшукових справ або розслідуванням кримінальних справ, порушених стосовно таких платників податків (посадових осіб платників податків), що знаходяться в їх провадженні.

Перевірки платників податків органами податкової міліції проводяться у порядку, встановленому Законом України "Про оперативно-розшукову діяльність", Кримінально-процесуальним кодексом України, іншими законами України.

Посадові особи органу державної податкової служби вправі приступити до проведення планової або позапланової виїзної перевірки за наявності підстав для їх проведення, визначених цим та іншими законами України, та за умови надання платнику податків під розписку:

1) **направлення на перевірку**, в якому зазначаються дата його видачі, назва органу державної податкової служби, мета, вид (планова або позапланова), підстави, дата початку та дата закінчення перевірки, посади, звання та прізвища посадових осіб органу державної податкової служби, які проводитимуть перевірку. Направлення на перевірку є дійсним за умови наявності підпису керівника органу державної податкової служби, скріпленого печаткою органу державної податкової служби;

2) **копії наказу** керівника податкового органу про проведення позапланової виїзної перевірки, в якому зазначаються підстави проведення позапланової виїзної перевірки, дата її початку та дата закінчення.

Ненадання цих документів платнику податків або їх надання з порушенням вимог, встановлених частиною першою цієї статті, є підставою для недопущення посадових осіб органу державної податкової служби до проведення планової або позапланової виїзної перевірки.

Проведення перевірок органами державної податкової служби не повинно порушувати нормального режиму роботи платників податків.

У разі заподіяння шкоди внаслідок порушення працівниками

органів державної податкової служби прав платників податків, встановлених цим та іншими законами України, а також вимог щодо проведення перевірок платників податків може звернутися до суду із заявою про відшкодування матеріальної та моральної шкоди. При цьому суб'єкти малого підприємництва звільняються від сплати державного мита.

Відшкодування шкоди здійснюється відповідно до закону. Працівники органів державної податкової служби несуть матеріальну відповідальність за шкоду, завдану незаконними діями або бездіяльністю, в межах, встановлених законом.

На сьогодні основним документом, який регулює **порядок накладення штрафних санкцій** за порушення податкового законодавства є Закон "Про порядок погашення зобов'язань платників податків перед бюджетами та державними цільовими фондами" від 21.12.2000 р. № 2181.

Штрафні санкції за порушення податкового законодавства накладаються на платника податків у розмірах, визначених статтею 17 цього Закону, крім штрафних санкцій за порушення валютного законодавства, що встановлюються окремим законодавством.

Платник податків, що **не подає податкову декларацію** у строки, визначені законодавством, сплачує штраф у розмірі 10 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (170 грн.) за кожне таке неподання або його затримку.

У разі коли платник податків **не сплачує узгоджену суму податкового зобов'язання** протягом граничних строків, визначених цим Законом, такий платник податку зобов'язаний сплатити штраф у таких розмірах:

- при затримці до 30 календарних днів, наступних за останнім днем граничного строку сплати узгодженої суми податкового зобов'язання, - у розмірі 10 % погашеної суми податкового боргу;

- при затримці від 31 до 90 календарних днів включно, наступних за останнім днем граничного строку сплати узгодженої суми податкового зобов'язання, - у розмірі 20 % погашеної суми податкового боргу;

- при затримці, що є більшою 90 календарних днів, наступних за останнім днем граничного строку сплати узгодженої суми податкового зобов'язання, - у розмірі 50 % погашеної суми податкового боргу.

Платник податків сплачує один із зазначених у цьому підпункті штрафів відповідно до загального строку затримки.

Платник податків, який **до початку його перевірки** контролюючим органом самостійно виявляє факт заниження податкового зобов'язання минулих податкових періодів, зобов'язаний:

а) або надіслати уточнюючий розрахунок і сплатити суму такої недоплати та штраф у розмірі 5 % від такої суми до подання такого уточнюючого розрахунку.

б) або відобразити суму такої недоплати у складі декларації з цього податку, що подається за наступний податковий період, збільшену на суму штрафу у розмірі 5 % від такої суми, з відповідним збільшенням загальної суми податкового зобов'язання з цього податку.

Якщо після подачі декларації за звітний період платник податків подає нову декларацію з виправленими показниками до закінчення граничного строку подання декларації за такий самий звітний період, то штрафи, визначені у цьому пункті, не застосовуються.

При самостійному донарахуванні суми податкових зобов'язань адміністративні штрафи не накладаються.

Це правило не застосовується, якщо:

а) платник податків не подає податкову декларацію за період, протягом якого відбулася недоплата податкового зобов'язання;

б) судом встановлено скоєння злочину посадовими особами платника податків або фізичною особою - платником податків щодо умисного ухилення від сплати зазначеного податкового зобов'язання.

Сплата (стягнення) штрафних санкцій, передбачених цією статтею, прирівнюється до сплати (стягнення) податку та оскарження їх сум.

Важливим моментом для Вас є повне ознайомлення з текстом Закону "Про порядок погашення зобов'язань платників податків перед бюджетами та державними цільовими фондами" від 21.12.2000 р. № 2181, оскільки даний Закон передбачає не лише застосування штрафних санкцій, а є спеціальним законом з питань оподаткування, який установлює порядок погашення зобов'язань юридичних або фізичних осіб перед бюджетами та державними цільовими фондами з податків і зборів (обов'язкових платежів).

ДЕРЖАВНА ІНСПЕКЦІЯ З КОНТРОЛЮ ЗА ЦІНАМИ

Державна інспекція з контролю за цінами здійснює свою діяльність на підставі Закону України "Про ціни і ціноутворення" від 03.12.90 р. №507-ХП та Положення про Державну інспекцію України з контролю за цінами, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 09.12.91 р. №353.

Статтею 13 Закону "Про ціни та ціноутворення" передбачено, що державний контроль за цінами здійснюється при встановленні і застосуванні державних фіксованих і регульованих цін і тарифів.

При цьому, в сфері дії вільних цін контролюється правомірність їх застосування та додержання вимог антимонопольного законодавства.

Державні органи з контролю за цінами та їх посадові особи мають права, виконують обов'язки і несуть відповідальність, передбачені Законом "Про державну податкову службу", крім повноважень передбачених пунктами 6-9 статті 11 цього Закону.

Пунктом 7 "Положення про Державну інспекцію з контролю за цінами" визначено, що інспекція має право:

- проводити у будь-яких суб'єктів підприємництва, розташованих на території України, перевірки бухгалтерських Документів, книг, звітів, калькуляцій тощо, пов'язаних з встановленням і застосуванням цін, а також одержувати необхідні пояснення, довідки та відомості з питань, що виникають при перевірках;

- одержувати необхідні для перевірки порядку встановлення й застосування цін і тарифів відомості, довідки, інші документи та Копії з них про рівень і економічну обґрунтованість цін на товари, їх техніко-економічні характеристики, ефективність, споживчі властивості, тощо від об'єднань, підприємств та організацій (включаючи органи стандартизації, статистики, банки та інші);

- обстежувати виробничі, складські, торгівельні та інші приміщення об'єднань, підприємств та організацій, що використовуються для виготовлення, зберігання і реалізації товарів та сировини, а також організацій з надання різних послуг. При здійсненні своїх повноважень, додержуватись відповідних правил;

- вимагати від керівників та інших службових осіб - суб'єктів підприємництва, яких перевіряють, усунення виявлених порушень законодавства про порядок установа і застосування цін;

- припиняти операції суб'єктів підприємництва за рахунок ми у банках та інших фінансово-кредитних установах у разі відмови в проведенні перевірки чи допуску працівників державних інспекцій з контролю за цінами для обстеження виробничих, складських та

інших приміщень, що використовуються для виготовлення, зберігання та реалізації сировини і товарів, неподання (або відмови у поданні) органам державного контролю за цінами та їхнім службовим особам бухгалтерських звітів, балансів, розрахунків, декларацій та інших документів, пов'язаних з установами і застосуванням цін;

- приймати рішення про застосування до суб'єктів підприємства передбачених чинним законодавством економічних санкцій за порушення порядку встановлення і застосування цін.

Відповідальність за порушення державної дисципліни щодо цін визначена статтею 14 Закону "Про ціни і ціноутворення".

Цією статтею Закону передбачено, що вся необґрунтовано одержана суб'єктом підприємства виручка в результаті порушення державної дисципліни цін підлягає вилученню в дохід відповідного бюджету. Крім того, з такого суб'єкта підприємства стягується штраф у двократному розмірі необґрунтовано одержаної суми виручки. Вказані суми списуються з рахунків підприємств і організацій в банківських установах за рішенням суду.

Випадки, в яких застосовуються штрафні санкції, конкретизовано в Інструкції про порядок застосування економічних і фінансових санкцій органами державного контролю за цінами, яка затверджена наказом Мінекономіки та Мінфіну України №93/141 від 07.07.98 р. та зареєстрована в Мін'юсті України 17.07.98 р. за №463/2903.

Порушеннями вважаються:

- нарахування непередбачених законодавством націнок до цін і тарифів, що регулюються;

- застосування вільних цін і тарифів на продукцію (послуги, роботи), за умови запровадження для них режиму державного регулювання;

- застосування цін на продукцію (послуги, роботи) з рентабельністю, рівень якої перевищує встановлений, відповідно до законодавства;

- застосування цін (тарифів) з порушенням запровадженого порядку обов'язкового декларування їх зміни (підприємствами-монополістами);

- завищення або заниження розміру передбачених законодавством податків та обов'язкових зборів, що включаються до структури ціни, або їх невиключення до структури ціни, що регулюється;

- включення до структури регульованих цін (тарифів), не передбачених законодавством витрат або витрат понад установлені

розміри;

- включення до вартості фактично невиконаних або виконаних не в повному обсязі послуг (робіт), ціни на які регулюються;

- застосування торгівельних постачальницько-збутових надбавок (націнок) понад встановленого рівня;

- застосування цін і тарифів з порушенням інших запроваджених методів регулювання.

Таким чином, органи державного контролю за цінами мають право перевіряти установлення та застосування цін на всіх підприємствах, незалежно від форми власності, однак застосовувати економічні санкції мають право лише при виявленні фактів порушень чинного порядку встановлення та застосування регульованих цін та тарифів.

