

**М. Д. Балджи, Н. В. Доброва,  
В. О. Однолько, М. М. Осипова**

# **ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО**

Навчальний посібник



Київ—2017

УДК 339.1  
ББК 65.42  
Б 20

*Рекомендовано Вченою радою Одеського національного економічного університету як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів (Протокол № 7 від 28 березня 2017 року)*

**Рецензенти:**

**Антонюк Д.А.** – віце-президент Запорізької торгово-промислової палати, д.е.н., доцент

**Балабан П.Ю.** – завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва Полтавського університету економіки і торгівлі, к.е.н., професор

**Кунділовська Т.А.** – в.о. завідувача кафедри експертизи товарів та послуг Одеського національного економічного університету, к.техн.н, доцент

Б 20 **Балджи М.Д., Доброва Н.В., Однолько В.О., Осипова М.М.**  
**Торговельне підприємництво : навчальний посібник.** – Київ :  
Кондор-видавництво, 2017. – 112 с.

**ISBN**

Навчальний посібник розроблено за вимогами кредитно-трансфертної системи організації навчального процесу у вищих навчальних закладах, рекомендованої Європейською кредитно-трансферною системою. У посібнику викладено теоретико-методологічні та прикладні положення торговельного підприємництва, його організації та управління.

Навчальний посібник розраховано на студентів вищих навчальних закладів та аспірантів, що навчаються за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

ББК 65.42  
Б 20

**ISBN**

© Одеський національний економічний університет, 2017

© ТОВ «Кондор-видавництво», 2017

# З М І С Т

<b>ВСТУП</b> .....	6
<b>Модуль I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ВЕДЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА</b> .....	8
<b>Тема 1. ОСНОВИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА</b> .....	8
1.1. Сутність торговельного підприємництва .....	8
1.2. Законодавчо-правові аспекти розвитку торговельного підприємництва.....	13
1.3. Державне регулювання торговельного підприємництва.....	15
<i>Питання для самоперевірки</i> .....	16
<b>Тема 2. ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ФОРМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА</b> .....	17
2.1. Особливості основних організаційних форм торговельного підприємництва.....	17
2.2. Особливості об'єднання торговельних підприємств .....	27
2.3. Критерії оцінки організаційно-правових форм підприємницької діяльності .....	30
<i>Питання для самоперевірки</i> .....	32
<b>Тема 3. ВИБІР ОПТИМАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА</b> .....	34
3.1. Спрощена система оподаткування суб'єктів господарювання торговельного підприємництва.....	34
3.2. Загальна система оподаткування суб'єктів господарювання торговельного підприємництва .....	41
3.3. Єдиний соціальний внесок .....	43
3.4. Особливості вибору системи оподаткування.....	45
<i>Питання для самоперевірки</i> .....	46

<b>Тема 4. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА .....</b>	<b>47</b>
4.1. Технологія організації торговельного підприємництва.....	47
4.2. Планування торговельного підприємництва .....	48
<i>Питання для самоперевірки .....</i>	<i>51</i>
<b>Тема 5. ОБЛІК У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ ...</b>	<b>53</b>
5.1. Документальне оформлення надходження та реалізації товарів.....	53
5.2. Ціни та ціноутворення на товари в торгівлі.....	58
5.3. Товарообіг торговельного підприємства .....	64
<i>Питання для самоперевірки .....</i>	<i>66</i>
<b>Модуль II. ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА .....</b>	<b>67</b>
<b>Тема 6. ТОРГОВА ЛОГІСТИКА .....</b>	<b>67</b>
6.1. Сутність торгової логістики .....	67
6.2. Електронна комерція.....	70
<i>Питання для самоперевірки .....</i>	<i>72</i>
<b>Тема 7. СТАНДАРТИЗАЦІЯ І СЕРТИФІКАЦІЯ .....</b>	<b>73</b>
7.1. Стандарти та особливості їх застосування в торгівлі.....	73
7.2. Переваги сертифікації.....	79
<i>Питання для самоперевірки .....</i>	<i>83</i>
<b>Модуль III. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКУ Й БЕЗПЕКИ У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ.....</b>	<b>84</b>
<b>Тема 8. ЕКОНОМІЧНИЙ РИЗИК У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ.....</b>	<b>84</b>
8.1. Сутність та основні причини виникнення економічного ризик у торговельному підприємстві .....	84
8.2. Причини та джерела економічного ризику .....	85
8.3. Класифікації економічних ризиків .....	86
8.4. Мінімізація економічних ризиків у торговельному підприємстві.....	88
<i>Питання для самоперевірки .....</i>	<i>93</i>

<b>Тема 9. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ</b> .....	94
9.1. Аспекти забезпечення економічної безпеки у торговельному підприємстві.....	94
9.2. Оцінка економічної безпеки.....	96
9.3. Система організаційного забезпечення економічної безпеки.....	99
<i>Питання для самоперевірки</i> .....	102
<b>ГЛОСАРІЙ</b> .....	103
<b>РЕКОМЕНДОВАНА ТА ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА</b> .....	106

## ВСТУП

В умовах ринкової економіки в системі господарювання на перший план виходить торговельне підприємництво, як самостійна ланка господарської діяльності, що створюється для реалізації товарів та надання відповідних послуг з метою задоволення потреб споживачів й отримання прибутку.

Визначення ролі торговельного підприємництва в розвитку економічної системи країни базується на теоретико-методологічних та організаційно-управлінських положеннях розгляду, розкритті особливостей функціонування й безпеки ведення відповідного бізнесу на ринку товарів і послуг, рахування виходу з ризикованих ситуацій та забезпечення економічної безпеки в торговельному підприємстві.

Все вищевказане лягло в основу дисципліни «Торговельне підприємництво», місце якої у навчальному процесі визначається необхідністю опанування теоретичними та практичними основами ведення відповідної підприємницької діяльності, набуттям належних навичок зі створення та ведення підприємницької діяльності в сфері торгівлі, врахування її негативних і позитивних сторін.

Предметом навчального посібника є комплексна система вивчення положень торговельного підприємництва, його створення, аналізу й прогнозування та безпечного ведення.

Метою викладання навчальної дисципліни «Торговельне підприємництво» є формування системи знань і навичок стосовно торговельного підприємництва та особливостей його ведення.

Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- засвоєння основних положень організації й діяльності торговельного підприємництва,
- вивчення методичних підходів щодо аналізу торговельного підприємництва та управління ним;
- оволодіння навичками самостійно здійснювати аналіз, планування діяльності, оцінювання ризику та визначення економічної безпеки в умовах ведення торговельного підприємства, використовуючи існуючі законодавчо-нормативні підходи.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

*знати:* сутність теоретичних положень організації торговельного підприємництва; методичні підходи щодо аналізу й обліку у торговельному підприємстві, методи вимірювання економічних ризиків та забезпечення економічної безпеки.

*вміти*: орієнтуватись у різних господарських ситуаціях, пов'язаних з організацією та веденням торгівельної діяльності; розробляти плани щодо перспектив; обирати доцільні напрямки виходу з ризикових ситуацій та розробляти систему економічної безпеки в залежності від особливостей ведення торгівлі.

Структура посібника побудована з урахуванням вимог кредитно-модульної системи організації навчального процесу у вищих навчальних закладах, рекомендованої Європейською кредитно-трансферною системою.

Задачі навчального посібника полягають у тому, щоб студенти одержали знання про сутність, поняття торговельного підприємництва, методи його організації, аналізу та ведення, а також виявлення шляхів запобігання банкрутству. Виходячи з цього основними завданнями навчального посібника є:

- розкриття змісту основних положень організації та ведення торговельного підприємництва;
- набуття навичок самостійного здійснення якісного та кількісного аналізу ведення торговельного підприємництва;
- оцінювання ризику при веденні торговельного підприємства;
- виявлення економічної безпеки у торговельному підприємстві.

Необхідною умовою успішного засвоєння матеріалу з даної дисципліни виступає попередня підготовка студентів з теорії економіки (макро- і мікроекономіки), економічного аналізу, теорії ймовірностей і математичної статистики, основ бізнесу.

Навчальний посібник складається з трьох змістовних модулів, що містять сім тем й питання для самостійної перевірки знань, а також глосарій та рекомендовану літературу для самостійного опрацювання матеріалу.

Перший модуль включає вивчення теоретико-методологічних підходів щодо організації та ведення торговельного підприємства. У другому модулі обґрунтовані підходи впровадження торгової логістики у торговельному підприємстві, представлені особливості врахування положень стандартизації і сертифікації при реалізації товарів та підходи обліку та аналізу торговельного підприємства. В третьому модулі подані методологічні засади оцінювання економічних ризиків та забезпечення економічної безпеки у торговельному підприємстві.

Навчальний посібник розраховано на студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, викладачів.

## МОДУЛЬ I

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ВЕДЕННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

---

### Тема 1

## ОСНОВИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

### *Питання для теоретичної підготовки*

- 1.1. Сутність торговельного підприємництва
- 1.2. Законодавчо-правові аспекти розвитку торговельного підприємництва
- 1.3. Державне регулювання торговельного підприємництва

### **1.1. Сутність торговельного підприємництва**

В Ст. 42 Конституції України зазначено, що «кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом... Держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Види і межі монополії визначаються законом. Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів».

Поняття *підприємництво*, у відповідності з діючим законодавством України, визначається як господарська діяльність однієї особи чи групи осіб, які здійснюється для досягнення економічної та соціальних результатів з метою отримання прибутку.

В Ст. 1 Закону України «Про підприємництво» сказано, що *«Підприємництво – це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством»*.



В Ст. 3 Господарського кодексу України означено, що господарська діяльність, яка «здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є підприємництвом, а суб'єкти підприємництва – підприємцями».

**Торгівельне підприємництво – це специфічний вид господарської діяльності, метою якої є отримання прибутку за допомогою проведення товарно-грошових та торговельно-обмінних операцій.**

Торговельне підприємництво забезпечує постійний обіг різних видів товарів, їх рух зі сфери виробництва до сфери споживання, тому його визначають як діяльність, пов'язану з купівлею-продажем товарів й наданням послуг. Основним змістом торговельного підприємництва є товарно-грошові та торговельно-обмінні операції.

Вагоме місце в сучасній економічній системі України належить торговельним відносинам. Торгівля виступає найрозвинутішою формою ринкових відносин, тому і є важливою сферою економіки, яка сприяє становленню і розвитку даної системи. Сучасне значення торгівлі вимагає її чіткого правового забезпечення та розвинутої інституціональної інфраструктури. Торговельна діяльність в Україні на сьогодні є однією з найпоширеніших форм підприємництва.

Рівень торгівлі є своєрідним дзеркалом, де відображається рівень розвитку економічних відносин в суспільстві. Кінцевою метою будь-яких економічних відносин є отримання прибутку – в цьому полягає комерційний характер торгівлі.

Торговельна діяльність – важлива галузь економіки, що потребує чіткого та дієвого механізму законодавчого регулювання. Так, на сьогодні виділяють низку нормативно-правових актів, що регулюють здійснення торговельної діяльності в Україні, серед них: Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, Податковий кодекс України, Закон України «Про споживчу кооперацію»; Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»; Закон України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг»; постанова Кабінету Міністрів України «Про порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення».

В законодавчих джерелах та економічній літературі існують різні підходи до визначення торговельної діяльності.

Торговельна діяльність – це різновид підприємницької діяльності, що здійснюється суб'єктами господарювання щодо купівлі-продажу товарів та супутніх послуг з метою отримання прибутку. Це ініціативна, самостійна діяльність юридичних осіб всіх форм

власності, громадян України, іноземних громадян та осіб без громадянства, не обмежених у правоздатності і дієздатності згідно із законодавством України, які зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності щодо здійснення угод купівлі та продажу товарів у галузі оптової та роздрібною торгівлі, а також торговельно-виробничій сфері з метою отримання прибутку.

Об'єктами торговельного підприємництва можуть виступати товари, послуги, цінності чи гроші. Головним об'єктом торговельної діяльності доцільно вважати саме товари – матеріальні цінності, що придбані або утримуються підприємством для подальшого продажу, а також супутні роботи та послуги, до яких належить фасування, пакування тощо.

Торговельне підприємництво як важливий сектор національної економіки включає *зовнішню* та *внутрішню* торгівлю.

*Зовнішня торгівля* включає торгівлю з іншими країнами з урахуванням експорту та імпорту товарів. За її даними формується зовнішньоторговельний баланс України – основна складова платіжного балансу країни.

*Внутрішня торгівля* являє собою галузь національної економіки, що забезпечує надходження товарів зі сфери виробництва у сферу споживання. Вона є однією з тих галузей, яка відіграє значну роль у формуванні економічного потенціалу країни та задоволенні потреб населення.

В свою чергу внутрішня торгівля включає:

- оптову торгівлю та посередництво в торгівлі;
- роздрібну торгівлю та торговельно-виробничу діяльність.

Оптова торгівля – це сфера підприємницької діяльності (вид економічної діяльності) у сфері товарообігу, що охоплює купівлю-продаж товарів за договорами поставки партіями для подальшого їх продажу кінцевому споживачеві через роздрібну торгівлю або для виробничого споживання та надавання пов'язаних із цим послуг. Основною ціллю якої є придбання і відповідне перетворення товарів для їх подальшої реалізації підприємствам роздрібною торгівлі, а також іншим суб'єктам підприємницької діяльності.

Оптова торгівля і посередництво у торговельному підприємстві включає перепродаж (продаж без внесення змін) нових або уживаних речей чи виробів роздрібним торговцям або споживачам у промисловості і в торгівлі, групам користувачів або професійним користувачам чи посередникам, які купують ці товари або вироби від імені роздрібних торговців, споживачів або груп споживачів.

Оптова торгівля – це складний механізм економічних відносин по лінії доведення виробничих товарів по ринковим каналам до виробника або споживача. Структура оптової торгівлі має бути такою, щоб своєчасно і раціонально реагувати на структурні зрушення та нововведення.

Як економічна категорія оптова торгівля – це сукупність економічних, організаційних та правових відносин між суб'єктами товарного ринку стосовно купівлі-продажу (поставки, обміну) великих партій товару для його подальшої реалізації або професійного використання.

Оптова торгівля виступає початковим етапом товарного обігу, вона виступає торговим посередником між виробниками товарів і роздрібною торгівлею, іншими виробниками і споживачами товарів.

Оптова торгівля є важливою ланкою, що забезпечує необхідну інтенсивність і прискорення процесу товарного руху в умовах ринкових відносин. Вона організовує рух товарів каналами розподілу, сприяє синхронізації виробництва і споживанню товарів.

Кінцевий етап товарного обігу опосередковується роздрібною торгівлею, в результаті якої товар знаходить свого кінцевого споживача, власника.

Роздрібна торгівля – це сфера підприємницької діяльності (вид економічної діяльності) в сфері товарообігу щодо продажу об'єктів торговельної діяльності безпосередньо їх кінцевим споживачам. Ця торговельна діяльність має мету продаж товарів поштучно та дрібним оптом безпосередньо громадянам та іншим споживачам переважно із розрахунками готівкою.

Торговельно-виробнича діяльність (іншими словами громадське харчування) полягає у виробництві продукції та її продажу безпосередньо кінцевим споживачам незалежно від форм розрахунку, що відповідає критеріям роздрібною торгівлі. Торговельно-виробничу діяльність доцільно розглядати як різновид роздрібною торгівлі, а не виділяти в окрему складову внутрішньої торгівлі.

Головною перевагою роздрібною торгівлі є своєчасність та повнота здійснення розрахунків за товар. В процесі її здійснення момент отримання готівки співпадає з моментом відпуску товарів.

Товарно-грошові операції здійснюються на основі купівлі-продажу товарів чи надання послуг, а торговельно-обмінні операції – у вигляді угоди з купівлі-продажу чи перепродажу товарів і послуг.

Розрізняються дві основні *форми підприємництва* в торгівлі:

1) оптова торгівля (збут товарів великими партіями). Продані товари, переходячи від одного підприємця до іншого, не залишають каналів обігу;

2) роздрібна торгівля (товари реалізуються безпосередньо населенню). Товари виходять зі сфери обігу й надходять до сфери споживання.

Господарсько-торгівельна діяльність може проводитись як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

В основу торговельного підприємництва покладено наступні ознаки:

- самостійність при прийнятті господарських рішень;
- ризикований характер діяльності;
- ініціативність та креативність.

Створення успішної справи, що окреслена впровадженням торговельного підприємництва, пов'язано з наявністю певних *аспектів*:

- необхідно знати ринок конкурентів і споживачів;
- вміти користуватись існуючими стандартами і технологіями зберігання товару;
- докорінно вивчити законодавчо-нормативну базу щодо реалізації товарів та економіко-правові питання ведення підприємницької діяльності;
- вміти зацікавлювати споживачів.

**Суб'єктами торговельного підприємництва** можуть бути:

- громадяни України та інших держав, особи без громадянства;
- юридичні особи всіх форм власності;
- об'єднання юридичних осіб.

Суб'єкт господарювання самостійно вирішує питання забезпечення торговельних приміщень торговельно-технологічним обладнанням (холодильним, підйомно-транспортним, ваговимірювальним, касовим) відповідно до існуючих нормативів. Засоби вимірювання, що використовуються в торговельній діяльності для розрахунків із покупцями, повинні мати державне повірочне тавро і проходити повірку в установленому порядку.

Торговельно-підприємницька діяльність може здійснюватися суб'єктами господарювання в наступних *формах*:

- матеріально-технічне постачання і збут;
- енергопостачання;
- заготівля;
- оптова торгівля;
- роздрібна торгівля і громадське харчування;

- продаж і передача в оренду засобів виробництва;
- комерційне посередництво при у здійсненні торговельної діяльності та інша допоміжна діяльність з забезпечення реалізації товарів/послуг.

Розвиток торговельного підприємництва неможливий без ринкової інфраструктури, яка допомагає вирішувати питання щодо придбання та реалізації товарів, матеріальних ресурсів, обладнання; впровадження маркетингових кроків; виходу з ризикованих ситуацій тощо.

***Ринкова інфраструктура – це комплекс інститутів, що створюють організаційно-економічні умови функціонування ринкового механізму. Вона включає фінансову і кредитно-банківську систему, розвинуту грошову систему, фондові й товарні біржі, біржі праці тощо.***

Для характеристики рівня розвитку ринкової інфраструктури використовуються різні показники: кількість торгово-посередницьких організацій, число угод, обсяг товарообігу, індекс ділової активності та ін.

Специфічною організаційною формою у комерційному підприємстві є ***торгово-промислові палати***, діяльність яких регулюються Законом України «Про торгово-промислові палати України». В якому зазначено, що «торгово-промислова палата є недержавною неприбутковою самоврядною організацією, яка об'єднує юридичних осіб, що створені і діють відповідно до законодавства України, та громадян України, зареєстрованих як підприємці, і їхні об'єднання». Вона є юридичною особою. Може займатися підприємницькою діяльністю лише в тому обсязі, в якому це необхідно для виконання її статутних завдань. Одержаний нею прибуток не розподіляється між членами торгово-промислової палати, а спрямовується на виконання її статутних завдань.

## **1.2. Законодавчо-правові аспекти розвитку торговельного підприємництва**

Основним законодавчим документом, що регулює державну реєстрацію підприємців виступає Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців», в якому окреслені головні шляхи подання документації до Єдиного державного реєстру й особливості державної реєстрації початку та припинення підприємницької діяльності суб'єктів.