ОРГАНИ ПОЖЕЖНОГО НАГЛЯДУ

Державна пожежна охорона підпорядкована Міністерству з надзвичайних ситуацій. Контроль за протипожежним станом будь-яких об'єктів безпосередньо здійснюють інспектори пожежного нагляду, які мають такі права:

- проводити пожежні перевірки приміщень в будь який час за умови присутності власника чи його законного представника, який зобов'язаний надавати інспектору пояснення та необхідні документи, що стосуються пожежної безпеки;

- надавати обов'язкові для виконання приписи та розпорядження;

- контролювати стан протипожежної безпеки, згідно з існуючими стандартами;

- зупиняти виробничий процес, якщо є загроза пожежній безпеці до моменту усунення виявлених і зафіксованих в окремому протоколі недоліків;

- притягати до адмінвідповідальності посадових осіб та працівників фірми у випадку порушення ними правил пожежної безпеки та невиконання розпоряджень пожежної служби;

- застосовувати штрафні санкції до фірми за порушення правил пожежної безпеки та невиконання розпоряджень пожежної служби.

Як бачимо, підприємці можуть стикнутися з органами держпожнагляду при проведенні **планових і позапланових перевірок**, при здійсненні ними контролю за виконанням вимог законодавства з питань пожежної безпеки, при одержанні

документів дозвільного характеру, за необхідності одержання від пожежників якихось послуг, при проведенні експертизи протипожежного стану об'єктів, проектно-кошторисної документації з пожежної безпеки, іншої документації та в деяких інших випадках.

Перевірки проводяться в будь-який час **у присутності керівника**, власника або уповноваженого ним представника.

Метою проведення планових перевірок є обстеження об'єктів щодо відповідності до вимог нормативно-правових актів і контроль за виконанням установлених законодавством вимог пожежної безпеки.

Позапланові перевірки проводяться з метою здійснення контролю за виконанням приписів органів держпожнадзора.

Планові та позапланові перевірки проводяться тільки на підставі **припису на право перевірки** начальника органу держпожнадзора, що реєструється в спеціальному журналі цього органу. Припис на право перевірки керівника органу держпожнадзора або його копія, завірена печаткою, пред'являється державним інспектором, який здійснює перевірку, керівнику об'єкта або уповноваженій особі, одночасно зі службовими посвідченнями учасників перевірки.

Тобто, якщо до підприємця завітали перевіряючі з держпожнадзора, він має повне право вимагати у них, по-перше, припис на право перевірки, а по-друге, службові посвідчення учасників перевірки. Якщо ці документи (або один із них) підприємцю не буде пред'явлено, він має повне право не допускати таких «перевіряючих» до проведення перевірки.

Також слід звернути увагу, що перевірка може здійснюватися тільки тими державними інспекторами, яких зазначено в приписі на право перевірки.

Термін перевірки визначає керівник органу держпожнадзора, виходячи з характеристики об'єкта.

Допускається вручення припису на право перевірки орендодавцю об'єкта незалежно від форм власності для повідомлення орендарів.

Об'єкти, які перевіряються органами Держпожнадзора, відповідно до рівня пожежної небезпеки поділяються на **об'єкти I, II і III груп**.

До об'єктів I групи належать потенційно небезпечні об'єкти, промислові та складські будівлі, які належать до категорій «А», «Б» за вибухопожежною небезпекою незалежно від площі, категорії «В» за пожежною небезпекою – площею 500 м² та більше, об'єкти з масовим перебуванням людей та висотні будинки, будівлі

центральных та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, а також інші об'єкти, які визначаються відповідним наказом начальника територіального органу держпожнадзора, враховуючи їх пожежну небезпеку.

Планова перевірка цих об'єктів здійснюється **щорічно** і може провадитися бригадним та груповим методом, із залученням представників Державного департаменту промислової безпеки, охорони праці та гірничого нагляду, Державної інспекції цивільного захисту та техногенної безпеки, інших органів державного нагляду.

До об'єктів II групи належать промислові та складські будівлі, які належать до категорії «В» за пожежною небезпекою площею менше 500 м², сільськогосподарські підприємства та фермерські господарства, на роботах в яких задіяно працівників, об'єкти торгівлі (крім малих архітектурних форм), будівлі підвищеної поверховості, підприємства побутового обслуговування, підземні та багатоповерхові гаражні кооперативи тощо, які не увійшли до I та III груп. Перелік таких об'єктів затверджується керівником місцевого органу держпожнадзора.

Планові перевірки цієї групи об'єктів проводяться **один раз на 3 роки**.

До об'єктів III групи належать усі державні, відомчі та кооперативні житлові будинки (крім будинків підвищеної поверховості та висотних), дачні, садівничі та гаражні кооперативи (крім багатоповерхових та підземних), інші малі архітектурні форми тощо.

Планові перевірки цієї групи об'єктів проводяться **один раз на 5 років**.

Виходить, щоб з'ясувати, як часто органи пожежного нагляду можуть перевіряти підприємця планово, слід визначитися, до якої групи належить об'єкт, що перевіряється. Якщо це кіоск чи павільйон, то частіше ніж раз на 5 років перевіряючи з органів держпожнадзора планово приходити не повинні. Якщо підприємець має магазин чи підприємство побутового обслуговування, то, найімовірніше, його об'єкт потрапить до II групи. Планові перевірки в цьому разі проводяться раз на три роки. Ну а якщо підприємець має виробниче чи складське приміщення площею понад 500 м², то планові перевірки можливі ледь не щороку, оскільки його об'єкт, імовірно, належатиме до I групи.

Тепер що стосується періодичності позапланових перевірок. Вище ми навели причини, з яких можуть проводитися позапланові перевірки. Перша причина позапланових перевірок – контроль за виконанням приписів органів держпожнадзора. Періодичність таких

перевірок не може перевищувати одного разу на рік. Але крім контролю за виконанням приписів, є ще низка причин, з яких можуть проводитися позапланові перевірки: одержання інформації про виникнення аварійних ситуацій, скарги юридичних і фізичних осіб тощо. Отже, можна говорити, що позапланові перевірки «за сигналом» можуть проводитися так часто, як на те буде привід в органів пожежного нагляду.

За результатами планових перевірок підприємцю видаються **письмові приписи** на усунення порушень вимог пожежної безпеки. Запропоновані приписами заходи повинні обґрунтуватися вимогами нормативних актів та обговорюватися з керівниками об'єктів з установленням термінів їх виконання.

Припис має два розділи. До першого розділу включаються невиконані заходи попереднього припису із зазначенням минулих термінів їх виконання, а до другого – нові запропоновані заходи і терміни їх виконання.

Припис складається не менше ніж у 2 примірниках: 1-й – не пізніше 5 робочих днів після закінчення обстеження вручається керівнику об'єкта для виконання, а 2-й з підписом керівника щодо погоджених термінів та одержання залишається в органі держпожнадзора для здійснення контролю. У разі неможливості вручення керівнику об'єкта припису, він надсилається рекомендованим листом з повідомленням, про що у копії проставляється відповідний вихідний номер і дата направлення, або передається до канцелярії об'єкта з відповідною позначкою на копії вхідного номера та дати.

Припис держпожнадзора підписують державні інспектори, які проводили обстеження. Він зберігається в наглядовій справі до повного його виконання, але не менше 5 років.

Якщо підприємець тією чи іншою мірою не згодний з приписами органів пожежного нагляду, він має повне право їх оскаржити до вищого органу чи до вищої посадової особи держпожнадзора в 10-денний термін з дня їх вручення.

При проведенні наступних перевірок у попередньому приписі державний інспектор зобов'язаний зробити позначки. При виконанні протипожежних заходів навпроти кожного з них робиться позначка «виконано», ставиться дата перевірки та підпис відповідного державного інспектора, а при невиконанні – в кінці припису зазначаються порядкові номери невиконаних пунктів, указуються заходи, які вжиті до винних осіб, а також запобіжні заходи, про що повідомляється керівник об'єкта.

САНІТАРНО-ЕПІДЕМІОЛОГІЧНА СЛУЖБА (СЕС)

СЕС підпорядковується Міністерству охорони здоров'я України. Посадові особи СЕС мають право перевіряти підприємства тільки на своїй території, тобто представник певної районної СЕС не має права перевіряти будь-який суб'єкт господарювання в іншому районі. Дуже ретельно перевіряйте документи у співробітників СЕС і, якщо вони не з Вашого району, то сміливо відмовляйте їм у проведенні перевірки.

Основні завдання СЕС:

- санітарно-епідеміологічний контроль у сфері підприємництва;

- дотримання санітарних норм;
- проведення державної санітарно-гігієнічної експертизи;
- видача дозволів.

Права СЕС на підпорядкуваній території:

- надавати (або не надавати) згоду на відведення земельної ділянки для будь-яких потреб;

- надавати (або не надавати) висновок про відповідність санітарним нормам будь-якої споруди;

- вирішувати питання про необхідність експертизи всіх компонентів та харчових товарів;

- контролювати на підприємствах здійснення проти-епідемічних заходів (медогляд, тощо);

- надавати (або не надавати) згоду на видачу дозволів провадити певні види діяльності, що можуть створити масову загрозу здоров'ю людей;

- безперешкодно входити до будь-яких приміщень підприємства, навіть коли підприємство не працює;

- надавати вказівки про усунення порушень та проведення експертизи (необхідних лабораторних досліджень);

- безкоштовно отримувати будь-які дані, пов'язані із санітарно-епідеміологічним станом фірми.

СЛУЖБА ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Відповідно до статті 5 Закону України "Про захист прав споживачів" від 15.12.93 р., Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики та його органи в областях повинні здійснювати державний контроль за дотриманням законодавства України про захист прав споживачів центральними і місцевими органами державної виконавчої влади та

господарючими суб'єктами, незалежно від форм власності, громадянами-підприємцями та іноземними юридичними особами, що здійснюють підприємницьку діяльність на території України.

Органи у справі захисту прав споживачів мають право:

- перевіряти господарючі суб'єкти сфери торгівлі, громадського харчування та послуг,
- якість товарів, робіт, послуг, додержання обов'язкових вимог щодо безпеки товарів (робіт, послуг),
- додержання правил торгівлі та надання послуг
- входити безперешкодно та обстежувати, відповідно до законодавства, будь-які виробничі, складські, торгівельні та інші приміщення цих суб'єктів.

Відповідно до ст. 26 Закону про захист прав споживачів порядок проведення таких перевірок має визначатися спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів. Порядок проведення перевірок суб'єктів підприємницької діяльності Держспоживстандартом і підпорядкованими йому управліннями у сфері захисту прав споживачів зареєстрований у Мін'юсті 21.11.2006 р. за № 1219/13093 і набув чинності 2 грудня 2006 року.

Згідно з п. 1.3 Порядку проведення перевірок перевіряючі можуть проводити **тематичні та позапланові** перевірки.