За Законом України «Про ліцензування видів господарської діяльності», останньому підлягають такі види, пов'язані з торговельним підприємництвом:

- виробництво і торгівля спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами, яка ліцензується відповідно до Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів»;

- виробництво лікарських засобів, оптова та роздрібна торгівля лікарськими засобами, імпорт лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів), з урахуванням особливостей, визначених Законом України «Про лікарські засоби»;

- торгівля вогнепальною зброєю невійськового призначення та боєприпасами до неї, холодною зброєю, пневматичною зброєю калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду; виробництво спеціальних засобів, заряджених речовинами сльозоточивою та дратівної дії, індивідуального захисту, активної оборони та їх продаж;

- випуск та проведення лотерей;

- туropolиторська діяльність;

- зовнішньоекономічна діяльність відповідно до Ст. 16 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність».

В Ст. 13 Господарського кодексу України вказано, що «у сферах, пов'язаних із торгівлею за грошові кошти (готівку, чеки, а рівно з використанням інших форм розрахунків та платіжних карток на території України), обміном готівкових валютних цінностей (у тому числі операції з готівковими платіжними засобами, вираженими в іноземній валюті, та з платіжними картками), у сфері грального бізнесу та побутових послуг, інших сферах, визначених законом, може здійснюватися патентування підприємницької діяльності суб'єктів.

Правовою основою здійснення торгових операцій є *договір купівлі-продажу товарів* (договір поставки). В Цивільному кодексі України (Гл. 54) подані положення про договірні обов'язки про купівлю – продаж, а саме: обов'язки продавців і покупців, відповідальність продавця, про кількість товару, його асортимент, правові наслідки щодо порушень, строкові та фінансові зобов'язання тощо.

### 1.3. Державне регулювання торговельного підприємництва

Державне регулювання торговельного підприємництва – це вплив держави на діяльність підприємницьких структур, діячих в сфері торгівлі, за допомогою законодавчих важелів, спрямованих на забезпечення сприятливих умов їх функціонування.

За останні роки в Україні ухвалено цілу низку законів та інших нормативно-правових документів, якими визначена роль держави в регулюванні торговельної діяльності, сфери послуг, системи захисту прав споживачів. Одним із факторів поліпшення забезпечення послугами, покращання торговельного обслуговування, запобігання порушенням і зловживанням є цілеспрямована контрольованість і регламентація торговельної діяльності і сфери послуг.

Кабінетом Міністрів України схвалено Постанову «Про Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України» (1997 р.), яка «визначає загальну стратегію і пріоритетні напрями державного регулювання розвитку внутрішньої торгівлі у ринково-орієнтованій системі господарських відносин і спрямована на підвищення ефективності організаційно-економічних перетворень в торгівлі». В цій же Концепції окреслені *принципи державного регулювання сфери торгівлі*, які включають:

- організаційно-господарську незалежність;
- відкритість;
- цивілізованість;
- самоокупність;
- конкурентоспроможність суб'єктів господарювання;
- регульованість;
- контрольованість.

Державна політика розвитку споживчого ринку потребує послідовного вдосконалення нормативно-правової бази з урахуванням світового досвіду та практики державного регулювання цього сектору ринку, забезпечення ефективного державного контролю за дотриманням вимог законодавчих актів та інших нормативних документів торговельної діяльності і сфери послуг, підтримки розвитку громадських об'єднань споживачів.

Державне регулювання розвитку внутрішньої торгівлі здійснюється через: нормативно-правову та методичну базу; контрольнаглядову і обмежувально-заборонну систему заходів; вибіркову державну підтримку важливих соціально-економічних орієнтирів.

Основою правового регулювання торговельної діяльності на доповнення до чинного законодавства виступають Конституція України, Цивільний кодекс, Закони України «Про внутрішню торгівлю» та «Про підприємництво».

Функціональні напрямки держави в плану регулювання торговельної діяльності пов'язані із забезпеченням правової основи, національної (в тому числі) економічної безпеки, стабілізації національної економіки, врегулюванні зовнішньоекономічних відносин.

### Питання для самоперевірки

1. Що розуміємо під трактуванням «підприємництво»? Що таке «торгівельне підприємництво»? Чим ці поняття відрізняються?
2. Які форми підприємництва вам відомі? Чим вони відрізняються від форм торговельно-підприємницької діяльності?
3. Хто може виступати суб'єктом торговельного підприємництва в Україні?
4. Проаналізуйте провідні ознаки торговельного підприємництва. Чим вони відрізняються у інших видах підприємницької діяльності?
5. Назвіть основні елементи ринкової інфраструктури.
6. Які вимоги підприємництва по відношенню до ринкової інфраструктури?
7. Які законодавчі документи забезпечують організацію торговельних підприємств?
8. Що таке торговий патент? В яких випадках може здійснюватися патентування підприємницької діяльності в Україні?
9. Для яких видів товарів обов'язком є ліцензування?
10. Який документ виступає правовою основою для здійснення торгових операцій? В чому особливості його формування для різних видів товарів?
11. Обгрунтуйте доцільність державного регулювання торговельного підприємництва.
12. Доведіть вагомість принципів державного регулювання торговельного підприємництва.



## Тема 2

# ВИБІР ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ФОРМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

### *Питання для теоретичної підготовки*

- 2.1. Особливості основних організаційних форм торговельного підприємництва
- 2.2. Особливості об'єднання торговельних підприємств
- 2.3. Критерії оцінки організаційно-правових форм підприємницької діяльності

### **2.1. Особливості основних організаційних форм торговельного підприємництва**

У законодавчому полі України особлива увага приділяється малим підприємствам і фізичним особам-підприємцям внаслідок їх особливої ролі в становленні сучасної моделі економіки.

Майбутній підприємець, організовуючи свій бізнес, стикається з питанням: яку вибрати організаційно-правову форму? Як реєструватися?

Вибір організаційно-правової форми бізнесу грає істотну роль, оскільки:

- впливає на можливі види бізнесу;
- кожній формі бізнесу може відповідати своя можлива форма оподаткування.
- впливає на можливі масштаби реалізації продукції або надання послуг.

Правові умови здійснення підприємницької діяльності в галузі торгівлі, встановлені державою, вимагають державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності. Така реєстрація підтверджує визнання державою законності входження суб'єкта в сферу підприємництва. Суб'єкти торговельної діяльності можуть створюватися в будь-яких організаційно-правових формах господарювання усіх форм власності в межах законодавства України.

Всі суб'єкти торговельного підприємництва мають право самостійно обирати організаційно-правову форму господарювання та види торговельної діяльності, характер відносин з іншими суб'єктами ринку, формувати структури асортименту торговельних підприємств, методи продажу товарів та форми обслуговування покупців, проте

кожний вид має свою специфіку в організації, реєстрації та веденні бізнесу.

Суб'єкт торговельного підприємництва – це юридична або фізична особа-підприємець, зареєстрована в установленому законом порядку, і яка займається одним або декількома видами господарської діяльності у сфері внутрішньої торгівлі відповідно до законодавства.

Перед тим як розпочати торговельну діяльність, підприємцю необхідно обрати статус, в якому він буде виступати. Підприємець здійснює вибір організаційно-правової форми підприємництва самостійно. При цьому враховується зміст і основні напрямки майбутньої діяльності, необхідність залучення додаткових ресурсів, вид власності, кількість і склад осіб, які об'єднуються для ведення підприємницької діяльності.

Розглянемо основні організаційно – правові форми торговельного підприємництва. Законодавство надає можливість вибирати організаційно-правові форми ведення господарської діяльності. Можна вести торговельну підприємницьку діяльність в наступних формах:

- фізична особа – підприємець (ФОП);
- господарські товариства;
- кооперативи та ін.

Кожна з цих форм має свої переваги і недоліки на етапі основи і на етапі становлення і розвитку бізнесу.

**Переваги і недоліки основних організаційно-правових форм торговельного підприємництва**

**Фізичне особа-підприємець** – така форма організації підприємництва, коли власність належить одній особі, яка одноосібно управляє реалізацією продукції і власністю, привласнює увесь прибуток, і несе особисту відповідальність за усі зобов'язання бізнесу.

При виборі форми ведення бізнесу важливо проаналізувати всі «за» та «проти» і обрати найбільш оптимальну організаційно-правову форму, виходячи із переваг і недоліків ФОП.

***Переваги фізичної особи – підприємця (ФОП):***

- 1) реєстрація ФОП за місцем проживання з мінімальною кількістю документів для реєстрації;
- 2) відсутність вимог до наявності статутного капіталу, печатки, розрахункового рахунку;
- 3) привласнення усього прибутку і можливість вільно розпоряджатися ним (після сплати податків);

- 4) наявність на цій основі високоефективних стимулів до праці;
- 5) незначні витрати на організацію виробництва;
- 6) високий ступінь свободи економічного вибору.

В той же час ФОП властиві певні **недоліки**:

- 1) відповідальність фізичної особи – підприємця по зобов'язаннях не лише активами підприємства, але і своїм особистим майном;
- 2) підвищена відповідальність за результати діяльності;
- 3) незначні обсяги прибутку, який присвоюють, отже, обмежені можливості розширення підприємства за рахунок власних засобів;
- 4) більш, порівняно з середніми і великими підприємствами, труднощі в отриманні кредитів;
- 5) значно велика вірогідність банкрутства;
- 6) велика тривалість робочого дня, висока інтенсивність праці.

ФОП має право:

- 1) створювати торговельні установи;
- 2) придбати яке-небудь майно або майнові права;
- 3) використовувати майно інших осіб, якщо це передбачається договором;
- 4) наймати і звільняти працівників;
- 5) користуватися кредитом на певних умовах і відкривати рахунок в банку;
- 6) самостійно розподіляти прибуток від підприємницької діяльності, що залишився після сплати податків.

В Україні найбільшу популярність серед організаційно-правових форм у сфері малого торговельного підприємництва мають фізична особа-підприємець, а серед юридичних осіб – товариство з обмеженою відповідальністю.

**Юридична особа** – підприємство, організація, установа, яка виступає єдиним самостійним носієм прав і зобов'язань. Основними ознаками, властивими підприємствам юридичним особам являються: наявність майна, відокремленого від майна (засновників) учасників, самостійна майнова відповідальність; право володіти, користуватися і розпоряджатися власністю; право здійснювати від свого імені господарські операції та ін.

Основні організаційно-правові форми юридичних осіб для торговельного підприємництва:

- 1) господарські товариства: акціонерне товариство (публічне; приватне); та товариство з обмеженою відповідальністю;
- 2) кооперативи;
- 3) товарні біржі.

Юридична особа, створена для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення торговельної або іншої господарської діяльності, визнається *підприємством*.

Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного фонду в Україні діють *унітарні* та *корпоративні* підприємства. Вибір між унітарним та корпоративним підприємствами залежить від того, чи збирається підприємець до справи залучати ресурси (майно, грошові кошти) інших учасників. Слід звернути увагу на те, що відповідно до кількості партнерів стільки ж учасників будуть приймати рішення із стратегічних питань діяльності підприємства, нести відповідальність в межах своїх вкладів та брати участь у розподілі прибутку.

*I. 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.

*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.

Всі суб'єкти підприємництва – юридичні особи можуть об'єднувати свою діяльність на добровільних засадах або за рішенням органів, які відповідно до Господарського кодексу та інших законів мають право утворювати об'єднання підприємств.

Основні нормативні акти, які регулюють питання діяльності господарських товариств – це Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України і Закон України «Про господарські товариства».

Юридичні особи можуть бути зареєстровані в наступних *найбільш* поширених формах:

- акціонерне товариство;
- товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ);

**Акціонерне товариство** (з економічного боку) – підприємство, що об'єднує деяке число фізичних або юридичних осіб, які формують свій капітал шляхом випуску і продажу цінних паперів, передусім акцій, з метою отримання прибутку.

**Акціонерне товариство (з правового погляду)** – організаційно-правова форма функціонування і розвитку підприємств, компаній, що базується на статутному фонді, розділеному на певну кількість акцій однакової номінальної вартості, учасники якого несуть відповідальність по зобов'язаннях тільки майном підприємства.

Акціонерні товариства бувають *публічними* і *приватними*. *Публічне* акціонерне товариство (ПАТ) може здійснювати публічне і приватне розміщення акцій і мати необмежене число акціонерів. *Приватне* акціонерне товариство може здійснювати тільки приватне розміщення акцій і мати не більше ста учасників.

**Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)** – товариство, засноване одним або декількома особами товариство, статутний капітал якого розділений на долі, розмір яких встановлюється статутом.

Торговельне підприємництво є досить широкою сферою бізнесу і об'єднує підприємства роздрібної, оптової торгівлі та підприємства ресторанного бізнесу. В свою чергу, торговельне підприємство – це первинна, основна ланка сфери торгівлі, її самостійний господарюючий суб'єкт з правом юридичної особи, що створений для закупівлі, реалізації, а також зберігання товарів, надання різного роду супутніх послуг в цілях задоволення потреб ринку та отримання прибутку. Воно має право займатися одним або двома видами торговельної діяльності (роздрібною або/та оптовою торгівлею), торговельно-виробничою та іншими видами підприємницької діяльності, які не заборонені чинним законодавством.

Суб'єктами торговельного підприємництва є: магазини, речові та продовольчі ринки, біржі, виставки-продажі, аукціони, торговельні доми, ярмарки, торговельні бази, інші заклади торгівлі, у тому числі комерційні (торговельні) кіоски та намети.

Роздрібна торгівля товарами здійснюється в торгових підприємствах.

Основу роздрібної торгівлі становлять *торговельні підприємства*.

*Торговельне підприємство* є кінцевим пунктом роздрібного продажу товарів і виступає як самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи і здійснює торговельно-господарську діяльність для отримання відповідного прибутку.

*Ознаки торговельного підприємства:*

- має основні та оборотні засоби;
- здійснює повний цикл торгово-господарської діяльності;

- має самостійний баланс, поточний та інші рахунки в установах банку;
- має свою внутрішню структуру і єдине керівництво;
- є юридичною особою і користується її правами (заключає договори і несе відповідальність за своїми обов'язками);
- його структура та діяльність визначається статутом, має власну печатку з найменуванням;
- до його складу не можуть входити інші юридичні особи.

До торгових підприємств відносять: фірми, комерційні структури засновані на приватній або колективній власності, великі універсальні і спеціалізовані магазини, що знаходяться на повному господарському розрахунку, дрібні торгові об'єднання, оптові бази, ринки.

Як структурні підрозділи торговельного підприємства виступають торговельні одиниці.

**Торговельна одиниця** – це кінцевий пункт продажу товарів для проведення самостійної торговельної діяльності, права юридичної особи не має. Звичайно такі підрозділи працюють на умовах внутрішнього госпрозрахунку. Торговельні одиниці – це здебільшого невеликі магазини, павільйони, кіоски, автомагазини, основна діяльність яких – реалізація товарів. Крім того вони виконують деякі допоміжні торгово-технологічні функції.

В практиці господарювання кожне торговельне підприємство здійснює наступні види діяльності:

- 1) вивчення ринку товарів;
- 2) інноваційну діяльність (впровадження технічних, організаційних нововведень, освіта працівників);
- 3) торгово-виробничу діяльність (визначення обсягу товарообігу та його структури, збалансування виробничих потужностей з обсягом товарообігу);
- 4) комерційну діяльність (організація закупівлі і збуту товарів);
- 5) післяпродажний сервіс (охоплює встановлення, налагодження технічно-складних товарів і гарантійне обслуговування);
- 6) економічну діяльність (стратегічне і поточне планування, облік і звітність, ціноутворення, систему оплати праці, ресурсне забезпечення, зовнішньоекономічна і фінансова діяльність);
- 7) соціальну діяльність (забезпечення належних умов праці і соціального клімату).

Торговельні підприємства в процесі своєї діяльності здійснюють функції: вибір найбільш ефективної організаційної форми діяльності торговельного підприємства; управління технологічними процеса-

ми; управління процесом обслуговування покупців; управління персоналом; управління товарообігом; управління доходами; управління витратами; управління прибутком; управління активами; управління капіталом; управління інвестиціями; управління господарським ризиком; управління фінансовим станом.

Роздрібна торгівля забезпечує доведення споживчих товарів від виробників та оптовиків до кінцевих споживачів для задоволення їх попиту і здійснюється через власні або орендовані об'єкти стаціонарної роздрібно торгівлі, що внесені до Державного реєстру, та інші види торговельних об'єктів.

Роздрібна торгівля може здійснюватися:

1) через торговельні об'єкти:

а) магазини, які за товарною спеціалізацією можуть бути: продовольчими, не продовольчими, змішаними; за товарним асортиментом: універсальними, спеціалізованими, вузькоспеціалізованими, комбінованими, неспеціалізованими; за методом продажу товарів: з індивідуальним обслуговуванням, самообслуговуванням, торгівлею за зразками, торгівлею за замовленням;

б) павільйони; кіоски; палатки; намети; лотки; товарні склади; крамниці – склади; магазини – склади;

2) через поза торговельні об'єкти: через посередників; вендінг – торгівля (форма роздрібно торгівлі, яка здійснюється з використанням торговельних апаратів); дистанційна торгівля (форма продажу товарів на відстані, за якої вибір товару та його замовлення не збігаються у часі з безпосереднім отриманням покупцем вибраного товару).

3) через мережу Інтернет, за допомогою електронної пошти тощо.

За сучасних умов у багатьох країнах і в Україні реалізація товарів та послуг все більше зосереджується в самостійних або орендованих невеликих торговельних підприємствах, що функціонують за договором франчайзингу, укладеним з великими промисловими або торговельними компаніями.

Сутність франчайзингу полягає в тому, що велика компанія (франчайзер) надає дрібному підприємству (оператору) виключне право реалізації своєї продукції або послуг протягом певного часу й у спеціально обумовленому місці. Доход дрібних підприємств виступає у формі процента від обороту. Фірмі-франчайзеру така форма підприємницької діяльності дає можливість без збільшення капіталу збільшувати оборот і отримувати додатковий прибуток; для підприємця-оператора це гарантоване постачання та різноманітна

підтримка з боку основної фірми (франчайзера), а отже, більша стійкість у конкурентній боротьбі. Така форма підприємницької діяльності в торгівлі на сучасному етапі в Україні, в тих чи інших варіаціях, набула найбільшого розповсюдження.

Торгівля у магазинах – основна форма здійснення роздрібно торгівлі. Магазин – це основний стаціонарний торговельний об'єкт в роздрібній торгівлі, у якому здійснюється продаж товарів кінцевим споживачам і надання їм послуг. Магазин (спеціалізований магазин, універсам, мінімаркет, супермаркет, гіпермаркет та ін.) займає окрему капітальну споруду або розміщується в спеціально призначеному та обладнаному для торгівлі приміщенні іншої капітальної споруди та має торговельну площу й комплекс приміщень для здійснення торговельно-технологічних операцій.

Оптова торгівля забезпечує безперерійне доведення скомплектованих партій товарів від виробників до оптових покупців та сприяє найбільш повному задоволенню їх попиту на товари та послуги.