Тематичні (планові) перевірки здійснюються на підставі затвердженого тематичного плану роботи органів у справах захисту прав споживачів, а також на виконання наказів, розпоряджень, доручень Держспоживстандарту. Тематичний план роботи складається щокварталу.

Позапланові перевірки проводяться посадовими особами виключно на підставі отриманих від споживачів звернень (скарг) про порушення суб'єктами господарювання вимог законодавства про захист прав споживачів.

Перевіряючі при проведенні перевірки (тематичної або позапланової) зобов'язані пред'явити:

- 1) службове посвідчення, що видається окремо на кожного працівника, який бере участь у перевірці;
- 2) направлення на перевірку (форму направлення наведено в додатку до Порядку проведення перевірок).

У направленні має бути зазначено:

- дату видачі направлення;
- прізвище та ініціали посадової(их) особи (осіб), якій(им) доручено провести перевірку;

- місце проведення перевірки;
- назву суб'єкта господарювання (назва зазначається після початку перевірки згідно з наданими суб'єктом господарювання свідоцтвом про держреєстрацію або патентом на здійснення підприємницької діяльності, або свідоцтвом про сплату єдиного податку);

- тематичне завдання перевірки;
- строк дії направлення.

Направлення на перевірку є дійсним за умови наявності підпису керівника органу у справах захисту прав споживачів, а за його відсутності (відпустки, хвороби, відраджень) – його заступника, скріпленого гербовою печаткою.

Ненадання зазначених вище документів (посвідчення та направлення) або їх надання з порушенням вимог є підставою для недопуску перевіряючих до проведення перевірки.

Права та обов'язки перевіряючих

Відповідно до п. 1.4 Порядку проведення перевірок перевіряючі мають право:

1) безперешкодно відвідувати і обстежувати відповідно до законодавства виробничі, складські, торговельні та інші приміщення суб'єктів господарювання.

2) відбирати в установленому Кабінетом Міністрів України порядку зразки товарів, сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів для перевірки їх якості.

3) проводити контрольні перевірки правильності розрахунків зі споживачами за реалізовану продукцію;

4) одержувати безкоштовно копії необхідних документів, що характеризують якість продукції, сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, що використовуються для виробництва цієї продукції, а також супровідних документів на продукцію, що перебуває на реалізації;

5) застосовувати в установленому порядку передбачені законодавством заходи до суб'єктів господарювання, які допустили порушення прав споживачів, і вносити відповідні пропозиції щодо їх подальшої діяльності та притягнення до відповідальності винних у порушенні прав споживачів.

За результатами перевірки складається **акт** за формою, затвердженою наказом Держстандарту України від 27.11.2000 р. № 679.

Зміст порушення, викладений в акті, має бути конкретизовано та викладено відповідно до норм законодавства. Довільне викладення або трактування вимог нормативно-правових

актів і документів не допускається.

Незаповнені місця в акті перекреслюються значком «Z». Скорочення слів, назв, крім загальноприйнятих абревіатур, не допускається. Виправлення в акті допускаються лише за умови їх погодження підписом осіб, які беруть участь у перевірці.

Акт складається у двох примірниках і підписується посадовим особами, які проводили перевірку, особами, які брали участь у перевірці, та особами, у присутності яких проведено перевірку та яких ознайомлено з актом. Поруч з підписом осіб зазначаються їх прізвища та ініціали. До основного акта (форма № 1) може бути додано й додаткові акти:

- акт відбору зразків товару (форма № 2);
- акт контрольної перевірки правильності розрахунків за реалізованим товаром, надані послуги (форма № 3).

За результатами перевірки керівнику вручається **припис** про припинення порушень прав споживачів, що є невід'ємною частиною акта перевірки. Заходи припису щодо усунення виявлених недоліків має бути сформульовано конкретно і в стислій формі. Строки виконання припису визначаються в кожному конкретному випадку виходячи з реальних можливостей підприємства, умов його діяльності, кількості та характеру порушень.

Якщо суб'єкт господарювання своєчасно не надасть письмового підтвердження про виконання припису щодо усунення виявлених порушень або не виконає такого припису, керівник органу у справах захисту прав споживачів приймає рішення про проведення повторної перевірки. А це вже загрожує серйознішими наслідками для суб'єкта перевірки.

За результатами перевірки відповідно до виявлених порушень перевіряючі можуть скласти **протокол** про здійснення адміністративного правопорушення. При цьому мають право:

- 1) заборонити реалізацію споживачам продукції:
 - на яку відсутні документи, що засвідчують її відповідність до вимог нормативних документів;
 - на яку в нормативно-правових актах або нормативних документах встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки життя, здоров'я, майна споживачів та охорони навколишнього природного середовища, якщо продукцію внесено до переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації, але не має сертифіката відповідності (свідоцтва про визнання відповідності);
 - увезеної на територію України без документів, що підтверджують її належну якість;

– на яку строк придатності не зазначено або зазначено з порушенням вимог нормативних документів, а також товарів, строк придатності яких минув;

– що є фальсифікованою;

2) припинити відвантаження та реалізацію продукції, що не відповідає вимогам нормативно-правових актів і нормативних документів, – до усунення виявлених недоліків;

3) тимчасово призупинити діяльність суб'єктів господарювання сфери торгівлі (секцій, відділів), які систематично реалізують товари неналежної якості, порушують правила торгівлі та надання послуг, умови зберігання і транспортування товарів, – до усунення виявлених недоліків;

4) опломбувати в порядку, передбаченому законодавством, виробничі, складські, торговельні та інші приміщення суб'єктів господарювання, а також несправні засоби вимірювальної техніки, за допомогою яких здійснюється обслуговування споживачів;

5) подати до суду позов про захист прав споживачів;

6) передати матеріали перевірок на дії осіб, що містять ознаки злочину, органам дізнання або досудового слідства;

7) накладати на винних осіб адміністративні стягнення за порушення законодавства про захист прав споживачів. Справи про адміністративні порушення розглядаються за місцезнаходженням спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів або його територіальних органів.

Перелічені рішення може бути скасовано керівником органу у справах захисту прав споживачів тільки у випадку, якщо їх буде визнано недійсними (прийнятими з порушенням вимог чинного законодавства). Ну, а як ви розумієте, це можливо, тільки якщо суб'єкт господарювання оспорюватиме такі рішення.

Згідно з п. 5.4 Порядку проведення перевірок дії посадових осіб під час проведення перевірок, а також приписи про припинення порушень прав споживачів може бути оскаржено суб'єктом господарювання у 14-денний строк від початку проведення перевірки чи отримання припису. Такі скарги подаються до органу у справах захисту прав споживачів, що проводив перевірку. У свою чергу, керівник цього органу протягом трьох робочих днів зобов'язаний переслати скаргу з відповідними матеріалами перевірки та своїми поясненнями до найвищого органу в порядку своєї підпорядкованості. При цьому суб'єкт господарювання може подати скаргу і до суду.

ДЕРЖАВНИЙ КОМІТЕТ СТАНДАРТИЗАЦІЇ, МЕТРОЛОГІЇ ТА СЕРТИФІКАЦІЇ

Посадові особи цього державного органу мають право:

- перевіряти якість товарів та послуг та правильність розрахунків за них;
- перевіряти дотримання вимог законодавства про рекламу;
- припиняти продаж товарів, що не відповідають вимогам нормативних документів до моменту усунення виявлених недоліків.

При цьому:

- Якщо товар чи послуги мають бути сертифіковані, то у випадку відсутності Сертифікату штраф становитиме 50 % від вартості наявної у Вас партії такого товару;

- Якщо товар чи послуги не відповідають вимогам нормативних документів щодо безпеки здоров'я чи майна споживачів, штраф становитиме 300 % від вартості наявної у Вас партії такого товару, виконаних чи наданих послуг;

- За продаж небезпечного товару без належного попереджувального маркування та інформації про його безпечне використання, штраф становитиме 100 % від вартості наявної у Вас партії такого товару;

- За відсутність належної інформації про товар чи послуги штраф становитиме 30 % від вартості наявної у Вас, партії такого товару;

- За продаж товару, термін придатності якого минув, штраф становитиме 200 % від вартості наявної у Вас тієї частини непридатного до вжитку товару, яку Ви ще не встигли реалізувати.

ДЕРЖАВНИЙ ДЕПАРТАМЕНТ НАГЛЯДУ ЗА ДОДЕРЖАННЯМ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ПРАЦЮ

Посадові особи Держнаглядпраці (головні державні інспектори праці, їх заступники, державні інспектори праці) мають право:

1) безперешкодно в будь-який час без попереднього інформування з пред'явленням службового посвідчення відвідувати для перевірки додержання законодавства про працю та загальнообов'язкове державне соціальне страхування адміністративні і виробничі приміщення роботодавців, робочі органи виконавчих дирекцій фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування;

2) ознайомлюватися з інформацією, документами і матеріалами та одержувати від роботодавців, робочих органів виконавчих дирекцій фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування копії або витяги з документів, ведення яких передбачено законодавством про працю та загальнообов'язкове державне соціальне страхування, необхідних для виконання їх повноважень. Вимагати від роботодавців або працівників необхідні пояснення. Для проведення перевірки роботодавцем надається робоче місце з можливістю ведення конфіденційної розмови з працівниками, створюються з цією метою інші належні умови;

3) давати посадовим особам органів виконавчої влади та місцевого самоврядування, роботодавців, робочих органів виконавчих дирекцій фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування приписи щодо усунення порушень законодавства про працю та загальнообов'язкове державне соціальне страхування в частині забезпечення реалізації прав і гарантій працівників, які підлягають обов'язковому виконанню з письмовим повідомленням про вжиті заходи у місячний або в інший, зазначений у приписі строк;

4) складати у випадках, передбачених законом, протоколи про адміністративні правопорушення, а також розглядати справи про такі правопорушення та накладати адміністративні стягнення згідно із законодавством;

5) вносити роботодавцям пропозиції про накладення дисциплінарних стягнень на посадових осіб, винних у порушенні законодавства про працю та загальнообов'язкове державне соціальне страхування, передавати матеріали про порушення до правоохоронних органів.

Посадові особи Держнаглядпраці мають службові посвідчення встановленого зразка, персональні круглі номерні печатки.

Факти щодо додержання законодавства про працю, виявлені державним інспектором праці в ході перевірки, відображаються ним у відповідному акті, форму якого затверджено наказом Міністерства праці та соціальної політики України від 21 березня 2003 р. № 72 (zareєстрований у Міністерстві юстиції України 3 червня 2003 р. за № 432/7753). До зазначеного акта додаються копії витребуваних державним інспектором праці матеріалів чи документів роботодавця, пояснення посадових осіб або інших працівників за умови, що вони згодні не зберігати конфіденційність факту надання ними інформації про порушення законодавства про працю.