Суб'єкти оптової торговельної діяльності забезпечують оцінку кон'юнктури ринку і попиту покупців на товари та послуги; концентрацію товарної маси та її зберігання; перетворення виробничого асортименту на торговельний; централізовану доставку товарів; товарне кредитування; інформаційне і консультаційне обслуговування тощо.

Основними способами організації товарного обміну під час оптової торгівлі є:

1) прямий збут, який здійснюється безпосередньо виробниками товарів, як правило, з використанням таких торговельних об'єктів, як товарні склади (універсальні, спеціалізовані, змішані) та магазини – склади;

2) непрямий збут, який здійснюється через: посередницько-збутові структури, створені, зокрема виробниками товарів; підконтрольні збутові структури, а також за допомогою взаємного використання збутових мереж виробників однорідних чи аналогічних товарів) тощо.

До непрямой торгівлі також належить торгівля через організовані ринки торгівлі (товарні ринки), які є посередниками між продавцями та покупцями. Організованими товарними ринками є спеціально створені ринки певних товарів, які функціонують за спеціально встановленими нормативними та/або локальними актами правилами та в межах яких формується попит та пропозиція на товари.

До організованих товарних ринків належать: товарні біржі, торги (тендери), аукціони, виставки (ярмарки).



Відповідно організаційними формами торгівлі є: біржова торгівля, проведення торгів, аукціонна торгівля, ярмаркова (виставково-ярмаркова) торгівля.

Біржова торгівля являє собою організоване укладання на біржах (фондових, товарних) угод щодо купівлі-продажу біржового товару відповідно до чинного законодавства та правил біржової торгівлі.

Товарні біржі поділяються на: вузькоспеціалізовані (предметом торгівлі на таких біржах є один вид товарів); спеціалізовані (предметом біржової торгівлі є, як правило, однотипні групи товарів); універсальні (предметом торгівлі є широкий асортимент різноманітних товарів).

З метою розширення оптово-роздрібної торгівлі, економічних міжрегіональних та міжнародних зв'язків, створення сприятливих умов для товарного обміну, збільшення обсягів експорту конкурентоспроможної продукції та послуг, удосконалення технологій, залучення інвестицій і кредитів, підвищення міжнародного іміджу держави, проводяться ярмарки та ярмарки-виставки.

Ярмарок є заходом, безпосередньо пов'язаним з роздрібною або оптовою торгівлею, що проводиться регулярно в певному місці та у визначений строк.

Ярмарок-виставка є заходом, пов'язаним з демонстрацією продукції, товарів та послуг, який сприяє просуванню їх на внутрішній та зовнішній ринок з урахуванням його кон'юнктури, створенню умов для проведення ділових переговорів з метою укладення договорів про постачання або протоколів про наміри, утворення спільних підприємств, отримання інвестицій.

*Виставки і ярмарки* за статусом та місцем проведення класифікуються на всесвітні, міжнародні, національні, міжрегіональні, регіональні (місцеві) та галузеві.

Позабіржова аукціонна торгівля є самостійною організаційною формою продажу реальних товарів з індивідуальними властивостями (як окремих товарних партій, так й одиничних екземплярів) методом публічних торгів в умовах прямої конкуренції декількох (або багатьох) потенційних покупців. За об'єктами аукціонного продажу виокремлюються спеціалізовані аукціони та змішані аукціони. За статусом та місцем проведення виокремлюються міжнародні, національні та локальні аукціони.

Частково організованою формою торгівлі є торгівля на ринках, які можуть бути класифіковані за різними критеріями: за конструкцією – криті, відкриті та комбіновані; за часом діяльності – постійно

діючі або сезонні, ранкові та вечірні; за місцезнаходженням – міські, селищні та сільські; за видами торгівлі – з оптової торгівлі, з роздрібною торгівлі; за товарною спеціалізацією – з продажу продовольчих товарів, непродовольчих товарів, транспортних засобів, худоби та кормів, тварин і птахів, квітів тощо, а також змішані.

Оптова торгівля здійснюється у наступних формах, які організуються:

- безпосередньо товаровиробниками, які реалізують товари різним оптовим покупцям – суб'єктам господарювання, що займаються роздрібною торгівлею, оптовим посередникам, іншим товаровиробникам для виробничого споживання;

- оптовими торговельними посередниками, які купують і реалізують товари суб'єктам господарювання, що займаються роздрібною торгівлею, іншим оптовим посередникам, товаровиробникам для виробничого споживання, набуваючи право власності на товар;

- оптовими посередниками (агентами, комісіонерами тощо), що здійснюють продаж товарів товаровиробників, не набуваючи права власності на товар;

- суб'єктами господарювання, що займаються роздрібною торгівлею, і здійснюють дрібнооптовий продаж товарів, які закуплені у товаровиробників та у оптових торговельних посередників для подальшого їх продажу кінцевим споживачам.

Формою здійснення оптової торгівлі є дрібнооптовий продаж товарів на основі самообслуговування за готівковий розрахунок без доставляння відібраних та оплачених оптовими покупцями товарів. Дрібнооптова торгівля здійснюється на основі оптових операцій з купівлі-продажу товарів дрібними партіями, забезпечуючи задоволення попиту на товари дрібних оптових покупців з обмеженим циклом обслуговування.

Посередники за функціональним призначенням можуть бути:

- оптовими торговельними підприємствами з повним або обмеженим циклом обслуговування партнерів – постачальників товарів та їх оптових покупців;

- посередницькими підприємствами та фізичними особами-підприємцями, що спеціалізуються на посередництві у збуті/придбанні товарів та сприяють організації оптового обороту.

Ресторанне господарство забезпечує організацію харчування різних контингентів споживачів. Відносини закладів ресторанного господарства із підприємствами, закладами та установами, яким вони надають послуги, регулюються договорами. У ресторанному госпо-

дарстві торговельно-виробнича діяльність здійснюється в закладах, що входять до складу ресторанного господарства, або інших об'єктах, які мають в своєму складі відповідні структурні підрозділи.

Торговельно-виробнича діяльність здійснюється через заклади ресторанного господарства, які поділяються на типи (ресторан, кафе, бар, кафетерій, їдальня, закуочна та ін.). Ресторани і бари поділяються на класи (люкс, вищий, перший). Класи об'єктів ресторанного господарства визначаються відповідно до нормативно-правових актів і підтверджуються відповідними свідоцтвами, які встановлюють відповідність вимогам до продукції власного виробництва і закупних товарів, умов їх споживання, організації обслуговування та дозвілля споживачів.

Торговельно-виробнича діяльність у закладах ресторанного господарства здійснюється у формах: повного технологічного циклу, заготівельної, доготівельної, роздавальної діяльності. Торговельно-виробнича діяльність з повним технологічним циклом здійснюється у закладах ресторанного господарства, що перероблюють товари в заготівельних і доготівельних цехах, продають готову продукцію власного виробництва і закупні товари, організують їх споживання у власній торговій залі та за її межами. Торговельно-виробнича діяльність у заготівельних цехах (закладах) здійснюється для приготування на замовлення напівфабрикатів різного ступеня готовності та їх оптового продажу. Доготівельна торговельно-виробнича діяльність здійснюється закладами ресторанного господарства, що мають доготівельні цехи для приготування страв з напівфабрикатів із наступним їх продажем і організацією споживання у власних залах. Роздавальна торговельно-виробнича діяльність здійснюється в закладах ресторанного господарства, які мають приміщення та обладнання для зберігання, розігріву, продажу готових страв та напоїв та їх споживання.

## **2.2. Особливості об'єднання торговельних підприємств**

Об'єднання, як суб'єкт права має свої економічні, організаційні та юридичні ознаки, що відрізняють його від підприємства.

*По-перше*, підприємства консолідуються в групи-об'єднання на основі певних матеріальних (економічних) інтересів. Це об'єднання виробничої, науково-технічної, комерційної діяльності членів об'єднання, централізація управлінських, координаційних функцій тощо. Матеріальні інтереси як основа об'єднання визначаються засновниками в договорі або статуті як мета, завдання та функції об'єднання.

*По-друге*, об'єднання як суб'єкт господарського права має майно, юридичне відособлене від майна членів об'єднання. Майном об'єднання є:

- основні фонди і оборотні кошти, передані членами об'єднання на його баланс згідно з договором чи статутом;
- майно, набуте об'єднанням в результаті господарської діяльності;
- майно створених об'єднанням підприємств.

Майно об'єднання є колективною (спільною частковою) власністю, право на частки в якій належить членам об'єднання. Майно членів об'єднання не входить до складу майна об'єднання.

*По-третє*, для об'єднання характерна централізація в руках об'єднання як суб'єкта права функцій і повноважень його членів. Склад функцій, які може централізувати об'єднання визначають засновники в договорі або статуті без створення юридичної особи, подають заповнену реєстраційну картку та документ, що засвідчує сплату коштів за державну реєстрацію.

*Четвертою* ознакою об'єднання є особлива правосуб'єктність. Її особливість обумовлена організаційною структурою об'єднання. Членами об'єднання підприємств можуть бути лише юридичні особи (підприємства, організації), кожне з яких при входженні до об'єднання зберігає права юридичної особи. Саме цим відрізняються об'єднання від підприємства, яке не має в своєму складі інших юридичних осіб.

З точки зору правосуб'єктності, об'єднання являє собою сукупність самостійних суб'єктів права, спільні майнові права та інтереси яких реалізує об'єднання.

Матеріальним критерієм класифікації **об'єднань на види** закон визначає мету, тобто основу їх створення та діяльності. Це може бути: досягнення спільних матеріальних та інших інтересів членів об'єднання, координація їх діяльності, централізоване виконання виробничо-господарських і управлінських функцій; реалізація спільного інвестиційного проекту тощо.

Юридичним критерієм класифікації об'єднань на види закон визначає правовий режим членства учасників в об'єднаннях. За цим критерієм розрізняються *договірні* і *статутні* об'єднання. Відповідно до Закону «Про підприємства в Україні» договірними об'єднаннями є асоціації та корпорації. До статутних належать концерни і консорціуми.

**Асоціація** – договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися,

шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації. У статуті асоціації повинно бути зазначено, що вона є господарською асоціацією. Асоціація не має права втручатися у господарську діяльність підприємств – учасників асоціації. За рішенням учасників асоціація може бути уповноважена представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями.

**Корпорація** за українським законодавством – це юридична особа, що створена суб'єктами господарювання з метою регулювання своєї діяльності.

В Україні також похідними термінами від «корпорація» як правило позначаються явища, що пов'язані з акціонерними товариствами та господарськими товариствами.

**Корпорацією** в Україні визнається договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації. Державні і комунальні господарські об'єднання утворюються переважно у формі корпорації або концерну, незалежно від найменування об'єднання (комбінат, трест тощо).

**Корпорація** – найдосконаліша форма організації підприємств, існуюча переважно у вигляді відкритого акціонерного товариства, засновники якого формують акціонерний капітал шляхом об'єднання власних ресурсів за допомогою механізму випуску і продажу цінних паперів (передусім акцій), а співвласники несуть обмежену відповідальність.

Основними *позитивними* сторонами корпорацій є:

1) можливість збільшити джерела фінансування для розширення виробництва (за рахунок продажу цінних паперів), а, отже, отримати великий прибуток, частина якого (нерозподілений прибуток) йде на розширення обсягів виробництва;

2) кращий (порівняно з партнерством) доступ до кредитів банків;

3) діставання можливості впроваджувати передові досягнення науки і техніку у виробництво, що зумовлює зростання продуктивності праці і зниження собівартості товарів і послуг;

4) обмежена відповідальність акціонерів по зобов'язаннях корпорації, а, отже, відсутність відповідальності власним майном;

5) залучення до управління виробництвом професійних керівників (менеджерів), що сприяє вдосконаленню процесу вироблення управлінських рішень;

6) здійснення внутрішньо корпоративного планування на поточний і віддалений період (5-10 років), комплексне вивчення ринку, формування потреб споживачів і завдяки цьому отримання переваги над конкурентами.

Основними *недоліками* корпорацій є:

1) значне знецінення акцій корпорацій під час погіршення економічної кон'юнктури, внаслідок чого дрібні акціонери можуть втратити їх;

2) недосконалий механізм оподаткування в окремих країнах (так, в Україні оподатковуються і прибуток корпорацій, і прибутки на акції, що особливо несправедливо для дрібних акціонерів);

3) перетворення дрібних акціонерів, в результаті їх великої чисельності, на формальних власників, нездатних впливати на вибір керівництва, розподіл прибутку;

4) зосередження контрольного пакету акцій в руках небагатьох акціонерів і встановлення їх контролю над заощадженнями більшості дрібних акціонерів.

Корпорації є найадекватнішою формою організації великих і середніх підприємств.

Серед об'єднань підприємств, згідно з чинним законодавством, важливу роль грають корпорації, консорціуми і концерни.

### **2.3. Критерії оцінки організаційно-правових форм підприємницької діяльності**

Для будь-якого підприємця важливо визначитися з критеріями оцінки форм підприємницької діяльності. Вибираючи організаційно – правову форму ведення бізнесу необхідно обертати увагу не лише на законодавче регулювання, але і на інші чинники.

Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності представлені на рисунку 2.1.

Основними критеріями оцінки форм підприємницької діяльності є наступні:

ФОП зазвичай вибирають люди, схильні одноосібно контролюю-

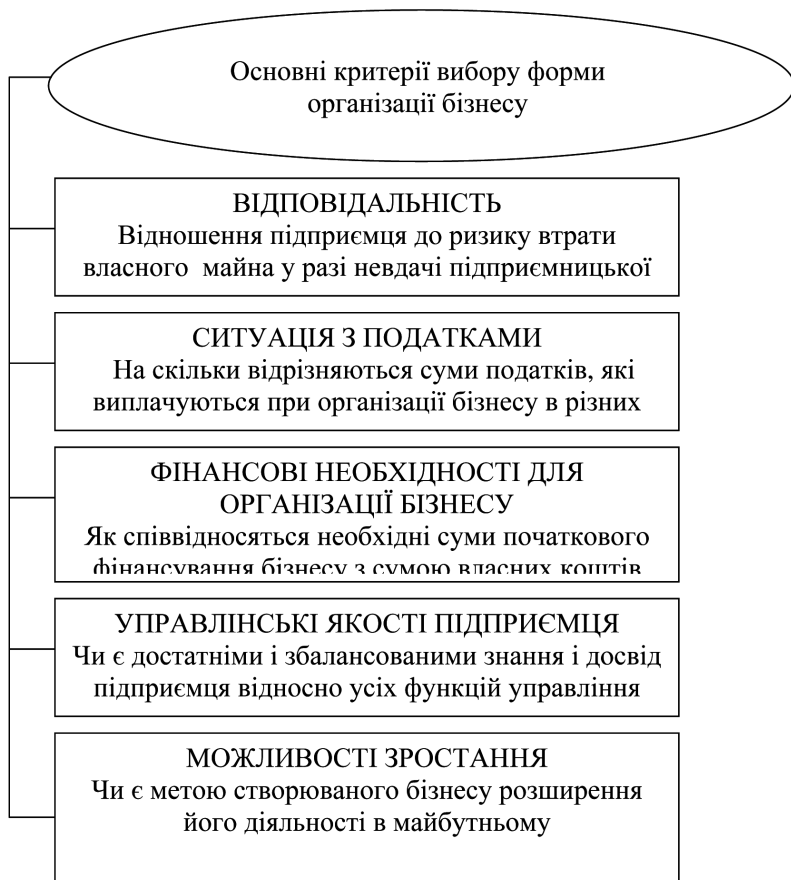


Рис. 2.1. Критеріїв вибору організаційно-правової форми бізнесу

вати процес ухвалення рішень. Перевага цієї форми підприємницької діяльності – мінімальна регламентація з боку держави.

Вибір організаційної форми у вигляді товариства з обмеженою відповідальністю, дозволяє скоротити (обмежити) підприємницький ризик величиною внеску до статутного фонду.

Для організації товариства з обмеженою відповідальністю потрібний менший розмір капіталу, чим для організації акціонерного товариства. Для такої форми підприємницької діяльності характерна

простіша система звітності. Ця форма підприємницької діяльності прийнятна для підприємств середньої величини.

Головною перевагою акціонерного товариства є можливість залучення додаткових коштів за допомогою випуску акцій. Перевага цієї форми – обмеження ризику вкладника величиною внеску до статутного фонду.

Ця форма підприємницької діяльності підходить для великих підприємств з довгостроковою метою в бізнесі.

### **Питання для самоперевірки**

1. Які основні ознаки юридичної особи?
2. Які переваги та недоліки акціонерного товариства?
3. Які переваги та недоліки товариства з обмеженою відповідальністю?
4. У чому полягає сутність корпорації?
5. Які основні організаційно – правові форми торговельних підприємств?
6. Які основні критерії вибору форми підприємницької діяльності торговельного підприємництва?
7. В чому суть такої організаційно – правової форми об'єднання підприємств, як асоціація.
8. В чому суть такої організаційно – правової форми об'єднання підприємств, як корпорація.
9. В чому суть такої організаційно – правової форми об'єднання підприємств, як концерн.
10. Чи існує найкраща форма організації підприємства для фірм малого бізнесу? Дайте пояснення.
11. У чому Ви бачите різницю між товариством з обмеженою відповідальністю і приватним акціонерним товариством? У яких випадках доцільно створювати відповідний вид товариства?
12. Що Ви розумієте під категорією «організаційна форма торговельного підприємства»?
13. Що є характерним для підприємницької діяльності, заснованої однією особою? Що привертає потенційних підприємців в цій формі організації бізнесу?



14. У чому Ви бачите основні переваги акціонерного товариства в порівнянні з іншими видами господарських товариств для створення торговельного підприємства? Які види акціонерних товариств Ви знаєте? Чим вони відрізняються?
15. Які види цінних паперів може випускати акціонерне товариство? Чим відрізняється акція від інших видів цінних паперів?
16. Чим відрізняється унітарне підприємство від корпоративного?
17. Вкажіть права та обов'язки учасників господарських товариств.
18. Як можна класифікувати об'єднання підприємств залежно від порядку заснування?
19. Які форми об'єднань підприємств функціонують на ринку України? Визначте риси, притаманні їм.

## Тема 3

# ВИБІР ОПТИМАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

### *Питання для теоретичної підготовки*

- 3.1. Спрощена система оподаткування суб'єктів господарювання торговельного підприємництва.
- 3.2. Загальна система оподаткування суб'єктів господарювання торговельного підприємництва
- 3.3. Єдиний соціальний внесок
- 3.4. Особливості вибору системи оподаткування

### **3.1. Спрощена система оподаткування суб'єктів господарювання торговельного підприємництва**

Верховна Рада України ухвалила Закон «Про внесення змін до Податкового кодексу України і деяких інших законодавчих актів України» (відносно спрощеної системи оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва).

Законодавчим актом впроваджено нові правові основи функціонування спрощеної системи оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва.

Згідно із Законом, спрощена система оподаткування, обліку і звітності – «це особливий механізм стягнення податків і зборів, яке встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, встановлених пунктом 297.1 статті 297 цього Кодексу, на сплату єдиного податку в порядку і на умовах, визначених цією главою, з одночасним веденням спрощеного обліку і звітності».

Юридична особа або фізична особа – підприємець може самостійно обрати спрощену систему оподаткування, якщо така особа відповідає вимогам, встановленим главою про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності, і реєструється платником єдиного податку в порядку, визначеному нею.

Законом передбачає, що суб'єкти господарювання, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку і звітності, діляться на чотири групи платників єдиного податку.

**Перша група** – фізичні особи – підприємці, які не використовують роботу найманих осіб, здійснюють роздрібний продаж товарів

з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню, з річним обсягом доходу упродовж календарного року не перевищує 300 000 гривен.

Фіксовану ставку встановлено 10% розміру мінімальної заробітної плати у розрахунку на календарний місяць.

ФОП, які не притягають найманих співробітників, звільняються від сплати єдиного податку строком на 1 місяць в році на час відпустки.

**Друга група** – фізичні особи – підприємці, які здійснюють господарську діяльність з наданням послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства за умови, які упродовж календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:

1) кількість найманих працівників, які знаходяться з ними в трудових стосунках, одночасно не перевищує 10 осіб;

2) річний обсяг доходу не перевищує 1 500 000 гривен.

Фіксовану ставку визначено 20% розміру мінімальної заробітної плати у розрахунку на календарний місяць.

Дія цього підпункту не поширюється на фізичні особи – підприємців, які надають посередницькі послуги з купівлі, продажу, оренді і оцінюванню нерухомого майна (гр. 70.31 КВЕД ДК 009:2005). Такі фізичні особи – підприємці належать виключно до третьої групи платників єдиного податку, якщо відповідають вимогам, встановленим для третьої групи.

**Третя група включає** фізичних осіб – підприємців та юридичних осіб, які упродовж календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:

1) кількість найманих працівників, які знаходяться з ними в трудових стосунках – без обмежень;

2) річний обсяг доходу не перевищує 5 000 000 гривен.

Ставка податку:

- 3% за умови реєстрації платником ПДВ;
- 5% при зарахуванні ПДВ.

Представники 3 групи здійснюють будь-які види діяльності, крім тих, які заборонені платникам єдиного податку. До 3 групи входять підприємці, які здійснюють посередницьку діяльність у нерухомості та ювелірі.

Платники єдиного податку – фізичні особи сплачують єдиний соціальний внесок з бази оподаткування, що визначається ними

платниками самостійно, але не менше за розмір мінімального страхового внеску.

**До четвертої групи** відносяться сільськогосподарські товаровиробники, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75%. Четверта група єдиного податку заміняє собою скасований фіксований сільськогосподарський податок. Ставка податку залежить від категорії (типу) земель та їх розташування.

Для платників **4 групи** (сільгоспвиробників) розмір ставок податку з 1 га сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду залежить від категорії (типу) земель, їх розташування.

При розрахунку загальної кількості осіб, які знаходяться в трудових стосунках з платником єдиного податку – фізичною особою, не враховуються наймані працівники, які знаходяться у відпустці по вагітності і пологам і у відпустці по догляду за дитиною по досягненню передбаченого законодавством віку. При розрахунку середньооблікової кількості працівників застосовується визначення, встановлене Податковим кодексом.

Групи платників та ставки єдиного податку наведені у табл. 3.1.

Існують обмеження, на які не поширюються пільги по видах діяльності, які необхідно врахувати, вибираючи спрощену систему оподаткування.

Платники єдиного податку повинні здійснювати розрахунки за відвантажені товари (виконані роботи, надані послуги) виключно в грошовій формі (готівковою і/або безготівковою).

Платники єдиного податку першої та другої груп сплачують податок не пізніше 20 числа поточного місяця.

Платники третьої групи сплачують єдиний податок протягом 10 календарних днів після граничного строку подачі податкової декларації за звітний податковий квартал.

Платники податків мають право застосовувати спрощену систему оподаткування в наступному календарному році за умови, якщо протягом календарного року вони не перевищили максимальний обсяг доходу по групі.

Якщо платник податків дотримує встановлені для вибраної групи вимоги, він має право самостійно перейти в іншу групу, подавши заяву в податкову не пізніше, ніж за 15 днів до початку наступного кварталу.

Реєстратор розрахункових операцій (РРО) – це касовий апарат або фіскальний реєстратор, який дозволяє зафіксувати факт отримання

Таблиця 3.1

**Спрощена система оподаткування  
суб'єктів підприємницької діяльності**

Група	1 група	2 група	3 група	4 група
Статус	ФОП	ФОП	ФОП + ЮО	сільсько-господарські підприємства
Ставка єдиного податку	<b>10%</b> міні- мальної заробітної плати	<b>20%</b> міні- мальної заробітної плати	<b>5%</b> з доходу	Ставка податку залежить від категорії (типу) земель та їх розташування
Ставка ЄП для платників ПДВ	-	-	<b>3%</b> з доходу	
Обсяг доходу	<b>&lt; 300 тис. грн</b> на рік	<b>&lt; 1,5 млн. грн</b> на рік	<b>&lt; 5 млн. грн</b> на рік	без обмежень
Наймані працівники	-	<b>&lt; 10 осіб</b>	без обмежень	без обмежень
Податковий період	1 рік	1 рік	1 квартал	1 квартал
Види діяльності	«роздрібний продаж» та «побутові послуги населенню»	«послуги», «виробництво, продаж товарів», «ресторанне господарство»	будь-які види діяльності, дозволені на спрощеній системі	сільсько-господарська діяльність за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75%
Введення обліку	доходів	доходів	доходів та витрат	-

мання грошей. Змінити внесену в нього інформацію неможливо, для цього касовий апарат містить фіскальний блок. Список дозволених до установки і використання моделей РРО затверджується Міністерством податків і зборів (МПС) та публікується в Державному Реєстрі РРО України, який регулярно оновлюється.

РРО повинен бути підключений до інформаційної системи МПС і передавати дані про здійснення операції на сервер міністерства. РРО встановлюється виключно авторизованими ЦСО (центрами сервісного обслуговування) виробника, і ними ж потім обслуговується.

Основна сфера застосування РРО – це торгівля і сфера послуг для населення, де операції відбуваються з використанням готівки або особистих платіжних карт. Кожна оплата (а також повернення товару і грошей, внесення або вилучення готівки з каси) повинні бути проведені через РРО, а клієнту повинен видаватися фіскальний чек, який підтверджує факт прийняття оплати (або повернення грошей) і права його як покупця. Якщо ж готівкової оплати немає (наприклад, клієнт отримує рахунок і оплачує його в касі банку), то застосування РРО не потрібно.

Сутність фіскальної функції в тому, щоб зафіксувати операцію і її обсяг, без можливості редагування, видалення інформації тощо. Раніше копії всіх чеків друкувалися всередині РРО (паперова касова стрічка) і подавалися в органи ДФС у вигляді звітів. Сьогодні все РРО підключаються до Інтернет (дротового або мобільного) і передають звіти в електронному вигляді, що спрощує ведення бухгалтерського обліку, позбавляє від зберігання контрольної стрічки протягом 3 років та ін.

В 2017 році зобов'язані застосовувати касові апарати або інші РРО.

1. Будь-які підприємства, що працюють на загальній системі оподаткування і приймають платежі готівкою або платіжними картами: супермаркети, магазини, кафе і підприємства сфери обслуговування в формі ТОВ, АТ та ін.

2. Фізичні особи-підприємці (ФОП), що працюють на єдиному податку (2-а та 3-я група), якщо їх річний оборот більше 1 млн. грн: магазини, інтернет-магазини, торгові точки та інші, а також сфера послуг і громадського харчування.

3. Підприємства та ФОП, які торгують підакцизними товарами (у тому числі алкогольними напоями, в число яких входить з 2016 р. й пиво), незалежно від обороту: торгові точки, бари, ресторани з продажем пива, інших спиртних напоїв, сигарет, тощо. РРО потрібен для оформлення ліцензії.

4. Будь-які підприємства та ФОП, які торгують «технічно складними побутовими товарами», незалежно від обороту і організаційної форми: інтернет-магазини, магазини і торгові точки з продажу техніки, електроніки, у тому числі на ринках та ін.

5. Підприємства сфери послуг: медичні центри, стоматології, спортзали, хімчистки, салони краси, SPA, тощо.

6. Поштово-логістичні оператори, кур'єрські служби та інші, якщо вони приймають оплати готівкою і платіжною картою, а також якщо приймають гроші для подальшої передачі продавцю (післяплатою).

7. Термінали поповнення рахунку, вендингові автомати, водомати та інші програмно-технічні комплекси самообслуговування, які приймають готівкові оплати (крім банківських).

8. Пункти обміну валют, АЗС тощо

Дозволяється НЕ застосовувати РРО наступними категоріям:

1. Фізичним особам підприємцям (ФОП) – платникам єдиного податку 1-ї групи; а також 2-ї та 3-ї груп, якщо їх річний оборот не перевищує 1 млн. грн і вони не торгують «технічно складними побутовими товарами» та підакцизними товарами.

2. Банківським установам при проведенні банківських операціях (оскільки їх операції вже контролюються НБУ іншим способом).

3. Підприємствам, які ведуть розрахунки виключно в безготівковій формі (виписка рахунку з оплатою в касі банку на розрахунковий рахунок підприємства).

4. При продажу продукції власного виробництва (крім магазинів і громадського харчування) – за умови, що продаж проводиться через касу підприємства.

5. При торгівлі на ринках (крім продажу «технічно складних побутових товарів»).

6. При продажу проїзних квитків із заздалегідь надрукованою вартістю і серією.

7. При продажу квитків на культурно-спортивні та розважальні заходи.

8. Також в деяких інших випадках відповідно до ст. 9 Закону України «Про застосування РРО».

Якщо річний оборот ФОП перевищив 1 млн. грн, то підприємець повинен придбати, зареєструвати і з першого дня наступного кварталу почати використовувати РРО. Використання РРО триватиме весь термін роботи ФОП.

Список касових апаратів та фіскальних реєстраторів, дозволених до реєстрації та використання в Україні, міститься в Державному реєстрі РРО України. Підприємець може вибрати будь-яку модель з розділу I (доступні до первинної реєстрації). Вибір конкретної моделі залежить від бізнес-процесів, кількості покупців, облікової системи, тощо.

**Переваги спрощеної системи оподаткування:**

1. Простота нарахування єдиного податку.

Значне спрощення процедури обчислення об'єкта оподаткування для визначення сум єдиного податку. Згідно з п. 16 підрозділ 10 розділу XX «Перехідні положення» Податкового кодексу України для платників податків, які застосовують спрощену систему оподаткування, з 01.01.2014 р. запроваджується нова форма податкових перевірок – електронна перевірка.

2. Спрощене ведення обліку та відносна простота заповнення звітності.

3. Звільнення від сплати деяких податків та обов'язкових платежів.

Звільнення від сплати податків та зборів передбачених ст. 297 Податкового кодексу України (до них відносяться земельний податок, крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються для провадження господарської діяльності; збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності; збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства, податок на прибуток підприємств та ін.), що тягне за собою зменшення документів бухгалтерського обліку та документів, які потрібно подавати для звітності у відповідні органи.

4. Можливість бути платником ПДВ за власним бажанням.

**Недоліки спрощеної системи оподаткування:**

1. Обмеження по видах господарської діяльності.

2. Обмеження по отриманому доходу.

3. Обмеження які стосуються кількості найманих працівників.

4. Негативні нюанси роботи фізичних осіб підприємців з юридичними особами що перебувають на загальній системі оподаткування.

5. озмір податку для платників першої та другої групи не залежать від результатів діяльності.

Суб'єкти господарювання, які перебувають у 1 та 2 групі платників єдиного податку сплачують податок не залежно від результатів господарської діяльності, тобто навіть якщо у них за податковий період дохід дорівнює нулю.

6. Платники єдиного податку повинні здійснювати розрахунки за відвантажені товари (виконані роботи, надані послуги) виключно в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій) (291.6 статті 291 ПКУ). З чого можна зробити висновок, що, юридичні особи – платники – єдиного податку не мають права здійснювати бартерні опе-



рації, операції переведення боргу, переуступки права вимоги боргу, вексельні операції, тобто погашати заборгованість за відвантажені товари (виконані роботи, надані послуги) іншим способом ніж грошовим.

Доцільність переходу на спрощену систему залежить від ступеня рентабельності бізнесу, якщо у підприємства є високі прибутки, відсоток витрат у доході є невеликим, краще вибрати спрощену систему, якщо ж рентабельність діяльності не велика – краще перебувати на загальній системі оподаткування. Звичайно можуть бути ситуації, коли грошова сума, яку потрібно сплатити, як податки за загальної та спрощеною системою оподаткування приблизно однакові, чи на загальній системі дещо менші, тут потрібно підприємцю вибирати що більше його турбує: більші суми податку, але спрощена звітність чи менші податки, але загальна звітність?

Вищезазначена інформація лише ілюструє деякі переваги та мінуси перебування на спрощеній системі оподаткування в цілому. Для визначення, яку систему оподаткування доцільніше вибрати конкретному суб'єкту підприємницької діяльності потрібно володіти сукупністю всієї інформації про перелік господарських операцій, які здійснюються підприємством, кількість осіб, які знаходяться у трудових відносинах, обсягом доходу, рентабельністю платника податків та рядом іншої інформації на основі якої можна надати правову консультацію, щодо вибору системи оподаткування.

### **3.2. Загальна система оподаткування суб'єктів господарювання торговельного підприємства**

#### ***Загальна система оподаткування для фізичних осіб – підприємців***

При загальній системі оподаткування фізичних осіб – підприємців, доходом оподаткування вважається сукупний чистий дохід, тобто різниця між валовим доходом (виручкою в грошовій і натуральній формах) і документально підтвердженими витратами, безпосередньо пов'язаними з отриманням доходу у відповідному звітному періоді. Для достовірного визначення чистого доходу необхідно вести облік прибутків, отриманих впродовж року і витрат, безпосередньо пов'язаних з їх отриманням. Такий облік повинен вестися у формі книги обліку прибутків і витрат із затвердженої форми. Щоб витрати були зараховані при податкових перевірках, приватному підприємцеві обов'язково мати усі первинні документи, що підтвер-

джують.

Базові ставки податку доходів фізичних осіб – підприємців (ПДФО) передбачено на рівні 18% .

Безперечною перевагою при виборі загальної системи оподаткування для фізичних осіб – підприємців являється повна відсутність обмежень по видах діяльності, кількості найманих співробітників і розмірі доходу.

До *негативів* слід віднести обов'язкове використання реєстратора розрахункових операцій (РРО) при веденні готівкових розрахунків і 22% єдиного соціального внеску від щомісячного чистого доходу.

### ***Загальна система оподаткування для юридичних осіб***

Юридичні особи, що знаходяться на загальній системі оподаткування, платять податок на прибуток. З 01 січня 2014 року ставка податку на прибуток становить 18%.

Звітний період при загальній системі оподаткування у юридичних осіб складає квартал або рік.

Податок на прибуток сплачується на основі різниці між доходом підприємства і витратами, понесеними в звітному періоді. На витрати можна віднести тільки ті витрати, які мають документальне підтвердження. За відсутності документів, що підтверджують розмір витрат, ця сума зараховується в прибуток і з неї платиться податок.

### **Податок на додану вартість.**

Другим за значимістю є **податок на додану вартість (ПДВ)**. Його значущість визначається сумою вступу до бюджету і масовим охопленням суб'єктів підприємництва.

Розмір податку на додану вартість, згідно ПКУ має два варіанти. Його ставка може бути рівна 20% або 0%. По нульовій ставці оподатковуються операції по вивезенню товарів за межі митної території України, тобто на експорт.

### **Реєстрація осіб як платників податку на додану вартість.**

З 01.01.2015 року, якщо загальна сума від здійснення операцій з постачання товарів/послуг, протягом останніх 12 календарних місяців, що підлягають оподаткуванню, сукупно перевищує **1 000 000 гривень**, то такий підприємець повинен зареєструватися платником ПДВ.

Всі платники з 01 січня 2015 року повинні реєструвати податкові накладні (**ПН**) та подавати декларації тільки в електронному вигляді, що збільшить обсяг роботи.

Підприємства, які не є платниками ПДВ менш контролюються податковими органами. З боку оптимізації сплати податків на під-

приємстві, обсяг податкового навантаження зменшиться. В зв'язку з тим, якщо підприємство є платник ПДВ, то на підприємстві виконують операції, які не є об'єктом оподаткування ПДВ, що збільшує різницю сплати між податковим кредитом та зобов'язанням до бюджету.

### 3.3. Єдиний соціальний внесок

Суб'єкти господарювання, що є платниками єдиного податку, зобов'язані сплачувати єдиний внесок на соціальне страхування на загальних підставах відповідно до Закону України від 08.07.2010 р. № 2464-VI «Про збір і облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» (далі Закон про ЄСВ). Про єдиний соціальний внесок (ЄСВ) також вказано і в п. 307.2 ст. 307 ПКУ.

Порядок нарахування і сплати єдиного внеску залежить від того, хто саме являється платником юридична особа або ж фізична особа – підприємець. Але при цьому якщо фізична особа – підприємець є працедавцем, то для нього діють ті ж правила нарахування ЄСВ, що і для юридичної особи.

*Єдиний соціальний внесок (ЄСВ)* – обов'язкові відрахування на загальнодержавне соціальне страхування. ЄСВ сплачується підприємцем «за себе» та за кожного найманого робітника. Він є внеском у загальнодержавну систему соціального страхування з метою захисту у випадках, передбачених законодавством, прав застрахованих осіб на отримання страхових виплат. Єдиний соціальний внесок сплачується на рахунки органів доходів і зборів за місцем обліку підприємця.

Незалежно від обраного способу оподаткування юридичні і фізичні особи – працедавці, що використовують працю найнятих робітників на умовах трудового договору (контракту) або на інших умовах, передбачених законодавством, вважаються страхувальниками в системі загальнообов'язкового державного соціального страхування (п. 10 частин першої ст. 1 Закону про ЄСВ).

**Фізичні особи – підприємці на спрощеній системі оподаткування.**

Платниками єдиного внеску відповідно до пунктів 4 та 5 частин першої статті 4 Закону № 2464 є фізичні особи – підприємці, у тому числі ті, які обрали спрощену систему оподаткування, та особи, які провадять незалежну професійну діяльність.

Єдиний внесок для фізичних осіб-підприємців, які обрали спрощену систему оподаткування, нараховується на суми, що визначаються такими платниками самостійно для себе, але не більше максимальної величини бази нарахування ЄСВ. При цьому сума єдиного внеску не може бути меншою за розмір мінімального страхового внеску.

Фізичні особи – підприємці, які обрали спрощену систему оподаткування, та віднесені до першої групи платників єдиного податку, мають право сплачувати єдиний внесок у сумі не менше за 0,5 мінімального страхового внеску із зарахуванням відповідних періодів здійснення підприємницької діяльності до страхового стажу.

**Єдиний соціальний внесок для підприємців на загальній системі оподаткування.**

База нарахування ЄСВ для платників, зазначених у пунктах 4 (крім фізичних осіб – підприємців, які обрали спрощену систему оподаткування) та 5 частини першої статті 4 Закону № 2464 – сума доходу (прибутку), отриманого від їх діяльності, що підлягає обкладенню податком на доходи фізичних осіб. При цьому сума єдиного внеску не може бути меншою за розмір мінімального страхового внеску на місяць.

#### **Величина ЄСВ.**

Мінімальний страховий внесок – це сума єдиного внеску, що визначається розрахунково як добуток мінімального розміру заробітної плати на розмір внеску, встановлений законом на місяць, за який нараховується заробітна плата (дохід), та підлягає сплаті щомісяця.