Захист прав працівників чи застрахованих осіб здійснюється державним інспектором праці шляхом видання посадовим особам

роботодавців чи робочих органів виконавчих дирекцій фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування обов'язкових до виконання **приписів** на усунення виявлених порушень законодавства. Але, видаючи припис на усунення виявленого правопорушення, державний інспектор праці не може виступати посередником, арбітром чи експертом під час розгляду індивідуальних або колективних трудових спорів.

Тобто інспектор не може на прохання третіх осіб витребувати від роботодавця документи, інформацію чи інші матеріали для їх подальшої передачі цим особам, оскільки це функція посередника. Однак він зобов'язаний приписати роботодавцеві обов'язок видати працівникові (відповідно до вимог ст. 49 КЗпП та інших нормативно-правових актів), що звернувся з проханням одержати таку інформацію, довідку про роботу і заробітну плату чи інші документи, які стосуються цього працівника. Засвідчені копії документів, інформації чи інших матеріалів роботодавця, витребувані державним інспектором праці в ході перевірки можуть передаватися відповідним органам або організаціям лише як матеріали перевірки в цілому.

Одночасно з виданням роботодавцю припису на усунення виявлених порушень законодавства про працю державний інспектор має право скласти та передати до суду протокол про адміністративне правопорушення для притягнення до адміністративної відповідальності посадових осіб – порушників законодавства. Підставою для оформлення цього протоколу є наявність у діях посадової особи складу адміністративного правопорушення, ознаки якого встановлено статтею 9 Кодексу України про адміністративні правопорушення (КУпАП).

Маркетинг та реклама в малому бізнесі

Основна мета будь-якого бізнесу, як малого, так і великого – це отримання прибутку. Не залежно від того, чи ви займаєтесь виробництвом продукції, чи наданням послуг, чи продажем товарів, джерело ваших прибутків – це ваші доходи, а простіше – гроші, які платять покупці за ваші товари або послуги.

Багато хто з підприємців вважає, що маркетинг їм ні до чого, адже їх бізнес малий і займатись маркетингом можуть дозволити собі лише великі підприємства. І вони глибоко помиляються.

Чим би ви не займались і якого б розміру не був ваш бізнес, ви напевно замислювались чи замислюєтесь зараз над питаннями:

- що саме треба продавати;
 - кому саме потрібний ваш товар і хто його зхоче купувати,
 - чому його захочуть купувати,
 - де краще розмістити магазин,
 - як повідомити можливим покупцям про себе і свої товари, як привернути їх увагу,
 - хто вже продає такі товари і чим вони кращі або гірші за ваші,
 - чому люди купують у вас, а не у конкурентів,...
- Це і є маркетинг.

СКЛАДАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУ.

Ваш маркетинговий план має бути ясным, коротким і добре продуманим документом, який буде скеровувати вас по мірі виконання всієї програми маркетингу. Він має бути спрямований на досягнення цілей вашого маркетингу і на те, як ви плануєте досягти цих цілей. У залежності від того, чи робить ваша компанія якусь продукцію, чи то надає послуги, ваш маркетинговий план є обов'язковим чинником вашого успіху.

Нижче наводяться шість головних компонентів для створення успішного маркетингового плану.

1. Мета
2. Цільовий Клієнт
3. Переваги вашої продукції чи послуг
4. Ваше позиціювання
5. Маркетингова тактика
6. Маркетинговий бюджет

Мета

Загальна мета будь-якого маркетингового плану полягає в тому, щоб максимально збільшити прибуток вашого підприємства.

Якщо ви розробляєте дитячий одяг, вашою метою могло б бути "Продати найбільшу кількість одягу за найнижчою вартістю за одну одиницю". Якщо ви – незалежний комп'ютерний консультант, який допомагає компаніям користуватися Інтернетом, вашою метою могло б бути "Повністю розписати весь мій час через отримання найбільшої кількості клієнтів за найнижчою вартістю".

Багато бізнесменів думають, що їхній маркетинговий план - це ще один вид реклами, залучення преси, складання привабливих рекламних оголошень тощо. Це не цілі, це - тактика. Кінцевий результат кожного з них має збільшити ваш прибуток.

Якщо ви не можете відповісти на запитання "що є метою мого маркетингового плану," то у вас може виникнути запитання "чому я займаюся маркетингом?" Ваші відповіді на це питання мають бути однаковими.

Ваші цільові клієнти

Щоб залучити своїх цільових клієнтів, ви повинні знати, хто вони. Шукайте загальні характеристики. Це компанії чи окремі люди? Чи знаходяться вони у певній демографічній групі стосовно віку, географії та доходів? Як вони купують вашу продукцію чи послуги? Як часто вони купують їх? Які особливості їх цікавлять?

Не користуйтеся загальними визначеннями: замість "люди, що хочуть купити одяг для дитини" користуйтеся такими визначеннями, наприклад, "бабусі й дідусі та інші родичі, що шукають якийсь особливий одяг для немовляти".

Не намагайтеся догодити всім і кожному. Не кожен клієнт - ваш цільовий клієнт. Не продавайте кожному - поділіть свої ринки на сегменти. Якщо ви продаєте масло для масляних нагрівальних батарей у певному регіоні, то можете спрямувати свою маркетингову політику на кожну родину в цьому регіоні. Та чи буде це ефективним використанням вашого часу і грошей? Імовірно, ні. Вам слід звузити своє коло. Ваш цільовий клієнт – це вже наявні споживачі масла для нагрівальних приладів або це люди, що користуються газовими нагрівачами, проте розмірковують про те, щоб перейти на масляний обігрів. Або ж ви шукаєте людей, які тільки що купили будинок і ще не вирішили, в кого вони будуть купувати масло? Ви продаєте звичайним клієнтам чи підприємствам?

Переконайтеся, що ваш цільовий ринок досить великий, щоб підтримати ваші комерційні цілі.

Не намагайтеся припустити, хто є вашим цільовим ринком. По можливості, спробуйте визначити кількісний склад шляхом проведення досліджень. Зв'яжіться з торговими організаціями, відвідайте бібліотеку, перегляньте ринкові дані, використайте демографічну інформацію з перепису тощо.

Покупець вашої продукції чи послуг не обов'язково може бути їх споживачем.

Якщо ви продаєте за принципом підприємство-підприємству, то пам'ятайте, що вашу продукцію чи послуги купує людина, а не компанія.

Переваги вашої продукції чи послуг

Ви не продаєте вироби, і не продаєте послуги. Ви продаєте переваги. Опишіть їх тут. Думайте про відмінні особливості своєї продукції чи послуг, які виділяють вас серед ваших конкурентів. Це також можна назвати вашою Унікальною Ринковою Пропозицією (УРП). Це може бути дизайн вашої продукції, ваше знання ринку, нова технологія, особлива послуга, винятковий талант, або щось іще. Наприклад, УРП телевізорів Sony - чудова картинка трубки Trinitron. УРП бургерів Burgers King - те, що їх підсмажують на відкритому вогні.

Позиціювання себе на ринку

Ваше положення на ринку - це ваше обличчя на ринку; це те як ви хочете, щоб ринок і ваші конкуренти розглядали вашу продукцію або послуги. Ваше положення буде впливати на кожен сегмент вашого ринку.

Нехай ваше положення буде ґрунтуватися на тих перевагах, які ви пропонуєте, на оцінці того, хто ваші клієнти, і яке положення ваших конкурентів. Нехай заява про ваше положення буде короткою і зрозумілою. Наприклад, компанія ОРЛАН, що займається перевезеннями, могла б позиціювати себе як "найнадійнішу компанію з перевезень у західному регіоні". Два дизайнери, що спеціалізуються на кухонному дизайні могли б позиціювати себе зовсім різними способами - один міг би бути "найбільш інноваційним дизайнером сучасних кухонь", у той час як інший міг би бути "найбільш рентабельним дизайнером традиційних кухонь."

Поради по позиціюванню:

При формулюванні свого положення на ринку, думайте в категоріях крайностей - "найбільш", "найкращий", "найшвидший", "найдешевший", "єдиний" тощо.

Якщо не існує великої різниці між вами і вашими

конкурентами, шукайте найбільш значимі потреби своїх клієнтів - ті потреби, які ще не були задоволені.

По можливості, не протиставте себе напряму вашим конкурентам. Якщо ви так зробите, то можете виявитися без вірного позиціонування, коли ваш клієнт змінить свої орієнтири. Замість цього більше зосередьтеся на перевагах вашої продукції чи послуг.

Будьте дуже обережні, якщо ви позиціонуєтеся виключно на основі ціни, тому що вашу позицію дуже легко перекупити.

Не робіть ставку тільки на образ. Ви повинні підтримати своє позиціонування змістом. Якщо ви не в змозі цього робити - це шлях до катастрофи.

Тактика вашого маркетингу

Опишіть ту чи іншу тактику маркетингу, яку ви маєте намір використовувати, щоб привабити своїх цільових клієнтів – наприклад, реклама, зв'язки з громадськістю або стимулювання збуту. Це - зброя вашої маркетингової стратегії. Вибирайте їх мудро. Переконайтеся, що вони узгоджуються та підтримують ваше позиціонування і ваші переваги.

Ось список інструментів, які ви могли б використовувати: реклама (друковані видання, радіо, телебачення), брошури, проспекти, тематичні оголошення, послуги, конкурси, купони на знижки, поштові розсилки, події, листівки, безкоштовні зразки, програми для постійних покупців, роздача сувенірів (футболки, ручки, інші рекламні приналежності), вивіски в магазині/розкладки, ділові контакти інформаційні бюлетені, зовнішня реклама/білборди, особистий контакт, особисті листи, упаковка виробу, розкладки на місці покупки, заохочення, зв'язки з громадськістю, реклама, продаж на основі особистих стосунків, продаж, семінари, спонсорство, трюки, телемаркетинг, торгові виставки, жовті сторінки

Бюджет маркетингової політики

Коротко обумовте, скільки грошей ви маєте намір вкласти в маркетинг у відсотках від проєктованого вами валового обсягу продажу. Ви можете поділити це на щомісячні, щоквартальні або річні обчислення. В ідеалі ви вже мали б визначити суму свого бюджету на проведення маркетингової політики. Цифра, яку ви виберете, буде значною мірою залежати від вашого роду діяльності і ваших цілей. Вона може бути десь у межах від 5% до 50% й вище. Якщо напрямок вашої маркетингової діяльності - це підприємство, що продає свої товари, наприклад, за допомогою реклами поштою,

тоді, імовірно, ви виділите на ці цілі трохи більше ніж компанія, яка будуватиме свою клієнтську базу через створення клієнтської мережі та через прямий маркетинг.