Максимальна величина бази нарахування єдиного соціального внеску – це максимальна сума доходу застрахованої особи на місяць, що дорівнює 25 розмірам прожиткового мінімуму для працездатних осіб, встановленого законом, на яку нараховується єдиний соціальний внесок.

Єдиний внесок для всіх платників єдиного соціального внеску (крім пільгових категорій) встановлено у розмірі **22%**.

#### **Звільнення від сплати єдиного внеску.**

Фізичні особи – підприємці, які обрали спрощену систему оподаткування, та фізичні особи – підприємці, які перебувають на загальній системі оподаткування, звільняються від сплати за себе єдиного внеску, якщо вони є пенсіонерами за віком або інвалідами та отримують відповідно до закону пенсію або соціальну допомогу.

Зазначена норма не застосовується до осіб, які провадять незалежну професійну діяльність.

**Терміни сплати єдиного соціального внеску.**

Терміни сплати єдиного соціального внеску для фізичних осіб – підприємців, у тому числі тих, які обрали спрощену систему оподаткування, та осіб, які провадять незалежну професійну діяльність, зобов'язані сплачувати єдиний внесок, нарахований за календарний квартал, до 20 числа місяця, що настає за кварталом, за який сплачується єдиний внесок.

Фізичні особи – підприємці, які застосовують загальну систему оподаткування, зобов'язані сплачувати єдиний внесок, нарахований за календарний рік, до 10 лютого наступного року.

Особи, які провадять незалежну професійну діяльність, зобов'язані сплачувати єдиний внесок, нарахований за календарний рік, до 1 травня наступного року.

**3.4. Особливості вибору системи оподаткування**

Правильний вибір системи оподаткування є запорукою успішного ведення бізнесу. Розумний і зважений підхід в цьому питанні дає переваги перед конкурентами, які діють необдуманно. Діючий Податковий Кодекс України дає підприємцеві можливість самостійного вибору тієї або іншої системи оподаткування.

Кому вигідно знаходитися на загальній системі оподаткування?

На загальній системі вигідно знаходиться знову створеному підприємству, яке доки не веде інтенсивної діяльності, не прогнозує великих сум реалізації, але має постійні витрати, такі як: оренда приміщень, заробітна плата, реклама, адміністративні витрати та ін. В даному випадку сплата податку на прибуток з фактичного фінансового результату буде вигіднішою, ніж сплата податку у вигляді фіксованого відсотка від отриманих грошових коштів.

Кому вигідно бути на спрощеній системі?

Передусім, принадною спрощена система буде для галузі послуг, а також для тих сфер діяльності, в яких небагато витрат. Не останній чинник у виборі – також відсутність обов'язку реєстрації платником ПДВ.

Окремі вигоди спрощеної системи передбачені для підприємств, що здійснюють посередницьку діяльність. Зокрема, доходом платника єдиного податку, який працює по договорах доручення, агентських і транспортної експедиції, буде його агентська (посередницька) винагорода.

Для підприємств сфери торгівлі спрощена система в більшості випадків буде невдалим вибором, оскільки сума єдиного податку

---

сплачується із загального обсягу виручки, не враховуються витрати у вигляді собівартості товарів.

Крім того, підприємці, що обрали спрощену систему оподаткування, повинні уважно підходити до вибору груп. А для цього треба взяти до уваги розмір очікуваного доходу і кількість найнятих робітників, необхідну для успішного ведення підприємницької діяльності.

Можна сформулювати наступний висновок: перед початком підприємницької діяльності і вибором системи оподаткування суб'єктам господарювання необхідно ретельно проаналізувати плановані види діяльності і прорахувати розмір планованого доходу.

### **Питання для самоперевірки**

1. Охарактеризуйте системи оподаткування в Україні для господарюючих суб'єктів торговельного підприємництва.
2. У чому суть спрощеної системи оподаткування?
3. Чи може юридична особа або фізична особа – підприємець самостійно обрати спрощену систему оподаткування?
4. На які групи і за якою ознакою діляться платники єдиного податку?
5. Перерахуйте види діяльності, які не можуть функціонувати на єдиному податку.
6. Які переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування?
7. Суб'єкти господарювання якої групи спрощеної системи оподаткування можуть працювати без РРО?
8. Як розрахувати дохід оподаткування для фізичних осіб – підприємців, що функціонують на загальній системі оподаткування?
9. Охарактеризуйте переваги при виборі загальної системи оподаткування для фізичних осіб.
10. Охарактеризуйте недоліки при виборі загальної системи оподаткування для фізичних осіб.
11. Який податок і яка ставка податку, який сплачують юридичні особи, що знаходяться на загальній системі оподаткування?
12. У чому значимість податку на додану вартість?
13. Який розмір ПДВ?
14. Дайте визначення єдиного соціального внеску ЄСВ.
15. Який розмір мінімального ЄСВ?
16. Які переваги отримує ФОП, добровільно збільшивши розмір ставки ЄСВ?
17. Кому вигідно знаходитися на загальній системі оподаткування?

## Тема 4

# ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПЛАНУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

### *Питання для теоретичної підготовки*

- 4.1. Технологія організації торговельного підприємництва
- 4.2. Планування торговельного підприємництва

### **4.1. Технологія організації торговельного підприємництва**

Реєстрація суб'єктів торговельного підприємництва являє собою стандартну процедуру внесення до Єдиного державного реєстру підприємств і організацій України згідно з вимогами чинного законодавства. Реєстрація нового суб'єкта розпочинається із заснування з урахуванням організаційно-правової форми юридичної або фізичної особи. Для цього засновники (учасники) юридичної особи розробляють і погоджують установчі документи, в яких указують організаційну форму, структуру, відносини власності, права й обов'язки, взаємовідносини учасників тощо. Заснування підприємства на засадах фізичної особи має спрощений порядок, не потребує погодження установчих документів і проводиться на підставі заяви підприємця.

На підставі установчих документів засновники юридичної особи або фізична особа (підприємець) звертаються до вповноваженого місцевого органу влади (реєстраційної палати, відділу соціально-економічного розвитку тощо) із заявою про реєстрацію як суб'єкта господарювання. До заяви додаються також довідки і дозволи з місцевих органів: податкової адміністрації (інспекції) – про реєстрацію як платника податків; статистики – про присвоєння кодів статистичного обліку; установи банку – про відкриття рахунків і відсутність валютних коштів та майна за кордоном; поліції – про реєстрацію печаток; фондів, що мають директивну силу і т. п.

Уповноважений реєстраційний орган у встановлені законодавством строки повинен здійснити внесення новостворюваного торговця до державного реєстру і видати йому свідоцтво про державну реєстрацію, а в противному разі – надати вмотивовану відмову.

Паралельно із проведенням реєстрації власники суб'єкта вживають організаційних заходів щодо створення матеріально-технічної бази, за допомогою якої, власне, і здійснюватиметься основний процес продажу. З цією метою ними будується, реконструюється або

влаштовується пункт реалізації – магазин, дрібно-роздрібна одиниця або засіб пересувної (розносної) торгівлі.

Для введення в дію крамниці будь-якого типу власники повинні зареєструвати її в місцевому органі виконавчої влади, що відає питаннями торговельного обслуговування, погодити режим роботи даного закладу торгівлі, а також одержати, за потреби, дозволи і ліцензії встановленого зразка на зайняття певними видами торговельної діяльності (торгівля ліками, зброєю тощо) або здійснення реалізації окремих товарних груп (тютюнові, алкогольні вироби).

Місце розташування, режим роботи, зовнішнє оформлення дрібно-роздрібних пунктів продажу за межами організованих місць торгівлі (ринків, торговельних майданчиків), як і засобів пересувної торгівлі, також потребують погодження з місцевими виконавчими органами влади, а на підприємствах ринків – з їх адміністрацією.

### **4.2. Планування торговельного підприємства**

Наявність концепції власної справи ставить перед підприємцем різні питання, але вони можуть бути вирішені тільки за допомогою планування подальшої діяльності.

Стадія планування розбивається на два етапи: підготовчий і основний. На підготовчому етапі підприємець:

- збирає і аналізує маркетингову, виробничу і фінансову інформацію, що має відношення до його бізнесу;
- визначає місію своєї фірми, тобто основне призначення, специфічну роль, особливий шлях, що відрізняє її від конкурентів;
- оцінює сильні і слабкі сторони;
- визначає конкретні цілі діяльності фірми;
- аналізує стратегічні альтернативи і обирає стратегію.

Основний етап планування – це процес написання бізнес-плану. Головна мета цього етапу – довести економічну доцільність створення даного бізнесу. Сформульовані на попередньому етапі місія, цілі та стратегія створюють каркас бізнес-плану, тобто ідеї. Шляхи і способи її реалізації та охарактеризовані ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти обґрунтовують доцільність подальших перспектив.

Обрані види перспективної діяльності повинні сприяти:

- високому рівню рентабельності;
- швидкої окупності;
- можливості продажу продукції в максимальному обсязі;



- сприятливим умовам матеріально-технічного забезпечення;
- невисокому рівню капіталомісткості;
- невеликому ризику;
- мобільності (здатності до швидких змін).

Л.А. Гончар пропонує розробку поетапного комплексного плану економічного та соціального розвитку торговельного підприємства. Він складається з наступних взаємопов'язаних розділів:

1. План товарообороту підприємства. Це центральний розділ плану, який складає основу для розробки багатьох інших планових показників. В ньому згідно з розробленою стратегією діяльності встановлюються планові завдання з обсягу товарообороту підприємства та його структурних підрозділів, визначається склад товарообороту за формами реалізації товарів та послуг, асортиментна структура товарообороту.

2. План формування товарних запасів. Цей розділ плану розробляється на основі плану товарообороту підприємства, він визначає розмір та рівень (в днях обороту) товарних запасів, необхідних підприємству для здійснення безперебійної реалізації товарів (в цілому по підприємству та по окремих групах товарів).

3. План товарного забезпечення обороту (закупівлі товарів). В цьому розділі плану визначається загальний обсяг та асортиментна структура закупівлі товарних ресурсів, необхідних для забезпечення виконання позапланованого обсягу товарообороту та формування необхідних товарних запасів. Плановий обсяг закупок диференціюється по окремих постачальниках, строках, формах проведення закупівель. В окремому підрозділі визначаються планові графіки надходження товарів на склади торговельного підприємства та розміщення товарних ресурсів по окремих складах (місцях зберігання).

4. План з праці. Цей розділ плану об'єднує планові розрахунки, пов'язані з визначенням потреби підприємства в персоналі в цілому та за окремими категоріями; плануванням підготовки, підвищення кваліфікації та підбору кадрів; обґрунтуванням форм та систем оплати праці, формуванням штатного розкладу, розрахунком окладів, ставок, розцінок; розробкою загального кошторису фонду заробітної платні та фонду споживання підприємства.

В даний розділ плану включають заходи з підвищення продуктивності праці робітників підприємства,

5. План формування та розвитку матеріально-технічної бази підприємства. В цьому розділі плану узагальнюються розрахунки,

пов'язані з визначенням необхідного обсягу та складу основних фондів підприємства; розробки заходів з розширення та реконструкції підприємства, вводу в дію нових основних фондів (проекти реальних інвестицій), а також визначаються напрямки та характер використання тимчасово вільних торгових та складських приміщень підприємства, інших основних фондів, узагальнюються заходи щодо підвищення ефективності використання наявної матеріально-технічної бази підприємства.

Якщо частково основні фонди підприємства формуються на орендній (лізинговій) основі, то в якості окремих підрозділів плану розробляються плани здійснення орендних (лізингових) операцій, визначаються терміни отримання обладнання або площ.

6. План (кошторис) поточних витрат підприємства. Даний розділ плану розробляється за окремими видами діяльності та об'єднує планові розрахунки з обґрунтування норм окремих видів витрат, їх загального обсягу в цілому по підприємству та по окремих структурних підрозділах (центрах відповідальності щодо витрат). Особлива увага в ході розробки цього розділу плану приділяється обґрунтуванню планової величини та складу витрат обігу торговельного підприємства щодо реалізації товарів та послуг.

7. План доходів підприємства. Розробка цього розділу плану дозволяє визначити загальний обсяг, структуру та строки отримання доходів за окремими видами діяльності підприємства, джерела отримання доходів; обґрунтувати стратегію формування рівня торгових надбавок за окремими видами товарів або товарними комплексами.

8. План отримання та використання прибутку. Цей розділ плану розробляється на основі двох попередніх розділів. Включає в себе план отримання прибутку в цілому та за видами його діяльності, а також план розподілу прибутку за окремими напрямками його використання. Інформація даного розділу плану дозволяє оцінити рівень рентабельності діяльності підприємства, а також обсяг прибутку, що залишається в його розпорядженні для рішення завдань, які стоять перед підприємством щодо виробничого та соціального розвитку.

9. Фінансовий план підприємства. Цей розділ об'єднує: план утворення та використання фінансових ресурсів підприємства, план руху грошових коштів підприємства, план притягнення позикових джерел фінансування, балансовий план.

План утворення та використання фінансових ресурсів узагальнює обсяги та строки отримання власних і позикових фінансових

ресурсів, визначає обсяги фінансування окремих видів діяльності та заходів, що здійснюються для розвитку підприємства.

План руху грошових коштів розробляється з метою контролю за станом поточної платоспроможності підприємства. Він узагальнює планові показники та строки надходження та витрати грошових коштів; визначає достатність резерву грошових коштів (їх залишку на розрахунковому рахунку) для фінансування діяльності підприємства в разі коливання обсягів надходження грошей, здійснення непередбачених витрат.

План залучення позикових джерел фінансування визначає обсяги, строки та форму отримання позикових ресурсів. Являється основою для визначення ціни позикового капіталу та розробки графіка платежів з обслуговування зовнішніх зобов'язань.

Балансовий план узагальнює проведені вище розрахунки та оцінює розміри, склад, структуру активів (майна) та пасивів (джерел коштів) на кінець планового періоду. Дозволяє оцінити фінансову стійкість підприємства, рентабельність майна власного капіталу, ділову активність (обіговість коштів) торговельного підприємства на плановий період.

10. План соціального розвитку колективу. В ньому узагальнюються намічені заходи щодо удосконалення соціально-демографічної структури колективу, покращення умов та охорони праці, удосконалення медичного обслуговування та житлових умов, фінансування соціальних програм.

Обґрунтування та розрахунок показників плану господарсько-фінансової діяльності підприємства здійснюється шляхом використання різних методів планування: програмно-цільового, балансового, економіко-статистичного, факторно-аналітичного, методу техніко-економічних розрахунків, економіко-математичних та евристичні методів.

### **Питання для самоперевірки**

1. Обґрунтуйте технологію організації торговельного підприємництва.
2. Який крок є важливим для організації торговельного підприємництва? Доведіть це за допомогою законодавчих положень.
3. Які організаційні заходи не є обов'язковими при створенні підприємницької діяльності у сфері торгівлі?

4. Які дії підприємців потребують погодження з місцевими виконавчими органами влади, а які – з адміністрацією ринків?
5. Що необхідно знати власнику при введенні в дію крамниці будь-якого типу? Які дозволи та ліцензії потрібно отримати в даному випадку?
6. Охарактеризуйте етапи планування торгівельної підприємницької діяльності.
7. Доведіть, що прибуток не може вважатися показником підприємницького успіху.
8. Обґрунтуйте доцільність впровадження поетапного комплексного плану економічного та соціального розвитку торговельного підприємства.
9. Які методи планування підприємницької діяльності вам відомі? Як їх доречно застосовувати в торговельному підприємстві?

## Тема 5

### ОБЛІК У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

#### *Питання для теоретичної підготовки*

- 5.1. Документальне оформлення надходження та реалізації товарів
- 5.2. Ціни та ціноутворення на товари в торгівлі
- 5.3. Товарообіг торговельного підприємства

#### **5.1. Документальне оформлення надходження та реалізації товарів**

Організація обліку у торговельному підприємстві базується на чіткій системі бухгалтерського обліку, контролю та звітності. Як правило виділяють наступні *етапи обліку*:

- 1) первинний, що фіксується в документах;
- 2) поточний (аналітичний і синтетичний), який фіксується в облікових регістрах;
- 3) зведений / узагальнюючий (синтетичний) облік та звітність.

На підприємства торгівлі товари можуть надходити від постачальників, оптових баз, шляхом закупівлі у населення тощо. Аналітичний облік розрахунків ведеться з кожним окремим постачальником у розрізі конкретного документу (рахунку) на оплату. Синтетичний облік з постачальниками ведеться в журналі по кредиту рахунку 63 «Розрахунки з постачальниками і підрядниками».

Підставою для оприбуткування товарів є первинні *документи*: накладні, товарно-транспортні накладні, вантажні митні декларації, закупівельні акти та ін.

Для документального оформлення руху товарів на підприємства роздрібно торгівлі використовують супровідні документи (табл. 5.1.).

Останнім часом поширена практика переміщення товарів з одного роздрібного підприємства на інше (наприклад, при неправильному формуванні асортименту і надходженні товарів, що не користуються попитом в даному населеному пункті, надлишковому обсязі закуплених товарів тощо). Така операція проводиться на підставі письмового розпорядження керівника і оформлюється накладною. Накладні виписуються в двох примірниках, один з яких передається представнику підприємства-покупця, а другий – залишається на складі торговельного підприємства і є підставою для списання товару з підзвіту матеріально відповідальної особи.

Таблиця 5.1

## Супровідні документи з обліку товарів в роздрібній торгівлі

Назва господарської операції	Наклад-на	Сертифікат відповідності (якості)	Податкова наклад-на *	Товарний звіт	Господарський договір	Заява	Акт інвентризації	Чек, розрахункова квитанція	Накладна на внутрішнє переміщення
Придбання товарів на умовах розрахунку або обміну	+	+	+	+	+			+	
Безкоштовне отримання	+	+	+		+				
Вибуття товарів на умовах розрахунку або обміну	+	+	+		+				
Отримання як внесок до статутного капіталу	+	+	+		+				
Оприбуткування лишків	+	+				+		+	
Безоплатна передача							+		
Вибуття внаслідок крадіжок, псування		+	+		+				+
Передача товару до відділів підприємства для реалізації									+

\* якщо підприємство зареєстроване як платник ПДВ

Оплата товарів проводиться в безготівковому порядку шляхом оформлення платіжного доручення на підставі виставленого рахунку, або готівкою через касу торгівельного підприємства.

Відповідно до П(С)БО 9 «Запаси» до первісної вартості товарів відносяться такі витрати:

- суми, сплачені постачальнику товару згідно з угодою або контрактом;
- суми ввізного мита;
- суми непрямих податків, які не відшкодовуються підприємству;
- витрати на заготівлю, транспортування товарів, вантажно-розвантажувальні роботи, включаючи витрати на страхування та відсотки за комерційний кредит постачальників;
- інші витрати, які безпосередньо пов'язані з придбанням товарів.