Є ще декілька моментів, на які необхідно звернути увагу, коли ви будете планувати свій бюджет:

- Коли ви записуєте ту чи іншу цифру, то цілком присвячуєте себе підтримці своєї маркетингової програми. Ви знатимете, скільки ви можете дозволити собі витратити на різні форми реклами, PR та інші тактики.
- Намагайтеся простежити наскільки ефективною є кожна маркетингова тактика. Адже ви плануєте отримати максимальний прибуток від своїх маркетингових інвестицій.

Як ви думаєте, що найбільше спонукає людей купувати товари в певному місці? Ні, не низька ціна. Результати одного з опитувань населення, під час якого людям задавали лише одне питання: "Чому ви постійно купуєте саме в цьому місці?" показали, що аргумент "гарні низькі ціни" опинився аж на п'ятому місці, "якість товару" — на третьому, а перше місце посіло невиразне визначення: "Бо мені тут подобається..."

Якщо до вашого магазину заходить випадковий відвідувач, ви маєте лише 10 секунд, щоб справити на нього гарне враження! Саме протягом цього часу, як стверджують дослідники, людина вирішує, чи починати оглядини товар, чи йти до іншого магазину. Враження відвідувача – це підсвідомі емоції, вплив на які мають досить багато факторів.

Почнімо з входу. Який він у вас? Охайно пофарбовані двері з гарною вивіскою чи облуплені ґрати з брудним коридором, захаращеним "тарою"?

Станьте у дверях і... понюхайте повітря! Якщо у вас не пахне, а хоч трішечки смердить (рибою, мастилом, новими калосами, щурами), то ви вже втратили цілий натовп покупців: усіх вагітних жінок; молодих мам з маленькими дітьми; людей, надто чутливих на запахи; просто всіх тих, хто в повсякденному житті дбає про власну гігієну. Щодня принаймні кілька осіб, заглянувши до вашого магазину, підуть звідси й вже ніколи сюди не повернуться, а з ними підуть ваші назавжди втрачені прибутки...

Тепер погляньте на свої прилавки, тобто на те, яким чином на них розкладено товари. Там, у дверях магазину, уявіть себе покупцем, який прийшов купити у вас "щось". Огляньте полиці очима "покупця", який прийшов купити у вас „щось” – наскільки легко йому зорієнтуватись в товарах на ваших полицях: чи

розкладено товар за категоріями, від меншої ціни до більшої? чи не лежать лос'йони серед оселедців? прилавки брудні чи чисті? чи все ви поклали на видному місці?

Тепер подумайте, хто і як зустрічає "випадкового" відвідувача? З ним чемно привітався охайний продавець чи йому спідлоба буркнула тітка в замусоленому фартуху типове: "Вам — що?" На цю різницю в привітанні особливо чутливі пенсіонери, а вони становлять (запам'ятайте цю цифру!) 35—37 % щоденної кількості покупців!

Як взагалі поводитьься "людина за прилавком"? Мовчки чекає, аж поки відвідувач сам скаже, що він хоче купити, чи пропонує свої послуги? Чи допомагає вибрати товар, чи дає поради стосовно до розміру, стилю, чи описує переваги та особливості товару? Чи пропонує кращий товар?

Ці всі деталі визначають ваші шанси на "перевтілення" відвідувача у вашого покупця – шанси на ваш успіх.

В ту хвилину, коли відвідувач наважився зробити покупку, докладіть усіх зусиль, щоб ця подія залишила в нього приємні враження, бо наступне ваше завдання — перетворити покупця на свого клієнта.

Пам'ятайте, що саме покупці є найкращими радниками в складанні асортименту товарів. Коли часом покупець питає про певний товар, якого в асортименті нема гарний продавець має відповісти: "Зараз немає, але відтепер буде обов'язково!" і негайно записати назву товару до спеціального зошита, а директор крамниці вже зробить свої висновки.

При такому відношенні, мешканці навколишніх будинків до інших магазинів просто не захочуть ходити: вони мають свій. Отак і роблять покупця постійним клієнтом...

УСПІШНІ ПРИКЛАДИ

Таке можна побачити в Чехії: продавець у приватному магазині з посмішкою дарує цукерку "Чупа-Чупс" кожній маленькій дитині, яка заходить до середини з мамою чи з татком. І розмовляє спершу з маленьким, а потім зі старшими. Ось де покупці стають клієнтами. Діти самі затягують батьків до магазину! І батьки просто змушені купити хоч що-небудь, хоч найменшу дрібничку. Тут є ще один важливий момент: у майбутньому сьогоднішні діти завжди будуть згадувати про цей магазин з позитивними емоціями. І ніколи не пройдуть повз нього. Отож спробуйте підрахувати, який прибуток приносить цій крамниці щоденна коробка "Чупа-Чупсу" вартістю

кілька крон...

А тепер додайте ще один ефект — "поширення доброї новини". Всі знають неписану істину: "Зробиш комусь добре — він розповість трьом людям, а зробиш погано — то десятком". Чи варто виявити неухвагу хоч до одного свого покупця? Подумайте, що люди можуть розповідати про ваш магазин.

В одному магазині біля каси лежать простенькі картки-"візитки", приблизно з таким текстом: "Ми працюємо для Вас із 7 до 21 години. Маємо багато покупців, і часом якийсь смачний товар до вечора весь розбирають. Якщо Ви пізно повертаєтеся з роботи, то можете замовити свої вечірні покупки заздалегідь за телефоном..." — і номер. Погодьтеся, це зовсім не складно, але ж скільки уваги до клієнта!

Типова помилка наших сучасних власників приватних магазинів — вперта переконаність у тому, що "продавцем може бути будь-хто, аби правильно рахував гроші". Уявіть ситуацію, коли до магазину "Аудіо-відео", заходить подружня пара, щоб купити перший "сімейний" телевізор. Просять продавця пояснити переваги різних марок. Продавець — 17-річна дівчина (мабуть, ще місяць тому сиділа за шкільною партою) — довго плутає назви, тупо гортає англomовні інструкції до "панасоніків", безпорадно клацає кнопками... Якою буде реакція відвідувачів? Вони через 20 хвилин підуть з вашого магазину в інший, де їх колись краще обслужили. Крім того ви назавжди втратили цих клієнтів, які будуть робити всі свої наступні покупки в „кращому” на їх думку магазині.

Якомога частіше ходіть до... чужих магазинів. По-перше, можете підгледіти щось цікавеньке для своєї крамниці, по-друге, як відвідувач чи покупець, зрозумієте, чого не вистачає вашому бізнесу, або побачите, "як не треба робити".

Якщо відвідувач заглянув до вашого магазину вперше, приділіть йому максимум уваги, щоб він прийшов знову: так він стане вашим покупцем.

Якщо покупець прийшов до вашого магазину вчетверте, приділіть йому максимум уваги, щоб він приходив до вас завжди: так він стане вашим клієнтом.

Якщо покупець став вашим клієнтом, завжди приділяйте йому максимум уваги: так він стане вашою постійною живою рекламою.

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ

Багато спеціалістів стверджує, що дослідження ринку є найважливішим засобом із цілого комплексу маркетингу. Чому? Тому що ці дослідження дозволяють задовольнити безкінечну необхідність інформації про ринок. Можливо, що виживання і розвиток підприємства безпосередньо залежить від якісного маркетингового дослідження. Для підприємства життєво необхідно, щоб такі дослідження проводились не лише до початку його функціонування, а і в процесі роботи. Маркетингові дослідження доступні любому підприємцю незалежно від розмірів його фірми. Кожен підприємець повинен володіти методами дослідження ринку.

Приклад. Однією з найпростіших і найпоширеніших форм постійно функціонуючого підприємства є газетні кіоски. Навіть власник єдиного кіоску, що успішно торгує газетами та журналами, все одно проводить дослідження ринку. Перед тим, як повідомити свого постачальника, яку кількість газет необхідно мати кожен день, йому доводиться вирішувати деякі важливі маркетингові питання. Йому з власного досвіду відомо, скільки газет реально продати кожен день. Окрім того, він завжди слідкує за погодою і старається врахувати її вплив на загальну кількість покупців. Також підприємець повинен знати, чи не очікується проведення в цьому місці якихось святкових заходів, зборів чи мітингів, що можуть стимулювати потік покупців. Він навіть може з'ясувати, що особливе продається в найближчих магазинах.

Якщо такий підприємець є справжнім хазяїном своєї справи, то він зберігає і попередні випуски газет, присвячені особливо важливим подіям, що можуть викликати підвищений попит, і знає ті новини, які можуть використовуватись для додаткового продажу.

Бізнесмен вирішує такі питання кожного дня перед тим, як повідомити своєму постачальнику про необхідну кількість газет. Діяльність такого типу називається дослідженням ринку, або простіше, накопиченням інформації про інтереси покупців, про можливості ринку та ін. Зрозуміло, що ефективність таких заходів залежить від підприємця і суттєво впливає на успіх його справи. Як правило підприємці вивчають ринок лише до відкриття своєї справи. При цьому їм доводиться приймати рішення де розташувати фірму, які прибутки можна буде отримати від продажу через рік і скільки коштів доведеться вкласти для фінансування підприємства, відштовхуючись від фактів, а не від думок.

Багато підприємців, розпочавши свій бізнес, припиняють збирати інформацію і оцінювати ринок, помилково думаючи, що їхні

ринки залишаться незмінними. Таке відношення до справи є дуже небезпечним. Підприємці, що не бажають аналізувати ринок, можуть втратити клієнтів. Звички покупців змінюються так швидко, що успіху добиваються в основному ті підприємці, які уважно слідкують за ринком, і при необхідності змінюють асортимент своєї продукції.

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЗДАТНОСТІ

Щоб процвітати у вашому малому бізнесі, ви повинні знати про ваших конкурентів майже стільки ж, як і про вашу власну компанію і клієнтів.

Аналіз конкурентноздатності дозволяє вам визначити ваших конкурентів і оцінити їхні відповідні сильні і слабкі сторони. Знаючи дії ваших конкурентів, ви зможете краще зрозуміти, які вироби чи послуги ви повинні запропонувати, як знайти ринок збуту для них і визначити місце вашого бізнесу на ринку.

Аналіз конкурентноздатності - безперервний процес. Ви повинні постійно збирати інформацію про ваших конкурентів. Переглядайте їхні веб-сайти. Читайте літературу про їхні вироби, і брошури. Дістаньте їхні вироби. Спостерігайте, як вони представляють себе на виставках. Читайте про них у торгових публікаціях вашої галузі промисловості. Поговоріть з вашими клієнтами, щоб бачити, що вони думають про вироби чи послуги конкурентів.