*Транспортні витрати торгівельного підприємства* включають: вартість транспортних послуг за доставку товару сторонніми організаціями; витрати підприємства на доставку товару власними силами (власним або орендованим транспортом). Ці витрати в свою чергу включають витрати, безпосередньо пов'язані з транспортуванням, а саме: вартість бензину в кількості, необхідній для подолання відстані транспортного засобу від підприємства-покупця до підприємства-продавця і назад; вартість інших матеріалів, необхідних для руху транспортного засобу; інші витрати, понесені підприємством для забезпечення нормальної роботи транспортного засобу під час поїздки за товаром; витрати, пов'язані з виплатою компенсації витрат водія під час поїздки за товаром. До таких витрат відносяться витрати на оплату відрядження водія, безпосередньо пов'язані з доставкою товару; інші витрати, пов'язані з доставкою товару: витрати експедитора, відрядженого за товаром, що включаються до складу витрат на відрядження відповідно до законодавства.

*Торгова націнка* в роздрібній торгівлі включає:

- суму адміністративних, загальновиробничих, інших операційних та інших витрат;
- норму прибутку, який підприємство очікує отримати від реалізації товару.

***Торгові надбавки*** – це частина вартості товару, призначена для покриття витрат підприємства, отримання прибутку та сплати податків. Рівень торгових надбавок (націнок) визначається продавцем самостійно, виходячи з розмірів витрат підприємства та рівня рентабельності.

*Торгова надбавка* в роздрібній торгівлі містить:

- суму торгової націнки;
- суму ПДВ, розраховану з суми торгової націнки.

Для обліку руху товарів та їх залишків на підприємстві використовується рахунок 28 «Товари», що має такі субрахунки: 281 «Товари на складі»; 282 «Товари в торгівлі»; 283 «Товари на комісії»; 284 «Тара під товарами»; 285 «Торгова націнка»; 289 «Транспортно-заготівельні витрати».

Документальне оформлення продажу товарів в роздрібній торгівлі узагальнено в таблиці 5.2.

У випадку, коли сума виручки проходить через головні каси магазинів, вона відображається в прибутковій частині звіту касира головної каси на основі прибуткових касових ордерів. Сума реалізованих товарів відображається в видатковій частині товарного звіту на основі квитанції до прибуткових касових ордерів. Ці суми повинні бути тотожними.

В бухгалтерському обліку роздрібною підприємства відображення реалізації товарів відбувається при надходженні готівки в головну касу підприємства. Якщо в магазині головної каси немає, то відображення моменту реалізації на рахунках бухгалтерського обліку здійснюється при здачі виручки до банку, відділення зв'язку або касу перерахунку банку (у великих магазинах, де є інкасаторські пункти).

Особливості відображення операцій в роздрібній торгівлі зумовлюються ще й тим, що більшість таких підприємств ведуть облік товарів за методом ціни продаж. В цьому випадку при реалізації товарів відображається лише їх продажна вартість та ПДВ, а їх первісна вартість списується в кінці звітної періоду, після списання реалізованої торгової надбавки.

**Реалізована торгова надбавка** визначається наступним чином.

1. Визначення відсотку реалізованої торгової надбавки ( $T_{НБ}$ ):

$$T_{НБ} = \frac{\Sigma T_{НБn} + \Sigma T_{НБm}}{B_{зТn} + BТm}, \quad (5.1)$$

де  $\Sigma T_{НБn}$  – сума торгової надбавки залишку товарів на початок звітної періоду ( $n$ );

$\Sigma T_{НБm}$  – сума торгової надбавки, нарахованої в звітному періоді ( $m$ );

$B_{зТn}$  – вартість залишку товарів на початок звітної періоду ( $n$ ) в продажних цінах;



Таблиця 5.2

## Документальне оформлення реалізації товарів в роздрібній торгівлі

№ з/п	Назва господарської операції	Фіскальний (касовий) чек на товари (послуги) ФКУ-1	Розрахункова квитанція РК-1	Карт-чек	Примітка: Прибутковий касовий ордер	Акт про зняття готівки	Супровідна відомість	Довідка касира-операціоніста про денну виручку
1	Продаж за готівку з використанням РРО	+						
2	Продаж за готівку без використання РРО		+					
3	Продаж за БПК			+				
4	Здача виручки з операційної каси підприємства до головної				+			+
5	Здача виручки з операційної каси безпосередньо інкасатору						+	
6	Реалізація через автомати				+	+		

$V_{зТm}$  – вартість товарів, що надійшли за звітний період ( $m$ ) в продажних цінах.

2. Визначення суми реалізованої торгової надбавки ( $\Sigma PT_{НБ}$ ):

$$\Sigma PT_{НБ} = ПВТ_m \times T_{НБ}, \quad (5.2)$$

де  $ПВТ_m$  – продажна вартість товарів, реалізованих за звітний період ( $m$ )

*Первісна вартість реалізованих товарів* визначається як різниця між їх продажною вартістю та сумою реалізованої торгової надбавки.

Як правило, на практиці витрати підприємства, пов'язані з придбанням товарів, складаються із сум, сплачених постачальником і транспортно-заготівельними витратами (ТЗВ). У підприємств, що ведуть облік ТЗВ на окремому субрахунку, собівартість реалізованих товарів дорівнює сумі ТЗВ, що припадає на реалізовані товари, згідно з рахунком і собівартістю реалізованих товарів без ТЗВ, визначеної як різниця між продажною вартістю товарів і розрахунковою сумою торгової надбавки на реалізовані товари. Підприємствами роздрібною торгівлі сума ТЗВ включається до рахунку 282 «Товари в торгівлі».

Типові операції та кореспонденцію рахунків з обліку на підприємствах роздрібною торгівлі відображено в таблиці 5.3.

Всі витрати, що виникають в роздрібному підприємстві, відносяться безпосередньо до процесу реалізації і включаються до складу витрат на збут.

Підставою для надання торгових знижок, їх розміру й організації торгового процесу, а також обґрунтуванням для відображення в обліку роздрібних цін у межах наданої торгової знижки є положення або наказ суб'єкта господарювання.

## **5.2. Ціни та ціноутворення на товари в торгівлі**

В умовах, коли підприємства можуть вільно купувати і продавати товари на внутрішньому і зовнішньому ринку, передумовою забезпечення успішного бізнесу є забезпечення правильності формування цін. ***Ціна визначається як грошовий вираз вартості товару, послуги.***

Види цін проілюстровані на рисунку 5.1.

***Роздрібні ціни на товари народного споживання – це ціни на товари невиробничого споживання, за якими їх продають незалежно від форми розрахунків безпосередньо громадянам та***

**Типові операції та кореспонденція рахунків з обліку на підприємствах роздрібно торгівлі**

№ з/п	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Д-т	К-т
1	Відображено виручку від реалізації товарів	301	702
2	Нараховано ПДВ на виручку від реалізації	702	641
3	Списано реалізовану торгову надбавку	282	285
4	Списано собівартість реалізованого товару (якщо ТЗВ включаються в рахунок 282)	902	282
5	Списано собівартість реалізованого товару (якщо ТЗВ обліковується на окремому рахунку): в частині купівельної вартості в частині ТЗВ	902	282
		902	289
6	Відображено у складі фінансових результатів собівартість реалізованих товарів	791	902

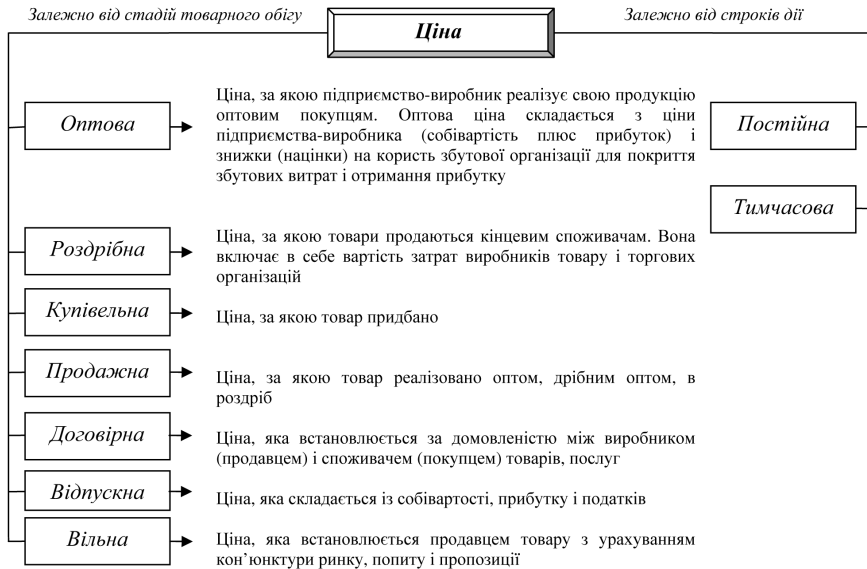


Рис. 5.1. Види цін та їх характеристика

**іншим кінцевим споживачам для їх власного некомерційного використання.**

Договірні ціни можуть бути твердими (фіксованими), змінними або цінами з наступною фіксацією. За умови твердої ціни в договорі фіксується конкретна сума, яка не змінюється і повинна бути врахована при оплаті. В умовах інфляції фіксована ціна вигідна, передусім, покупцю. Продавець, погодившись на фіксовану ціну, може опинитися в невідповідних умовах, адже за період між моментом укладення угоди і початком її виконання фактична ціна може суттєво збільшитися. Ціни з наступною фіксацією в договорі не зазначаються. У такому випадку фіксуються способи її визначення і відповідні джерела, на які будуть орієнтуватися сторони на моментом оплати. На даний період законодавством про ціни та ціноутворення встановлені вільні ціни, а також державні фіксовані та регульовані.

Державне регулювання цін і тарифів передбачено тільки на окремі види товарів, які вказані в спеціальному переліку, розробленому Кабінету Міністрів України «Про ціноутворення в умовах реформування економіки».

Крім вільних цін на деякі товари встановлюються:

- фіксовані ціни, тобто ціни незмінні у визначеному періоді часу;
- регульовані ціни, тобто ціни які можуть змінюватися відносно базового рівня у відповідності з порядком, встановленим державними органами. Для роздрібно-торгової мережі це може бути встановлення максимального рівня цін або торгової націнки.

В Україні передбачені наступні види цін:

- вільна відпускна ціна промислового (виробничого) підприємства;
- вільна відпускна ціна оптового підприємства;
- вільна роздрібна ціна на товари, які реалізуються населенню.

Дотримання порядку ціноутворення на товари і послуги є важливою умовою правильної організації бухгалтерського і податкового обліку товарних, розрахункових та інших операцій.

Вільні роздрібні ціни, залежно від джерел надходження товару, формуються на підставі та з урахуванням:

- ціни виробника продукції;
- ціни оптового торговельного підприємства;
- ціни закупки (купівельної);
- митної вартості імпортованого товару (з урахуванням митного збору);

- сум ввізного мита;
- сум непрямих податків у зв'язку із придбанням товарів, які не відшкодовуються підприємству, акцизного збору, суми ПДВ, якщо покупець не є платником ПДВ, або здійснює одночасно оподатковувані і неоподатковувані цим податком операції;
- витрат на заготівлю, вантажно-розвантажувальні роботи, транспортування товарів до місця їх використання, враховуючи витрати по страхуванню ризиків транспортування;
- інших витрат, які безпосередньо пов'язані з придбанням товарів (прямих матеріальних витрат, прямих витрат на оплату праці тощо);
- торгових надбавок (що включають і податок на додану вартість).

При формуванні роздрібної ціни на окремі товари додатково включаються законодавчо встановлені збори.

Структуру вільних цін можна показати у вигляді наступної схеми, що наведена на рисунку 5.2.

**Складові ціни оптового та роздрібного підприємства торгівлі** можна відобразити у вигляді наступних формул:

$$U_{om} = [U_{відп} - (B_o - P_p)] - ПДВ, \quad (5.3)$$

де  $U_{om}$  – відпускна ціна товару підприємства оптової торгівлі, грн.;

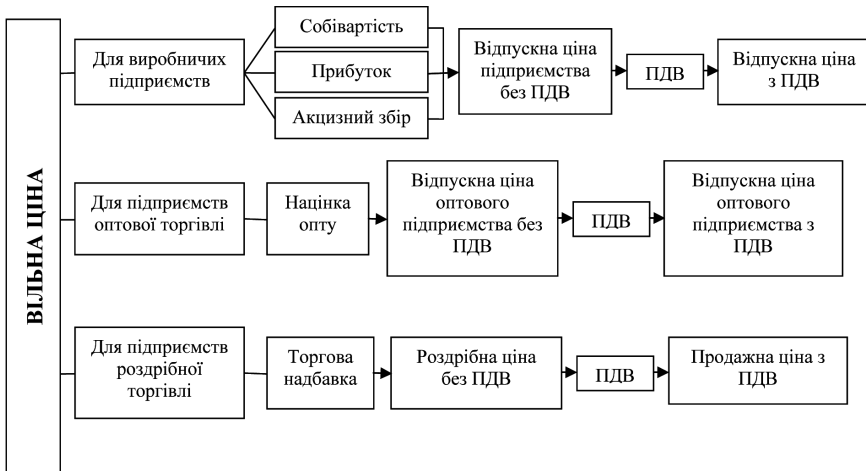


Рис. 5.2. Структура вільних цін

$Y_{відп}$  – відпускна ціна продукції виробничого підприємства, грн.;  
 $B_o$  – витрати обігу оптового підприємства в розрахунку на одиницю товару, грн.;

$P_p$  – прибуток від реалізації одиниці товару, грн.

$$Y_{роздр} = [Y_{от} - (B_{op} - P_{pp})] - ПДВ, \quad (5.4)$$

де  $Y_{роздр}$  – відпускна ціна товару підприємства роздрібною торгівлі, грн.;

$Y_{от}$  – відпускна ціна товару підприємства оптової торгівлі, грн.;

$B_{op}$  – витрати обігу роздрібного підприємства в розрахунку на одиницю товару, грн.;

$P_{pp}$  – прибуток від реалізації одиниці товару, який очікує отримати роздрібне підприємство, грн.

Роздрібні ціни можуть підвищуватися за рахунок встановлення додаткової націнки, що діє в нічний час роботи підприємства. Підставою для її встановлення є розрахунок націнки, в якому будуть враховані додаткові витрати, а також наказ керівника торговельного підприємства, в якому зазначається найменування груп товарів (або весь асортимент), до яких застосовуються додаткові націнки; розмір встановленої додаткової націнки; час доби, протягом якого діє встановлена додаткова націнка; відповідального працівника підприємства, на якого покладаються обов'язки з виконання цього наказу; інші вказівки.

З наказом повинні бути ознайомлені працівники підприємства, які будуть здійснювати продаж і розрахунки за проданий товар у нічний час, і головний бухгалтер, який повинен забезпечити відображення операцій з продажу товарів з додатковою націнкою в бухгалтерському і податковому обліку.

Для того, щоб уникнути будь-яких претензій покупців або контролюючих органів, один примірник наказу, завірений підписом керівника підприємства, повинен бути безпосередньо на торговельній точці (наприклад, у касира-операціоніста або у старшого продавця).

Обов'язковою умовою застосування додаткової націнки є доведення відомостей про це до покупців за допомогою оголошень, розміщених у доступних місцях у приміщенні торговельного підприємства, а також у вітринах або поряд із табличкою про режим роботи торговельного підприємства.

Правильно сформована ціна – це основа для отримання прибутку підприємства, однак тільки правильна політика застосування цін

дасть можливість реалізувати товар за такими цінами і дійсно цей прибуток отримати. А для цього необхідно управляти цінами з урахуванням попиту та пропозиції на споживчому ринку товарів. Важелими управління цін можуть бути: переоцінка товарів (дооцінка та уцінка) та застосування системи знижок і додаткових націнок.

Поряд з необхідністю покриття операційних витрат і отримання прибутку в торгівлі найчастіше необхідно враховувати і строки реалізації товарів. За більшістю продовольчих товарів вони офіційно встановлені, за іншими – визначається економічною доцільністю продажу.

Методика обліку строку реалізації в ціні товару заснована на використанні двох показників:

- питомої ваги реалізованої частини товару ( $T$ , %);
- питомої ваги періоду, за який реалізована частина товару ( $t$ , %):

$$T = (T_p \div T_s) \times 100\% , \quad (5.5)$$

де  $T_p$  – загальна вартість реалізованого товару;

$T_s$  – загальна вартість закупленого товару.

$$t = (t_p \div t_n) \times 100\% , \quad (5.6)$$

де  $t_p$  – строк, за який реалізована частина товару;

$t_n$  – граничний строк зберігання (ефективної реалізації) даної партії товару.

Розрахувавши наведені показники, можна зробити наступні висновки, у випадку, якщо:

$T > t$  – товари можуть бути реалізовані за первісною вартістю до закінчення строку придатності (строку рентабельності реалізації); значне перевищення  $T$  над  $t$  говорить про можливість підвищення ціни;

$T = t$  – реалізація товару проводиться пропорційно строку придатності (рентабельності реалізації). В такому випадку необхідний контроль за стабільністю реалізації;

$T < t$  – товар не буде реалізований в межах строку придатності (рентабельності реалізації). Для попередження фінансових втрат необхідно зменшити ціну.

### 5.3. Товарообіг торговельного підприємства

Одним з основних економічних показників господарської діяльності торговельного підприємства є **товарообіг** – процес обміну товару на гроші. Торговельне підприємство за гроші передає товар у власність іншій юридичній або фізичній особі. Товарообіг характеризує процес руху товарів через акти купівлі-продажу. Як економічна категорія товарообіг характеризується наявністю одночасно *двох ознак*: товару як об'єкта продажу та продажу як форми руху товару від виробника до споживача.

До показників, що характеризують товарообіг торговельного підприємства, відносяться:

- обсяг товарообігу у вартісному виразі за поточними цінами;
- обсяг товарообігу у вартісному виразі за порівняльними цінами;
- асортиментна структура товарообігу за окремими групами товарів (грн., відсотки);
- односторонній обсяг товарообігу (грн.);
- обсяг товарообігу з розрахунку на одного працівника, в тому числі працівника торгової групи;
- обсяг товарообігу на загальній площі, в тому числі торгової площі;
- час обігу товарів (дні обороту);
- швидкість товарообігу (кількість оборотів).

Товарообіг торговельного підприємства можна розглядати в якості:

- результату діяльності підприємства торгівлі, його економічного ефекту;
- показника товарного споживання населення (в соціально-економічному аспекті); одного з показників рівня життя (за класифікацією ООН).

Показники товарообігу мають кількісну і якісну характеристики. Кількісна характеристика товарообігу – обсяг реалізації в грошовому виразі; якісна – це структура товарообігу, його асортиментний склад. Це частка окремих товарних груп в загальному обсязі реалізації.

На підприємствах товарообіг виражається в сумі грошової виручки за продані товари, на підставі чого можна говорити про значимість даного підприємства на споживчому ринку.

*Роздрібний товарообіг – це виручка від продажу споживчих товарів безпосередньо населенню як за готівку, так і за розрахункові чеки установ банків, через організований споживчий ринок, тобто*



*спеціально організовану торгову мережу і мережу громадського харчування усіма діючими підприємствами незалежно від відомчої підпорядкованості, форм власності і господарювання.*

Як економічний показник, *роздрібний товарообіг відображає обсяг товарної маси (в грошовому виразі), що переходить до сфери особистого споживання, і характеризує, з однієї сторони, грошову виручку від продажу, з іншої, – суму витрат населення на придбання товарів.* Динаміка роздрібного товарообігу відображає пропозиції між виробництвом і споживанням, потреби підприємств в матеріальних і трудових ресурсах, розвиток торгової мережі.

Роздрібний товарообіг, як статистичний показник, відображає обсяг продажу товарів населенню через всі канали реалізації: в офіційно зареєстрованих підприємствах, на речових, змішаних та продуктових ринках. До роздрібного товарообігу не включається вартість скляного посуду, що має заставну ціну, проданого із товаром (з-під алкогольних і безалкогольних напоїв, молочних продуктів та інших товарів). Він визначається за цінами фактичної реалізації за моментом відпуску товарів покупцеві, незалежно від часу сплати грошей.

До складу роздрібного товарообігу включається також відпуск за безготівковими розрахунками із роздрібною мережі і мережі громадського харчування:

– продуктів харчування закладам охорони здоров'я; соціального забезпечення та освіти (лікарняним, профілактичним, будинкам відпочинку, для осіб похилого віку, загальної освіти, дошкільного виховання, виховання дітей, які залишилися без опіки батьків) для організації харчування відповідних верств населення;

– продовольчих товарів суднам морського і річкового флоту, риболовецьким промисловим суднам, для харчування екіпажів суден, туристів, пасажирів у суднових вагонах-ресторанах; геологорозвідувальним партіям для харчування працівників експедицій, а також окремих непродовольчих товарів на поточні потреби для реалізації членам екіпажів;

– товарів подарункового асортименту до свят і новорічних подарунків для дітей.

Крім доходу від продажу товарів, торговельні підприємства можуть отримувати доходи і з інших джерел, зокрема, від посередницької діяльності та від інших видів діяльності.

**Питання для самоперевірки**

1. Обґрунтуйте етапи обліку у торговельному підприємстві
2. Які документи є підставою для оприбуткування товарів?
3. Як визначається варість товарів?
4. Проведіть порівняння із торговою націнкою та торговою надбавкою. В чому їх відмінність?
5. Як розраховується реалізована торгова надбавка?
6. Які види цін мають місце у торговельному підприємстві?
7. Як відбувається формування вільних роздрібних цін?
8. У чому полягає відміна між визначенням відпускної ціни товару на підприємствах оптової та роздрібною торгівлі?
9. Яким чином проводиться облік строку реалізації товару в ціні?
10. Що таке товарообіг? Які ознаки йому притаманні?
11. Надайте характеристику роздрібному товарообігу.

# ОСОБЛИВОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

---

## Тема 6 ТОРГОВА ЛОГІСТИКА

### *Питання для теоретичної підготовки:*

- 6.1. Сутність торгової логістики
- 6.2. Електронна комерція

### **6.1. Сутність торгової логістики**

Торговельна логістика – розділ науки логістики, який вивчає закономірності та шляхи оптимізації комплексного планування, організації та управління фізичним рухом товарів у сфері обігу та комерційного посередництва з метою мінімізації витрат та економії часу.

Її сутність розкривається у таких *функціях*:

- 1) планування та організація закупівель товарів від виробників або гуртових продавців та їх доставки на склади посередників;
- 2) організація наукового процесу на складах, передусім приймання, розміщення, складування і зберігання товарів;
- 3) управління товарними запасами, постачанням товарів покупцям на підприємствах гуртової та роздрібною торгівлі;
- 4) організація передпродажного та післяпродажного обслуговування споживачів, забезпечення високого рівня сервісу.

**Основним завданням** торгової логістики є організація руху та взаємодії потоків ресурсів і продуктів.

Кінцева **мета** впровадження системи логістики на торговому підприємстві – це підвищення ефективності та прибутковості роботи компанії за рахунок максимальної інтеграції матеріальних, технічних, інформаційних ресурсів в єдину систему. Потік товарів забезпечує наявність комплексної інформації, рух фінансових потоків,

розвиток відносин економічної власності, потоки прав власності, послуг та ін.

Оптимізація товарних потоків у торговельній логістиці забезпечується використанням економічних важелів і стимулів впливу на суб'єктів торговельних відносин, чіткою регламентацією їх взаємодії, обґрунтуванням політики та типових вимог до техніко-технологічних характеристик транспортно-складського процесу, до вантажних одиниць, транспортної тари та упаковки, навантажувально-розвантажувальних механізмів тощо.

Основні *принципи* торговельної логістики:

- орієнтація на матеріальні потоки, що проходять від постачальника до споживача;
- оптимізація матеріальних потоків, підвищення ї швидкості при збереженні ефективності функціонування;
- децентралізація та автономія деяких функцій.

Чітко організована логістична система на торговельному підприємстві дозволяє налагодити процес торгівлі з урахуванням особливостей усіх її етапів і процесів, що відбуваються з товаром від моменту його закупівлі до моменту збуту до кінцевого споживача, і, як наслідок, значно скоротити витрати та підвищити ефективність роботи торгової компанії.

Організація торговельної логістики допомагає досягти економії витрат обігу товарів в системі «закупівлі-збут» за рахунок мінімізації складських запасів ресурсів, часу проходження товарів в дорозі, скорочення статті непередбачених витрат, усунення з системи неефективних операцій.

Успішне функціонування торгової логістики на підприємстві виражається в планомірному збільшенні прибутку торгової організації і загальне підвищення ефективності її роботи. Для цих цілей торгова логістика передбачає вирішення таких завдань:

- вибір постачальників і посередників;
- вибір оптимального маршруту і виду транспорту для перевезення товару;
- скорочення часу перебування товарів у шляху;
- правильна організація приймання, розвантаження і складування товару;
- визначення оптимальної кількості і найбільш вигідного розташування складських приміщень;
- скорочення обсягу і часу зберігання складських запасів;

- вибір оптимального місця розташування та організація ефективної роботи торгових точок;
- підвищення рівня обслуговування, передпродажне і післяпродажне обслуговування клієнтів.

Торгова логістика виконує одночасно кілька найважливіших *функцій*: організацію системи управління ресурсами, координацію дій учасників логістичного процесу, забезпечує значну економію ресурсів і мінімізацію витрат.

Торговельна логістика, хоч і є підсистемою в загальній логістичній системі, сама інтегрує декілька функціональних областей, зокрема **закупівельну** або заготівельну (постачальну), **транспортну** та **розподільчу** (збутову). **Закупівельна логістика** в роздрібній торгівлі являє собою управління матеріальними потоками в процесі забезпечення суб'єктів підприємництва матеріальними ресурсами. Основу економічної ефективності закупівельної логістики складають пошук і закупівля необхідних матеріальних ресурсів потрібної якості за мінімальними цінами. Значення **транспортної логістики** полягає в організації переміщення матеріального потоку транспортом загального користування, виходячи з пріоритетних критеріїв економічних суб'єктів ринку (вантажовласників). У зв'язку з цим ініціатором логістичного процесу, а отже і вибору того або іншого виду транспорту, є саме вантажовласник (як правило, вантажовідправник), що знаходиться на початку логістичного ланцюга (ланцюжки постачань), чи у разі необхідності посередницькі транспортні організації, які беруть безпосередню участь у процесі товароруку. **Логістика розподілу** чи збутова логістика є невід'ємною частиною загальної логістичної системи, яка забезпечує найбільш ефективну організацію розподілу продукції між торговельними підприємствами, що працюють у системі, та охоплює весь ланцюг ринкової системи розподілу: маркетинг, транспортування, складування та ін.

Останнім часом значна увага приділяється інформаційному забезпеченню логістичного процесу, тому доречно виділення окремого напрямку – **інформаційної логістики**, яка має самостійне значення в бізнесі та управлінні інформаційними потоками і ресурсами.

На українському ринку торгівлі представлені такі бізнес-моделі діяльності підприємств:

- підприємства, для яких торгівля є професійним бізнесом і які мають у своїй структурі підрозділи з логістики, що забезпечують високу якість обслуговування клієнтів;

- мережі торговельних підприємств з великим асортиментом товарів, що завдяки наданню послуг із доставки збільшують обсяги продажів;
- Інтернет-магазини, які мають власні сайти, працюють як посередники між споживачем і традиційним роздрібним магазином та, як правило, не мають служб доставки;
- традиційні роздрібні магазини з власними сайтами, що виконують функції вітрин і є доповненням до основного бізнесу.

### 6.2. Електронна комерція

**Електронна комерція (e-commerce, e-trade)** – це процес купівлі та продажу товарів і/або послуг через укладання комерційних угод з використанням електронних засобів Інтернету.

Електронна комерція реалізується з використанням: Інтернет-аукціонів; Інтернет-реклами; Інтернет-магазинів; електронних каталогів; електронного банкінгу тощо.

Е-логістика як одна із форм е-бізнесу концентрується на *питаннях*:

- постачання товарів, необхідних для належного функціонування компанії;
- складування та транспортування;
- розподілу готової продукції для визначених торговців і споживачів;
- просування і пропозиції певного асортименту продукції, обслуговування замовлень;
- пошуку нових постачальників і клієнтів;
- оплати замовлень.

До переваги е-логістики належать: зниження витрат підприємства, сприяння оптимальному використанню часу, зниження ризику додаткових витрат, які могли б виникнути внаслідок неналежного вибору бізнес-партнерів.

Е-логістика підтримується функціонуванням таких систем:

- ERP (Enterprise Resources Planning). Систему ERP використовує керівництво підприємства для планування закупівель, виробництва та розподілу готової продукції. Це дає змогу отримати інформацію про зміни в попиті на ринку і визначити умови, що переважають на ньому;
- CRM (Customer Relationship Management). CRM зосереджується на моніторингу та поглибленні відносин з клієнтами, як наявними,

так і потенційними. Використовує такі заходи, як продажі, маркетингові кампанії, обслуговування клієнтів після трансакції, кол-центри тощо. Полегшує аналіз ринку й управління замовленнями;

– SRM (Supplier Relationship Management). Допомагає підприємству комплексно управляти базою постачальників, автоматизуючи діяльність та розширюючи стратегію закупівель. Уможливорює інтеграцію різних операцій, підвищення прозорості запасів та полегшення оцінки постачальників.

Логістика е-торгівлі. В електронній торгівлі виділяють три *форми* організації логістики:

- власна логістика;
- dropshipping;
- one stop e-commerce.

Найпопулярніший перший підхід – Інтернет-магазини реалізують логістичну діяльність самостійно. Таке рішення найвиправданіше для малих підприємств. Воно забезпечує краще обслуговування споживачів та незалежність від зовнішніх виконавців. У цій моделі критичною може бути підготовка до стрімкого розвитку фірми. Коли швидко зростатиме кількість замовлень, треба передбачити залучення додаткової кількості людей та складських площ.

Ідея dropshipping полягає у надсиланні товару безпосередньо зі складу виробника чи дистриб'ютора до клієнта. Ця послуга передбачає зберігання товарів, приймання та комплектацію замовлень, оформлення всіх документів та надсилання посилок. Таким типом послуг користуються переважно середні за розміром підприємства, щоб уникнути ризиків, пов'язаних із замороженням коштів у запасах, особливо коли зростає кількість асортиментних позицій. Така модель дозволяє Інтернет-магазинам сконцентруватися на залученні нових та утриманні постійних клієнтів.

Концепція «one stop e-commerce» передбачає повне логістичне обслуговування Інтернет-продажів спеціалізованими фірмами. Це комплекс дій, який охоплює і поєднує всі сфери логістичної активності (транспортування, складування, пакування, управління запасами, повернення тощо) для постачання товару так, щоб задовольнити потреби споживачів. Концепція «one stop e-commerce» не лише ґрунтується на логістиці (як dropshipping), а й передбачає також діяльність – маркетингову, інформаційну, фінансову, яку здійснює одна фірма. Співпраця з одним партнером – професійним логістичним оператором – забезпечує кращу координацію дій та комунікацію між сторонами завдяки зосередженню процесів у одному місці.

Пов'язано це також із певним ризиком, що одному партнеру віддано весь процес. Такими послугами, як правило, користуються великі підприємства.

Важливо, щоб і рівень логістичного обслуговування зростав відповідно до очікувань е-покупців. Враховуючи наслідки політичної та економічної кризи в Україні очікується певного спад оборотів у перспективі й загострення конкуренції серед професійних операторів ринку логістичних послуг. Перемагатимуть ті, хто пропонуватиме кращі логістичні рішення у площині спрощення процедури повернення товару, пропозиції післяплати, отримання інформації про товар у будь-який час, еластичність та гнучкість у доставці.

### Питання для самоперевірки

1. Що таке торговельна логістика? Її функціональні особливості.
2. Надайте визначення мети та завдань торговельної логістики.
3. Визнаїть принципи торговельної логістики.
4. Доведіть вагомість оптимізації товарних потоків у торговельній логістиці.
5. Обґрунтуйте види торговельної логістики.
6. Доведіть різницю між закупівельною та заготівельною логістикою.
7. Що таке електронна комерція? Її переваги та недоліки.
8. За допомогою яких систем підтримується е-логістика?
9. Проведіть порівняння форм організації логістики.



## Тема 7

# СТАНДАРТИЗАЦІЯ І СЕРТИФІКАЦІЯ

### *Питання для теоретичної підготовки:*

- 7.1. Стандарти та особливості їх застосування в торгівлі
- 7.2. Переваги сертифікації

### **7.1. Стандарти та особливості їх застосування в торгівлі**

Для контролю над якістю споживаних товарів створена система стандартизації та сертифікації. В 1993 р. Кабінетом Міністрів України прийнято Декрет «Про стандартизацію і сертифікацію». Сфера дії якого поширюється на підприємства, установи і організації, незалежно від форм власності та видів діяльності, що діють на території України, а також на громадян – суб'єктів підприємницької діяльності.

Стандартизація надає можливість нарощування виробничого потенціалу підприємств, створення прогресивних технологій і нових видів високоякісної продукції для того, щоб у міру розвитку вітчизняного ринку й інтеграції у світову економіку розширювати частку української продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках.

В Україні діє низка стандартів: міжнародні і національні. Міжнародні стандарти визначають якість товару і належать до системи якості – ISO серії 9000, з перевірки систем якості – ISO серії 10000, з управління навколишнім середовищем – ISO серії 14000 та EN 45000, які регулюють діяльність у галузі оцінки відповідності та інші. Упровадження цих стандартів необхідне для доступу українських товарів та послуг на ринки економічно розвинених країн. Вітчизняні підприємства мають право самі впроваджувати міжнародні стандарти на різні види товарів та послуг, але при цьому враховують те, що норми та вимоги цих стандартів мають укладатися в технологію виробництва, а вимоги до товарів та послуг – відповідати вимогам як міжнародних, так і національних стандартів.

Застосування стандартів розглядають як частину ділової практики кожного суб'єкта господарювання, що має допомогти:

- раціонально використовувати технічні та людські ресурси;
- враховувати та розвивати правила техніки безпеки і умови захисту природного довкілля;
- зменшувати невиправдане розмаїття, спростити роботу з оформленням замовлення чи підготовку контракту;

- звести до мінімуму витрати на розроблення конструкторської та технологічної документації;
- узгодити організаційні, виробничі та експлуатаційні процеси з економічною вигодою;
- забезпечити технічне обслуговування машин, устаткування, систем тощо;
- забезпечити сумісність продукції та процесів.

Для торгівельних підприємств найважливішим виступає останній пункт

Національний стандарт України «Роздрібна та оптова торгівля» ДСТУ 4303:2004 встановлює вітчизняні терміни та визначає поняття у сфері торгівлі. Він базується на таких стандартах: ДСТУ 2681-94 Державна система забезпечення єдності вимірювання. Метрологія. Терміни та визначення; ДСТУ 3144-95 Коди і кодування інформації. Штрихове кодування. Терміни та визначення; ДСТУ 3993-2000 Товарознавство. Терміни та визначення.

Законом України від 05.06.2014 № 1315-VII «Про стандартизацію» (далі – Закон), який набув чинності 03.01.2015 року, в національне законодавство України як держави-члена Світової організації торгівлі (далі – СОТ) імплементовані положення Угоди СОТ про технічні бар'єри в торгівлі, зокрема Кодексу добросовісної практики з розроблення, прийняття та застосування стандартів, та впроваджені міжнародні та європейські принципи стандартизації. Насамперед, це стосується принципу добровільного застосування національних стандартів, який викладено у пункті 4 частини другої статті 4 та частині першій статті 23 Закону, в яких зазначено, що національні стандарти застосовуються на добровільній основі, крім випадків, якщо обов'язковість їх застосування встановлена нормативно-правовими актами. Відповідно до частин першої та другої статті 23 Закону національні стандарти застосовуються безпосередньо чи шляхом посилання на них в інших документах.

Саме в Законі є визначення терміну «стандарт» – **це нормативний документ, заснований на консенсусі, прийнятий визнаним органом, що встановлює для загального і неодноразового використання правила, настанови або характеристики щодо діяльності чи її результатів, та спрямований на досягнення оптимального ступеня впорядкованості в певній сфері.** Тобто законодавством передбачено, що після прийняття національним органом стандартизації проекту національного стандарту, який розроблено відповідно до встановлених процедур, він становиться національним стандартом,

який застосовується безпосередньо чи шляхом посилання на нього в інших документах.

Статтею 23 Закону визначено, що національні стандарти застосовуються на добровільній основі, крім випадків, якщо обов'язковість їх застосування встановлена нормативно-правовими актами, а частиною другою статті 16 Закону визначено, що стандарти, прийняті підприємствами, застосовуються на добровільній основі. Якщо розглядати питання обов'язковості стандартів у площині господарської діяльності суб'єктів господарювання, то відповідно до частини другої статті 15 Господарського кодексу України застосування стандартів чи їх окремих положень є обов'язковим для:

- суб'єктів господарювання, якщо обов'язковість застосування стандартів встановлено нормативно-правовими актами;
- учасників угоди (контракту) щодо розроблення, виготовлення чи постачання продукції, якщо в ній (ньому) є посилання на певні стандарти;
- виробника чи постачальника продукції, якщо він склав декларацію про відповідність продукції певним стандартам чи застосував позначення цих стандартів у її маркуванні.

З метою забезпечення суб'єктів господарювання інформацією щодо обов'язкових вимог, викладених у стандартах, частиною третьою статті 23 Закону передбачено, що національний орган стандартизації забезпечує розміщення на офіційному веб-сайті текстів таких національних стандартів з безоплатним доступом до них. В той же час пунктом 3 розділу VI «Прикінцеві та перехідні положення» Закону передбачено, що центральні органи виконавчої влади забезпечують розміщення на офіційних веб-сайтах текстів таких галузевих нормативних документів, також з безоплатним доступом до них.

Законом внесено зміни до частини першої статті 15 Закону України «Про захист прав споживачів», відповідно до якої виключено обов'язкову норму, яка стосується того, що інформація про продукцію повинна містити найменування нормативних документів, вимогам яких повинна відповідати вітчизняна продукція.