Наступні етапи допоможуть вам навчитися краще аналізувати ваших конкурентів:

Етап 1. Визначте Ваших конкурентів.

Кожний бізнес має конкурентів, і ви повинні витратити час, щоб визначити, до кого ваші клієнти можуть звернутися, щоб отримати необхідні їм вироби чи послуги, аналогічні наданим вашою фірмою. Почніть з розгляду ваших первинних конкурентів. Це ринкові лідери, компанії, що в даний час домінують на вашому ринку. Це, ймовірно, ті, з ким ви зіштовхнетеся в пошуку нових клієнтів.

Потім шукайте ваших вторинних і непрямих конкурентів. Це види комерційної діяльності, що не можуть йти нога в ногу з вами, але націлені на той же самий загальний ринок.

Нарешті, вивчіть потенційних конкурентів. Це компанії, що можуть просуватися на ваш ринок і з якими ви повинні бути готові конкурувати. Наприклад, ви - власник незалежного кіоску з продажу замороженого йогурту; ви маєте бути готові конкурувати з усіма, хто

має ліцензію на цей продукт по країні, навіть якщо вони ще не знаходяться на вашому ринку.

Етап 2: Аналізуйте їхні сильні та слабкі сторони.

Після того, як ви з'ясували, хто ваші конкуренти, визначте їхні сильні сторони і довідайтесь, яка їхня вразливість. Що змушує клієнтів купувати в них? Ціна? Якість? Обслуговування? Зручність? Репутація? Зосередьтесь на "сприйманих" сильних і слабких сторонах так, як на фактичних. Сприйняття клієнта може насправді бути важливішим, ніж дійсність.

Гарна ідея - зробити цей аналіз сильних/слабких сторін у формі таблиці. Запишіть назви кожного з ваших конкурентів. Після цього накресліть стовпчики, вносячи в список кожну важливу для вашої торгової спеціалізації категорію (ціна, цінність, обслуговування, місце розташування, репутація, компетентність, зручність, персонал, реклама/маркетинг чи інші категорії, що відповідають вашому типу компанії). Як тільки ви накреслили цю таблицю, оцініть ваших конкурентів, і переконайтеся, що вставили коментарі щодо того, чому ви дали їм таку оцінку. Ви могли б навіть позначити сильні сторони червоним, а слабкі - синім, так що ви можете відразу визначити положення кожного конкурента.

Аналіз своїх слабких сторін дозволяє збільшити свої сили і максимально зменшити свої слабкості. Аналіз переваг та недоліків своїх конкурентів дозволяє зменшити їх сили і використовувати їх слабкості в свою користь.

РЕКЛАМА

Чим вирізняється реклама в малому бізнесі? Передусім — обмеженістю коштів. Отже, про загальнонаціональні телеканали, виставки та ілюстровані журнали годі й казати. Не варто також розраховувати на допомогу рекламних агенцій: їх не цікавлять дрібні замовлення. Майже все доведеться робити самому. Ні на мить не забувайте, що реклама є частиною вашого маркетингу. Тому в основі вашого плану рекламної кампанії мають лежати саме маркетингові питання:

1. Ваш товар, тобто що ви продаєте?

Традиційний товар (сіль, борошно, цукор), відомий товар (меблі, комп'ютери) чи новий товар (нові комп'ютерні програми)? Майте на увазі: чим незвичніший товар, тим детальнішої розповіді про нього потребує клієнт. Отже, головне завдання — дати людям чітке уявлення про переваги вашого товару, інакше вони його не

куплять.

Якщо ви вже певний час продаєте якийсь товар чи послугу, то варто створити коло постійних клієнтів. Тут вам допоможе один з видів рекламного механізму, який фахівці називають промоцією (promotion). Це, скажімо, знижки для постійних клієнтів, сюрпризи ("кожному 10-му постійному клієнтові ми даруємо..."), клубна картка "постійного клієнта" — все, на що буде здатна ваша фантазія! Але враховуйте принцип - чим дорожчий товар, вищі його якість і престижність, тим репрезентабельніші мають бути атрибути промоції: гарний папір, бездоганний друк і т. ін. Тому "розкручування" доцільно почати з дешевших товарів. При цьому дбайте про те, щоб усе це було не гіршим і не примітивнішим, ніж у ваших конкурентів. Спробуйте "обскакати" їх принаймні в оригінальності!

2. Хто ваш клієнт?

Про кожен групу потенційних покупців треба знати все: приблизні прибутки, вікові межі, спосіб життя та ін. Ось приклад. Маркетингова служба однієї з київських телефонних компаній провела дослідження щодо потенційних покупців дорогих мобільних телефонів. Виявилось, що всі вони майже не читають газет! То який сенс друкувати для них рекламу в газетах?.. Це ж неабиякі кошти... Тому належить постійно зважати на такий простий факт: різні категорії покупців потребують різних засобів та мотивів реклами.

3. Як зробити, щоб клієнт прийшов саме до вас?

Належить врахувати мотивації ваших потенційних покупців. Мотивації бувають раціональні ("дешево", "зручно", "близько") та ірраціональні ("бо у всіх так є", "це гарно" чи "модно"). Уявіть собі, що майже 40% курців не відрізняють диму "своїх" цигарок від диму інших: вони курять не сорт тютюну, а образ ("Мальборо", "Кент", "Кемел"). Зіграйте на цьому: спробуйте визначити, чому насправді люди купують той чи інший товар, і використайте цю мотивацію.

Більшість підприємців навіть не здогадуються, що перший рекламний крок вони роблять ще тоді, коли... реєструють своє підприємство. Ідеальний варіант — дати фірмі таку назву, яка говорить сама за себе (наприклад, агенція нерухомості "Дім", крамниця речей для малят "Карапуз" тощо) або принаймні викликає позитивні асоціації (фірма "Премія", кафе „Затишок“). Чудовими прикладами є назва невеличкого київського магазину — "Гастрономчик" або франківського кафе „Ресторанчик“. Щиро й душевно, так і хочеться зайти!

4. Як створити рекламу?

Добра реклама починається з ідеї. Дуже важливо кожну гарну ідею оцінити не на власний смак, а "очима покупців". Знайдете ідею — починайте писати. Вам потрібен так званий слоган (ключовий вислів). Його можна буде використовувати окремо — скажімо, як напис, що супроводжує малюночок на плакаті чи листівці. Досить часто слоган також править за заголовок до рекламного тексту (для місцевої газетки чи рекламної картки).

Текст за обсягом — не більший ніж 3—4 абзаци (жодного зайвого слова!). Не соромтеся повторити в тексті 2—3 конкретні аргументи, водночас уникаючи порожніх висловів на зразок "Наш товар — найкращий" (ліпше детально поясніть, чим конкретно він вирізняється з-поміж інших). Запам'ятайте: краще тільки раз простими словами розповісти людям про переваги свого товару, ніж 10 разів підряд опублікувати абстрактне: "Наш магазин випередив епоху!"

Остаточні варіанти тексту та слогану покажіть кільком діловим людям, які на рекламі вже "зуби з'їли": їхню думку та враження варто врахувати. Але якщо йдеться про якусь особливо важливу рекламу, що має для вас вирішальне значення, то краще не пошкодувати з півсотні "умовних одиниць" на послуги професіоналів.

Те саме стосується і дизайну. Якщо ви не маєте художньої освіти чи визнаного таланту — не ризикуйте, бо можете створити собі антирекламу! Графіку треба доручити професіоналові. При цьому попросіть його зробити кілька варіантів, які оцініть самі, покажіть колегам.

І ще одне. Не використовуйте чужих ідей: такою "хитрістю" можете довести справу до краху або до суду...

5. Де розмістити рекламу?

Забудьте всеукраїнські теле- та радіоканали, журнали на крейдяному папері й гігантські плакати на будинках. Ваше поле діяльності — статті та рекламні оголошення в місцевих газетах, інформаційно-рекламні ролики на місцевому радіо, невеличкі афішки, листівки, картки для клієнтів.

Рекламні оголошення в газетах

Це, мабуть, основний засіб вашої реклами. Вибираючи видання, зважте на такі моменти. Чи читають ваші потенційні клієнти саме цю газету? Яким є її реальний тираж (а не той, що його зазначено у вихідних даних)? Яка частина накладу реально

доходить до читача? Чи відповідально ставляться до своєї роботи агенти газети, які розносять пресу читачам (чи бувають випадки, коли вони залишають в одні руки по 3-5 примірників, щоб скоріше рознести, як часто буває в безкоштовних газетах)? Взагалі, керуйтеся здоровим глуздом щодо пропозицій рекламного відділу редакції: мовляв, вони за вас і дизайн розроблять, і текст напишуть, і віршика туди втиснуть... Пам'ятайте, що газету цікавлять ваші гроші, а не ефективність вашої реклами! Перестрахуйтеся: макет принесіть до редакції і на дискеті, і на папері. Вимагайте компенсацію за будь-які "самовільні" зміни в макеті!

Статті в газетах

Не лінуйтеся час від часу писати (або замовляйте комусь) оглядові статті про ваш бізнес (товар). Пишіть, не пошкодуйте! Ось промовистий приклад. Власник кафе може обліпити всі паркани містечка своїми рекламними афішками. А може зробити й інакше — написати до місцевої газети статтю про вечірні заклади у своєму містечку, про їхній стан, проблеми і, ніби між іншим, поділитися досвідом роботи свого кафе... Редактор візьме цю статтю до публікації залюбки: по-перше, такого ще жодний читач не писав; по-друге, тема для читачів цікава; по-третє, газета може зекономити на гонорарах журналістам.

Місьцеве радіо

З огляду на технічні тонкощі вам не вдасться самотужки виготовити добрий ролик з мікшованою музикою, гарним звуком тощо. Нема чим платити фахівцям? То нехай диктор у студії місцевого радіо начитає рекламно-інформаційний текст: простий, прийнятний "на слух", з легеньким гумором. Уникайте складних зворотів і "гарних", але незрозумілих слів. 20—25 секунд, не більше! Коротко та зрозуміло — ось суть радіореклами! До речі, вам самому цілком під силу поставити "на задній фон" нехитрі звукові ефекти: порипування дверей, дитячий сміх, скрипіння гальм автомобіля тощо.

Пряме розсилання

Для багатьох видів бізнесу це найефективніший з-поміж дешевих видів реклами. Досить надрукувати на стандартному аркуші паперу свої пропозиції (хай це виглядає як діловий лист) і вкласти їх у пристойний конверт з маркою. Поставтеся з відповідальністю до тонкощів: як і де написано адреси, де вказано контакти тощо. А може, варто до листа додати ще один, порожній,

конверт з вашою адресою? Подумайте, як буде краще: надіслати поштою, рознести чи кинути до поштових скриньок.

Афіші та листівки

Тексти мусять бути лаконічні. Варто виділити трохи грошей на 2—3 кольори або принаймні на кольоровий папір (листівка має вирізнитися!). В кінці тексту якомога детальніше вкажіть, куди ви запрошуєте клієнта, як вас можна відшукати, кому можна зателефонувати й т. ін. Якщо кількість невелика її можна виготовити на лазерному принтері чи кольоровому "ксероксі", більшу кількість можна розтиражувати на ризографі.

Робота з клієнтом

Найкраще вас рекламуватиме... клієнт, якого ви гарно обслужили! Це найдешевша, але найефективніша реклама! Робота з клієнтом починається з кожної найменшої дрібнички:

продавець вітається з покупцем і посміхається йому;

поки клієнт чекає на розмову з вами, ваша секретарка не чистить нігті, а пропонує клієнтові каву та свіжу газету;

заклад відкривається точно за розкладом і працює без перерви на обід;

якщо школяр купить у вас десять зошитів, то отримає дрібний подарунок — лінійку...

Цей перелік — нескінченний. Але саме він визначає "обличчя" фірми.

Після реклами.

Контролюйте, чи правильно публікують вашу рекламу, а в разі порушення вимагайте повторення. Ведіть облік витрат та ефективності реклами, щоб вчасно відмовитися від того, що не дає прибутку. Обов'язково перепитуйте кожного нового клієнта, звідки він про вас дізнався. Враховуйте це у ваших наступних кроках.

Складові успішної рекламної кампанії

Для успішної рекламної кампанії допоможе знання основних інструментів реклами. Нижче описано елементи стратегії реклами та їх використання.

- Інформація для преси
- Прес-релізи
- Інформація для репортерів
- Відомості про діяльність компанії/рекламний проспект

- Біографічні дані
- Контакти з журналістами
- Прес-конференції/Брифінги

Інформація для преси

Набір інформації для преси являє собою інформацію для журналіста про вас і вашу компанію. Вони оформлюються у вигляді папки (бажано з назвою вашої компанії і логотипом зовні), у якій знаходяться інформаційні матеріали, багато з яких описані нижче. Пам'ятайте, що це не проспект для продажу – ці матеріали повинні бути достатніми для написання журналістами статей.

Вам необхідно мати готову інформацію для преси, коли ви проводите прес-конференцію, коли даєте інтерв'ю для преси, та в будь-якому випадку, коли ви розповідаєте про свою компанію комусь, хто не знає про неї. Ви також можете щорічно розсилати нову інформацію людям, які стежать за вашою діяльністю. Зміст пакету для преси має мінятися в залежності від того, коли ви його використовуєте. В цілому, пакет має включати наступне:

- останні прес-релізи
- матеріал про діяльність вашої компанії
- рекламний проспект про вашу компанію обсягом в одну сторінку
 - біографії керівників
 - зображення продукції (обов'язково з інформаційними підписами)
 - фотографії керівників (необхідно для інтерв'ю)
 - необхідна рекламна інформація про продукцію
 - контактна інформація

Прес-релізи

Прес-реліз – це основний спосіб надати ЗМІ інформацію про вашу компанію. Журналісти, редактори та продюсери постійно шукають новини, інформацію про нові, незвичайні товари та компанії, розробки – і залежать в цьому від прес-релізів.

Інформація для репортерів

Як впливає з назви, це використовується для забезпечення участі ЗМІ в прес-конференціях, демонстраціях, інших цікавих подіях. Матеріал являє собою блок з одного-двох параграфів, що інформують про плановані події, і чим саме це може зацікавити ЗМІ. Це може бути вашим запрошенням для преси відвідати таку подію. В

якості прикладу наведено ситуації, коли наживка для ЗМІ може бути ефективною:

- Ваша компанія представляє свою продукцію на торговому ярмарку, і у вашому павільйоні буде присутньою знаменита особа
- Вашу компанію відвідає екскурсія школярів у "день відкритих дверей"
- Ви проводите прес-конференцію
- У вашому магазині проходить спеціальна презентація
- Ви представляєте доповідь для місцевої організації
- Ви берете участь у масштабній церемонії
- Ваша компанія фінансує благодійну акцію чи робить значне пожертвування

Упевніться, що ваше запрошення для ЗМІ включає наступну інформацію:

- Що буде відбуватися
- Чому це важливо
- Де це буде відбуватися
- Коли це буде відбуватися
- З ким можна зв'язатися для отримання докладнішої інформації
- Запрошення для преси
- І не забудьте дозволити фотозйомку!

Відомості про діяльність компанії/Рекламний проспект

Відомості про діяльність компанії розповідають про історію вашої компанії. Вони повинні включати усю відповідну інформацію - про товари і послуги, ринки, галузі, керівників компанії. Дані мають бути представлені в такому ключі, щоб зацікавити журналістів. Акцент має бути зроблений на інформативності та корисності даних. Ще раз запам'ятайте, що це не для продажу, тому обсяг рекламних відомостей має бути мінімальним.

Ви можете створити ефективний блок історичних даних, написавши один-два абзаци про наступне:

- Чим займається ваша компанія
- Коли і чому була заснована ваша компанія
- Коротка історія вашої компанії
- Ваша продукція чи послуги
- Ваш найцінніший персонал

Ви також можете створити короткий рекламний проспект на одну сторінку. Він коротший і загальніший за історичні дані. Рекламний проспект містить основні дані про вашу компанію:

- Назва
- Адреса й телефон
- Основний напрямок вашої діяльності
- Ваша продукція чи послуги
- Керівництво компанії
- Дані для контакту (імена, телефони)

Біографічні дані

Вам необхідно мати біографії усіх ваших провідних керівників. Це особливо важливо, якщо ви плануєте інтерв'ю для преси та прес-конференції, тому що журналісти захочуть дізнатися більше про людину, у якої беруть інтерв'ю.

У біографічних даних зробіть акцент на поточних обов'язках людини. Чим він чи вона займаються у вашій компанії? Це найважливіша інформація, яку ви повинні включити, вона має розміщуватися на початку (наприклад, John Smith займається в компанії продажем). Іншими словами, дані мають бути представлені в зворотному хронологічному порядку – спочатку найостанніша інформація, тоді старіша. Ви можете підійти до справи творчо – написати, чим людина вирізняється серед інших. Коли ви пишете біографію, подумайте про наступне:

- Чим людина займається в компанії?
- Що змушує її добре робити свою роботу?
- Яку додаткову кваліфікацію вона має?
- Що він/вона робили до цього? Як це поєднується з їхньою теперішньою роботою?
- Що ще ви знаєте про людину, що могло б зацікавити вас?

Контакт з журналістами

Дуже важливо, щоб ваше повідомлення для ЗМІ досягло правильних людей, так само, як і ведення акуратної бази даних клієнтів і передбачуваних клієнтів. Багато представників малого бізнесу роблять помилку, посилаючи прес-релізи редактору, припускаючи, що інформація потрапить до потрібної людини. Це відбувається рідко. Вам потрібно знати ім'я потрібного вам журналіста чи автора.

Щоб довідатися, хто вам потрібен, досить просто зателефонувати й запитати, яка людина в редакції вам потрібна. Потім познайомитися з цією людиною. Редакційні контакти можуть бути найважливішим елементом вашої рекламної кампанії. Поміркуйте про це в такому ключі: журналіст краще напише про

компанію чи людину, про яку він знає, і найкраще напише про компанію чи людину, з якою у нього є якісь стосунки.

Редакційний персонал часто змінюється, і журналісти часто змінюють розділи, для яких вони пишуть. Тому переглядайте свій список журналістів кожні 4-6 місяців.

Щоб оцінити правильність ваших контактів з пресою, задайте собі наступні запитання:

- Чи те це видання, в якому я хочу опублікувати інформацію?
- Чи мають можливість мої покупці/клієнти прочитати цю публікацію (чи подивитися телепередачу)?
- Чи пише ця людина про компанії, подібні до моєї?
- Чи планує ця людина писати статті на теми про події, подібні до моїх?
- Чи може інший автор у цьому виданні зацікавитися моєю компанією?

Прес-конференції/Брифінги

Прес-конференція – це офіційна подія, на яку ви запрошуєте пресу, щоб зробити важливу заяву, гідну висвітлення в пресі. У більшості випадків, якщо у вас немає дійсно важливої заяви, прес-конференції не мають використовуватися представниками малого бізнесу. У вас може не вистачити можливостей, щоб заявити про себе на досить серйозному рівні. Ймовірно, інші методи реклами будуть ефективнішими.

Ключове слово на прес-конференції – “новини”. Ви можете залучити пресу на конференцію обіцянкою розповісти щось дійсно нове. Ви маєте виправдати їхні сподівання. Якщо цього не відбудеться, ви будете схожі на хлопчика з притчі, який кричав про напад вовків. Витративши час журналістів дарма одного разу, ви не одержите його знову, і це не додасть гарної репутації вашій компанії.

Брифінг – це менш офіційний привід зібрати людей. Ви можете запросити чотири-п'ять журналістів, щоб розповісти про розвиток вашої компанії чи нову продукцію. Ви також можете використати час на відповіді на запитання про те, чим займаєтеся ви і ваша компанія. Ви можете провести брифінг у вашому конференц-залі, під час обіду в ресторані чи в іншому зручному місці.

Кілька ситуацій, в яких прес-конференція чи брифінг будуть доречними:

- Ваша компанія заявляє про випуск нової продукції чи послуги

- Ваша компанія придбає серйозного конкурента (або серйозний конкурент придбає вашу компанію)
- Ваша компанія уклала угоду про створення спільного підприємства з великою корпорацією
- Заява про результати важливого опитування чи дослідження

ЯК ПРАВИЛЬНО РОЗРАХУВАТИ БЮДЖЕТ НА РЕКЛАМУ

Більшість рекламодавців збільшують витрати на рекламу, якщо справа йде добре, натомість зменшують їх, коли виникають труднощі (щоб заощадити кошти). Тим часом, "врізаючи" запланований рекламний бюджет, бізнесмени власноруч скорочують обсяг свого потенційного продажу...

Визначаючи обсяг відрахувань на рекламу, ви можете скористатися різними способами.

Спосіб перший. Орієнтуйтеся на суми коштів, які вам вдасться "викроїти", якщо загалом коштів обмаль.

Спосіб другий. Складіть рекламний бюджет, відштовхуючись від планованого обсягу продажу.

Спосіб третій. Прийміть аргументовані розрахунки рекламної агенції, яка розробить вам рекламну кампанію.

Спосіб четвертий. Проаналізуйте минулорічні рекламні видатки і, залежно від актуальної ситуації, заплануйте або такий самий, або більший (чи менший) обсяг цього річних витрат.

Спосіб п'ятий (дуже зручний для тих, хто вперше самотужки взявся до реклами). Скористайтеся рекламним бюджетом конкурентів чи колег-підприємців як зразком.

Спосіб шостий. Встановіть певний відсоток відрахувань на рекламу, виходячи з обігу коштів, величини прибутків та специфіки діяльності фірми. Наш молодий ринок ще не виробив своїх оптимальних коефіцієнтів, але в будь-якому разі можна орієнтуватися на універсальні світові показники, що їх подають іноземні фахові джерела.

Фірмовий стиль

Фірмовий стиль – це сукупність прийомів (графічних, колірних, пластичних, акустичних, відео), яке забезпечує єдиний стиль та образ для всіх виробів фірми і заходів, він покращує можливість запам'ятовувати, сприймати покупцями, партнерами, іншими незалежними спостерігачами не тільки товари фірми, але і всю її діяльність і відрізнити від конкурентних фірм.

Фірмовий стиль – це частина образу компанії, що необхідна для виділення фірми та її продукції серед різноманіття інших. Це засіб формування іміджу фірми та її корпоративної культури. По фірмовому стилю завжди можна визначити, які люди працюють в компанії, наскільки фірма поважна і навіть чого від неї можна очікувати.

Дотримання компанією фірмового стилю позитивно позначається на довірі споживача, тому що вважається, що це показник організованості і порядку, як у виробництві, так і в будь-якому іншому напрямку діяльності.

Що дає Вам використання фірмового стилю?

1. *Впізнаваність.* Фірмовий стиль дозволяє споживачу без особливих зусиль впізнати потрібний товар (послугу) за деякими зовнішніми ознаками.

2. *Довіра клієнтів.* Якщо споживач хоча б раз упевнився у якості товарів (послуг), то ця довіра буде в значній мірі поширюватися на всю іншу продукцію фірми. Сама наявність фірмового стилю викликає у споживачів думку про солідність фірми.

3. *Реклама.* Наявність фірмового стилю підвищує ефективність реклами. Окрім того всі об'єкти, які містять елементи фірмового стилю, вже є самі по собі рекламою.

Основні компоненти фірмового стилю:

- Логотип
- Текстовий знак
- Колірна палітра (фірмові кольори)
- Фірмовий шрифт
- Візитна картка
- Фірмовий бланк
- Конверт

Додаткові компоненти фірмового стилю:

- Рекламний символ фірми (визначений персонаж або образ,

закріпленій за фірмою, який виражає суть її діяльності)

- Папка
- Буклет
- Плакат
- Сувенірна продукція
- Пакування (або пакувальний папір)
- Інформаційний лист і прайс-лист
- Сайт
- Пакети
- Зовнішня реклама
- Оформлення інтер'єру
- Оформлення автотранспорту

Різні компоненти у різному поєднанні можуть використовувати для створення свого особистого іміджу як великі, так і малі фірми. Фірмі, яка тільки започаткувала свою діяльність, не дуже необхідні папки з фірмовим стилем, можна обійтись звичайним скорозшивачем. А ось логотип (графічний або текстовий) необхідний (причому, якщо ви не хочете, щоб розроблений і розкручений вами логотип або торгова марка використали в своїх цілях конкуренти, варто заздалегіть подбати про його реєстрацію), якщо фірма збирається існувати на ринку серйозно та надовго.

Коли потрібно розробляти фірмовий стиль?

Є два погляди на те, коли потрібно розробляти власний фірмовий стиль:

- відразу, як тільки створилась фірма;
- по мірі накопичення достатньої кількості ресурсів і визначення видів діяльності.

Правильним підходом є приділення уваги фірмовому стилю спочатку, починаючи з перших днів створення фірми. Ви реєструєте фірму з певною назвою, ця назва – вже являється носієм певного стилю. Далі – Ви замовляєте печатку фірми, яка теж являється носієм фірмового стилю ... і т.д., на кожному кроці по створенню своєї фірми ви зустрічаєтесь з дилемою: замислитися над привнесенням фірмового стилю в те, що ви створюєте чи відкласти це на потім? Якщо Ви не приділяєте уваги створенню фірмового стилю свого підприємства, стиль все рівно створюється, але безсистемно, хаотично. Іншими словами – Ви створюєте поганий стиль. Чим довше це продовжиться, тим складніше це буде виправити.

Ціноутворення в малому бізнесі

Якщо ви продаєте товар чи послуги, ціна, яку ви берете з покупця, безпосередньо впливає на успіх вашої справи. На жаль, ціноутворення - один з найважчих для розуміння аспектів ведення малого бізнесу. Багато власників малого бізнесу розраховують свої основні витрати, а потім довільно призначають ціну. Проте такі ціни можуть призвести до несподіваних результатів. Час, витрачений на оцінку всіх факторів, які можуть вплинути на вашу ціну - від ваших витрат та іміджу до ціни, яку готові заплатити покупці - допоможе вам забезпечити розробку ефективної стратегії ціноутворення.

В малому бізнесі існують дві загальноприйняті формули ціноутворення - це сума прямих витрат, накладних витрат і прибутку, та подвоєна оптова ціна. На жаль, ці формули недостатньо ефективні з таких причин:

- Вони не враховують приховані витрати й інші фактори, які ви повинні врахувати при визначенні цін.
- Вони не враховують, що ціна, яку ви встановлюєте, пов'язана з тим, що можуть заплатити покупці.
- Вони не враховують психологічний фактор. Покупці не завжди приймають логічні рішення при покупці. Наприклад, іноді вони порівнюють якість і ціну - якщо ціна занадто низька, вони можуть підозрювати, що якість товару не відповідає стандартам і не будуть купувати товар "за зниженими цінами".

Очевидно, що вам необхідно врахувати прямі витрати, такі як вартість продукції, обладнання та працезатрати. Але багато представників малого бізнесу не враховують непрямі витрати. Нижче наведені деякі з них:

- Меблі та обладнання
- Канцтовари, візитки, офісне приладдя
- Передплата на друковані матеріали
- Членство в професійних організаціях
- Пошта, доставка експрес пошти, кур'єрська служба
- Витрати на телефон, факс
- Друк матеріалів
- Програмне забезпечення
- Витрати на ділові поїздки й транспортування
- Послуги консультантів
- Ваш час.

Коли ви визначили, у що вам обійдеться продаж вашого продукту, настав час досліджень. Вам потрібно дізнатися, які ціни на подібний товар на ринку. Це можна зробити шляхом покупки чи опитування конкурентів. Будьте уважні при з'ясуванні того, як ваші конкуренти пропонують свою продукцію. Чи застосовують вони індивідуальний підхід, пропонують можливість повернення товару, безкоштовну доставку? Усі ці фактори впливають на прийняття рішень покупцями.

Якщо ви продаєте товар за низькою ціною, то не будете пропонувати багато додаткових послуг і отримаєте прибуток за рахунок кількості товару, що продається. Багато фахівців вважають, що це небезпечно для малого бізнесу, тому що конкуренція з організаціями, які мають великий оборот, може привести до збивання цін. Наприклад, невеликий магазин канцелярських товарів чи незалежний магазин апаратури не можуть отримувати прибуток, призначаючи такі ж ціни, як лідер у галузі.

Якщо ви вирішили призначити максимально високу ціну в спектрі існуючих на ринку, вам необхідно підвищити цінність товару, який ви продаєте. Це можливо за рахунок додаткових послуг, пропонованих разом із вашою продукцією. Ви можете вважати, що не можете дозволити собі пропонувати щось додаткове, але часто це дозволяє привернути увагу до того, що ви продаєте, наприклад, гарантійний сервіс, своєчасна модернізація, висока якість продукції, додаткові можливості товару. Часто цього досить, щоб висока ціна була виправдана для покупця.

Багато підприємств сфери послуг працюють за менші гроші, ніж хотіли б, тому що хочуть розвивати стосунки з клієнтами. Це може бути не зовсім вірно. Якщо ви створили нове підприємство з низькими цінами, важко змінити репутацію. Іншими словами, якщо ви домовляєтесь зі своїми покупцями про визначену ціну, швидше за все вони не дозволять вам змінити її. Пошукайте інші способи бути незалежним - чудовий сервіс, висока якість, інші фактори, які підвищують ціну.

Розрахунок за відпрацьованим часом чи обсягом робіт зазвичай залежить від вашого роду діяльності, у різних галузях це робиться по-різному. Ви повинні провести дослідження і з'ясувати, що є більш загальноприйнятим для вашого бізнесу. Деякі приклади переваги одного методу перед іншим:

- Якщо характер роботи такий, що клієнт може захотіти внести зміни в хід робіт після виконання половини роботи або всієї роботи, вам краще призначити ціну за відпрацьованим часом.

Наприклад, ви займаєтеся обробкою текстів і витрачаєте кілька днів на друкування великих за обсягом тез для аспіранта. Після того, як ви закінчили роботу, він знову прийшов до вас з деякими виправленнями для фінальної версії документа. Якщо ви призначили ціну за обсягом роботи, ви повинні працювати додатковий час за ті ж гроші. Якщо ви призначили ціну за відпрацьований час, ви отримуєте плату за додатковий час.

- Якщо призначена вами ціна за відпрацьованим часом відлякує покупця, можна призначити ціну за об'ємом роботи. Наприклад, якщо ви створюєте рекламний буклет, і припускаєте, що це забере у вас дві години, ціна в 125 доларів за годину може бути занадто висока, у той час як пропозиція фіксованої ціни 250 доларів за всю роботу виглядає більш розумною.

Щоб призначити ціну, вам необхідно знати, скільки часу вам знадобиться на виконання роботи. Якщо у вас ще немає такого досвіду, поцікавтеся, як це роблять ті, хто займається подібною справою.

Ця проблема часто зустрічається в бізнесі послуг. Ви не можете забрати свої послуги назад, якщо вже надали їх. Це пояснює той факт, що багато підприємств у сфері послуг беруть оплату наперед. Зазвичай домовляються про оплату однієї третини від суми під час підписання контракту, ще одна третина оплачується після виконання половини обсягу робіт, і остання третина після завершення робіт.

Для нотаток