Під час застосування стандарту, який є обов'язковим, слід також врахувати те, що стандарти містять посилання на інші стандарти, положення яких становлять разом сутність цього стандарту, і вимог таких стандартів слід також додержуватися. У разі якщо суб'єкт господарювання має наміри застосувати стандарт та використовувати його позначення, а потрібний йому ГОСТ скасовано, необхідно знайти заміну такому документу. Для цього можна

звернутися до Національного фонду нормативних документів (ДП «УкрНДНЦ», вул. Святошинська, 2, тел. 450-06-82). Каталог національних нормативних документів розміщено на офіційному веб-сайті ДП «УкрНДНЦ». Загальна кількість національних стандартів на сьогодні становить 15133 документи. ДП «УкрНДНЦ» також має доступ до всіх міжнародних та європейських стандартів. Міжнародні стандарти можна придбати в ДП «УкрНДНЦ» або звернутися безпосередньо до міжнародних організацій стандартизації. Але тут потрібно звернути увагу на питання застосування цих стандартів на національних територіях, і самим швидким та дешевим способом їх застосування є прийняття міжнародного або європейського стандарту як національного (наприклад, на мові оригіналу, або методом перекладу).

Також існує фонд галузевих нормативних документів, інформацію про які можна отримати у відповідних центральних органах виконавчої влади у визначених сферах діяльності.

Пунктом 1 частини першої статті 16 Закону встановлено, що підприємства, установи та організації мають право у відповідних сферах діяльності та з урахуванням своїх господарських і професійних потреб організувати та виконувати роботи із стандартизації, зокрема: розробляти, приймати, перевіряти, переглядати та скасовувати стандарти, кодекси усталеної практики, технічні умови і зміни до них, встановлювати процедури їх розроблення, прийняття, перевірки, перегляду, скасування та застосування.

Тобто законодавство передбачає низку механізмів для отримання необхідного стандарту, враховуючи те, що використав право, надане підприємству вищезазначеної нормою Закону суб'єкт господарювання має право отримати свій власний документ, розроблений за своїми власними правилами.

У завершенні цього блоку питань щодо застосування стандартів слід підкреслити переваги, які надають стандарти, враховуючи, що вони встановлюють вимоги, у разі дотримання яких, буде отримано визначений результат.

Міністерством економічного розвитку і торгівлі України у 2016 р. видані «Переліки національних стандартів на відповідність ТР низьковольтного електричного обладнання, ТР з електромагнітної сумісності обладнання, ТР безпеки машин», які містяться у відкритому доступі на сайті Міністерства.

Крім загальних стандартів торговельне підприємство роздрібно торгівлі може розробити власний стандарт мерчендайзингу магазину

Це корпоративний документ, який складається й впроваджується з метою підтримки системи мерчандайзингу з метою стимулювання збуту й просування товару.

Структура Стандартів мерчандайзингу традиційно включає:

– загальні положення, в яких визначаються загальні правила мерчандайзингу для товарів, якими торгує магазин;

– схема торгового залу – у формі плану-схеми розташування торговельного обладнання з вказанням розмірів торгового залу та обладнання, а також з відображенням місця розташування груп різних товарів;

– плани викладки товарів – графічне зображення (у формі фотографії, схеми, рисунку) викладки товару на конкретному торговельному обладнанні магазину з необхідними поясненнями та коментарями.

Обов'язковими елементами Стандарту мерчандайзингу вважаються:

- вимоги щодо асортиментного ряду (перелік обов'язкових для представлення в даній групі позицій товарів);

- вимоги щодо кількості кожного представленого артикулу товару (мінімально допустима кількість одиниць товарів по кожному артикулу);

- визначення конкретних місць (точок) продажу, розмірів та площі обладнання (вітрин, прилавоків, полиць і т.п.), на котрих розташовується товар;

- вимоги щодо фейсінгу – визначення особливостей викладання товарів у першому ряду стелажу чи вітрини (кількість пакувань товару кожного артикулу, визначення лицевої сторони пакування, кут розташування товару на полиці, розмір викладуваного вагового товару, розташування зрізу куска того чи іншого різновиду продуктів харчування, послідовність розташування різних артикулів товарів однієї торгової марки);

- вимоги щодо розташування у магазині рекламних матеріалів;

- вимоги щодо цінників (розташування цінника, оформлення цінника, його зміст);

- додаткові пояснення та коментарі щодо особливостей розташування товару в конкретному магазині, в т.ч. з врахуванням особливостей даного товару;

- пояснення щодо розташування товарів на випадок відсутності в продажу окремих товарів чи товарних груп;

- інформація про сезонні зміни асортименту, про зміни у виділенні під певні товари торгової або демонстраційної площі.

Для того, щоб Стандарт мерчендайзингу мав ефективний результат ефект, керівництво торговельного підприємства повинно забезпечити впровадження розроблених стандартів і їх безумовне виконання шляхом встановлення відповідальності за дотримання вимог Стандарту (у посадових обов'язках працівників).

Останнім часом широко рекламується екологічна продукція. Державна позиція до розвитку маркування екологічної продукції повинна включати такі положення:

1. Організації, які надають право на екологічне маркування, мають бути акредитовані, а дослідження виконані в атестованих лабораторіях. Додатково до вимог традиційного маркування віднесено: відомості про організацію, що надала право на екологічне маркування, всі інгредієнти, харчові добавки і допоміжні засоби переробки, технології переробки, походження продукції, способи отримання споживачами повної інформації про продукт.

2. Процедура отримання екологічного маркування може бути спрощена за умови, що на підприємстві сертифіковані системи, наприклад: менеджменту якості, система менеджменту безпечності харчових продуктів, система екологічного менеджменту, системи соціальної відповідальності бізнесу та ін.

3. Продукт може мати екологічне маркування, якщо:

– виконуються вимоги щодо екологічної сертифікації території, де вирощувалась сировина, всі складові інгредієнти;

– виконуються вимоги стандарту ДСТУ ISO 14040:2004 «Екологічне керування. Оцінювання життєвого циклу. Принципи та структура»;

– виконуються вимоги стандарту ДСТУ ISO 14024-2002 «Екологічні маркування та декларації. Екологічне маркування типу I. Принципи і процедури»;

– виконуються вимоги стандарту ДСТУ ISO 14020: 1998 «Екологічні маркування та декларації. Загальні принципи», ДСТУ 4161 – 2003 «Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги»;

– продукти харчування перероблені такими методами, що забезпечують життєву якість кожної складової та продукту в цілому;

– технології, що використовуються для переробки екологічно безпечних продуктів харчування, є біологічними, фізичними та механічними за природою. Будь-які добавки, речовини, що прискорюють технологію та хімічно реагують або змінюють екологічно безпечні продукти, не допускаються до використання;

- упаковка продуктів повинна перероблятися відомими способами, не впливати на якість продукції, бути виготовленою із інертних матеріалів: скла, паперу, харчового поліетилену тощо, а при переробці здійснювати мінімально можливий негативний вплив на навколишнє природне середовище;
  - матеріали для упаковки не повинні забруднювати продуктів харчування;
  - заборонено використання упаковки, що містить синтетичні фунгіциди, консерванти або фуміганти;
  - використовуються природні барвники, трави або спеції із зазначенням їх назви та відсоткового співвідношення;
  - не менше 95% (ваги продукту) інгредієнтів мають сертифіковане (екологічно безпечне) походження;
  - не допускається використання штучних та отриманих методами хімічного синтезу речовин будь-якого призначення;
  - допускається використання компонентів, отриманих з натуральних продуктів (наприклад, екстрагування тощо). Екстракція повинна проходити тільки за допомогою води, етанолу, рослинних чи тваринних жирів, оцту, вуглекислого газу або азоту;
  - обладнання для фільтрації не містить азбест або використовує методи, що можуть негативно вплинути на продукт;
  - заборонено використання опромінення.
- Зрозуміло, що підприємцю складно зібрати таку документацію, тому вона повинна бути відкритою і документовано та розміщуватись на сайті підприємства, яке виробляє відповідну продукцію.

## 7.2. Переваги сертифікації

**Сертифікація необхідна для підтвердження відповідності продукції, уживання або використання якої може бути небезпечним для споживача.** Така продукція віднесена законодавством України до законодавчо регульованої сфери й внесена до спеціального реєстру. Підтвердження відповідності продукції, що значиться в цьому реєстрі й належить до законодавчо-регульованої сфери, здійснюється шляхом обов'язкової сертифікації.

В Україні існують два види сертифікації: **обов'язкова** та **добровільна**. У процесі обов'язкової сертифікації визначається відповідність параметрів продукції вимогам нормативних документів, визначених законодавчими актами України. Особливе значення наявності сертифіката надається при митному оформленні. Ввіз на

митну територію продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації здійснюється відповідно до «Порядку митного оформлення імпортованих товарів (продукції), що підлягають обов'язковій сертифікації в Україні», затвердженого Постановою Кабінетом Міністрів України від 14.05.2008. До такої продукції відносяться:

- нафтопродукти: палива, масла, змащення;
- товари для побутових потреб і продукція виробничо-технічного призначення: інструменти, абразивні матеріали;
- металовироби промислового призначення;
- вироби з кольорових металів і продукція електродної й твродсплавної промисловості;
- продукція неорганічної хімії: сировина, добрива;
- полімери, хімволокна, каучуки;
- лакофарбові матеріали, напівфабрикати, кіно-, фото- і магнітні матеріали й товари побутової хімії;
- продукція органічного синтезу, синтетичні барвники;

Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації охоплює невеликий спектр всієї продукції, адже пов'язана тільки з показниками безпеки.

Добровільна сертифікація допомагає підвищити конкурентоздатність продукції і відповідно рівень реалізації на ринку. Вона здійснюється в законодавчо нерегульованій сфері відповідно до порядку, визначеному договором між заявником (виробником, постачальником) і органом сертифікації. Заявник самостійно (або за бажанням замовника) визначає, за якими показниками він бажає підтвердити відповідність продукції до вимог стандартів. Орган сертифікації й іспитова лабораторія проводять компетентну оцінку відповідності продукції. При позитивному результаті оформляють сертифікат відповідності й реєструють у Реєстрі Системи сертифікації УкрСЕПРО.

З 1 січня 2016 року почав діяти зона вільної торгівлі між Україною та ЄС. Крім зниження ввізних мит сторонами це призвело і до деяких інших змін, зокрема і в митному оформленні товарів. Так, наприклад, сертифікати походження EUR.1 почали видаватись митними органами, що затверджено наказом Міністерства фінансів від 18.11.2014 р. №1142. Даний наказ передбачає максимальне спрощення процедури видачі сертифікатів у найкоротший термін з одночасним посиленням відповідальності експортера за правдивість інформації, яка необхідна для визначення українського походження товару. При цьому сертифікати мають видаватись на безоплатній



основі та у найкоротший термін, але не більше, ніж три робочих дні після реєстрації заяви у митниці.

На підставі ст. 11 Закону України «Про торгово-промислові палати в Україні», враховуючи норми Митного Кодексу України та Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», передбачено оформлення та видача **Сертифіката вільної торгівлі**. Це документ, який підтверджує, що продукт вільно, без обмежень, продається на території країни-експортера. Він видається за місцем вимоги (на території України і за її межами) для підтвердження факту вільної торгівлі товару в Україні. Сертифікат вільної торгівлі оформляється на кожну окрему поставку товару. Перелік продукції (комерційне найменування, модель, артикул і ін.), яка вказана в одному відправленні (по одному інвойсу), прописується на державній та англійській мовах (у разі якщо товар прямує в зарубіжні країни). Надання переліку товару російською мовою можливо в тому випадку, якщо товар буде експортуватися в країни СНД.

Для оформлення Сертифікату вільної торгівлі Заявник повинен надати:

- статутні документи та виписку з ЄДР;
- перелік товарів, на які необхідно оформити сертифікат;
- ідентифікаційний номер виробника товару – довідка про виробничий процес або опис технологічного процесу, за яким здійснюється виробництво товару;
  - сертифікат якості, паспорти, маркування на товарі чи тарі;
  - сертифікат відповідності товару;
  - ліцензія на виробництво товару (у разі передбачених законодавством);
- ідентифікаційний номер товару за міжнародною системою – штрих-код (за наявністю);
- підтвердження про продаж товару на території України (2–3 покупцями, рахунки, платіжні документи та податкові накладні).

**Система сертифікації «УКРСЕПРО»** – єдина державна система сертифікації та стандартизації, що здійснює перевірку якості та надійності продукції або послуг, на відповідність українським державним нормативним документам (стандартам ДСТУ, ТУ, ГОСТ та інш.). Роботи у системі «УКРСЕПРО» здійснює Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики (Держспоживчстандарт України, що є Національним органом із сертифікації).

Процедуру сертифікації виконують професійні компанії, що акредитовані у органах системи сертифікації, котрі здійснюють комплекс заходів по визначенню схеми сертифікації товарів або послуг, – після закінчення процедури, надають сертифікат відповідності. Проведення дослідів товарів здійснюють акредитовані лабораторії.

***Сертифікат відповідності – документ, що піддержує відповідність продукції стандартам якості, що діють в Україні.*** Сертифікати та їх копії видаються на офіційних бланках, що мають голограму та інші ступені безпеки. На даних бланках, можуть бути видані сертифікати на продукцію, що не увійшла до «Переліку продукції, що належить до обов'язкової сертифікації в Україні».

Порядок проведення сертифікації продукції у системі «УКР-СЕПРО»:

- подача заяви на сертифікацію продукції до органу сертифікації, уповноваженим Держспоживчстандартом України на роботу в УКРСЕПРО;
- подача необхідної документації для сертифікації, що додається до заяви, згідно до переліку документів;
- розгляд заяви на сертифікацію продукції та аналіз наданої документації;
- прийняття рішення по заяві з визначенням схеми (моделі) сертифікації;
- для сертифікованої продукції, що випускається серійно: дослідження виробництва(атестація виробництва) або сертифікація (оцінка) системи управління якістю виробництва;
- відбір та ідентифікація зразків продукції для проведення сертифікаційних дослідів в дослідній лабораторії;
- проведення сертифікаційних дослідів зразків продукції;
- аналіз отриманих результатів та прийняття рішення про видачу сертифікатів;
- занесення сертифікованої продукції в реєстр Системи УКР-СЕПРО, видача сертифікату відповідності, складання ліцензійної угоди на використання сертифікату;
- технічний нагляд за сертифікованою продукцією;
- інформація про результати робіт із сертифікації продукції;
- видача Свідоцтва про визнання документів підтвердження.

**Питання для самоперевірки**

1. Доведіть переваги наявності стандартів при реалізації товарів.
2. Які законодавчі документи регулюють наявність стандартів і сертифікатів?
3. Що таке стандарт? І які стандарти діють на території України?
4. Для яких товарів застосування стандарту є обов'язковим?
5. В яких випадках доцільно добровільне стандартування?
6. Які імпорتنі товари (продукція) підлягає обов'язковій сертифікації в Україні?
7. Охарактеризуйте єдину державну систему сертифікації та стандартизації України.
8. Що для підприємця надає оформлення сертифікату вільної торгівлі?

## МОДУЛЬ III

# МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКУ Й БЕЗПЕКИ У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

---

## Тема 8 ЕКОНОМІЧНИЙ РИЗИК У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ

### *Питання для самоперевірки*

- 8.1. Сутність та основні причини виникнення економічного ризику в торговельному підприємстві
- 8.2. Причини та джерела економічного ризику
- 8.3. Класифікації економічних ризиків
- 8.4. Мінімізація економічних ризиків у торговельному підприємстві

### **8.1. Сутність та основні причини виникнення економічного ризику в торговельному підприємстві**

В умовах ринкової економіки ризик є ключовим елементом підприємства. Термін «ризик» в грецькій мові означає «стрімчак» чи «скеля»; в італійській – трактується як «небезпека», «погроза». У словнику С.І. Ожегова «ризик» визначається як «можливість небезпеки» чи як «дія на удачу в надії на щасливий результат». У літературі поширене судження про ризик не тільки як небезпеку, а й як можливість подолання невизначеності в ситуації неминучого вибору і цей вибір може привести, при якісній оцінці імовірності досягнення результату, к позитивним наслідкам. Підприємствам слід не уникати ризику, а вміти керувати ним.

У «Господарському кодексі України» сказано, що підприємництво є процесом прийняття відповідальності і в той же час, є процесом прийняття на себе ризику. Отже, здатність і готовність до ризику – це якість, яка притаманна підприємцю.

**Під економічним ризиком розуміють такий вид ризику, який виникає при будь-яких випадках підприємницької діяльності, спря-**

мованих на одержання прибутку і пов'язаних з виробництвом продукції, реалізацією товарів, наданням послуг, виконанням робіт; товарно-грошовими і фінансовими операціями; комерцією, а також реалізацією науково-технічних проектів.

Досить часто зустрічається трактування підприємницького ризику, що виступає синонімом дефініції «економічний ризик». Підприємницький ризик – це об'єктивно-суб'єктивна економічна категорія, яка має імовірнісний характер і характеризує невизначеність кінцевого результату діяльності, внаслідок можливого впливу (дії) на нього низки об'єктивних та/або суб'єктивних факторів, які не враховуються при його плануванні.

Для виникнення економічного ризику повинні виконуватися умови:

- ризик можливий тільки в тому випадку, якщо є невизначеність, тобто відсутня вичерпна інформація про умови прийняття рішень;
- економічний ризик має місце при певній зрілості економіки. В економіці з низьким рівнем виробництва на душу населення розвиток економіки практично детермінується стратегією виживання, суворою необхідністю забезпечення мінімальних потреб населення;
- ризик можливий тільки в тому випадку, якщо є можливість активного керівництва й регулювання економікою;
- ризик можливий, якщо керівники матеріально зацікавлені в кінцевому результаті ухвалених рішень.

## 8.2. Причини та джерела економічного ризику

Причини виникнення економічного ризику поділяються на внутрішні і зовнішні. До перших належать: недоліки системи управління та організації самого процесу функціонування; до других – поведінка контр-агентів та зсуви в економічних факторах.

**Основними елементами ризику є:**

- *об'єкт* – керована економічна система, ефективність і умови функціонування якої наперед не відомі. На макрорівні ним може бути окрема господарська операція, вид продукції, технологія тощо; на мезорівні – підприємство, фірма, галузь, населення певної території; на макрорівні – країна, регіон тощо;
- *суб'єкт* – особа компетентна ухвалювати рішення щодо відношення до об'єкта й зацікавлена в результатах управління та має компетенцію приймати рішення щодо об'єкта ризику. На мікрорів-

ні суб'єктами ризику виступають окремі особи (підприємець, менеджер, керівник); для мезо- та макрорівнів характерними є прийняття колективних рішень;

• **джерело** – фактори (явища, процеси, предмети), які породжують невизначеність результату при прийнятті рішень, зумовлених певними змінами внутрішнього чи зовнішнього характеру діяльності підприємства або діями суб'єктів ризику.

До найбільш загальних і впливових **джерел** відносяться:

- *спонтанність природних процесів і явищ, природні лиха;*
- *випадковість, яка обумовлена ймовірнісною суттю соціально-економічних та технологічних процесів;*
- *наявність антагоністичних тенденцій, зіткнення суперечливих інтересів;*
- *неповнота, недостатність, низька якість інформації, яка використовується при прийнятті господарських рішень;*
- *відносна обмеженість свідомої діяльності людей, неминучі відмінності в соціально-психологічних установках, ідеалах, намірах, оцінках, стереотипах поведінки та ін.;*
- *обмеженість, недостатність матеріальних, фінансових, трудових та інших ресурсів, потрібних для здійснення підприємницької діяльності;*
- *неможливість однозначного пізнання об'єкта при сформованих в даних умовах рівні і методах наукового пізнання;*
- *відносна обмеженість свідомої діяльності людей, неминучі відмінності в соціально-психологічних установках, ідеалах, намірах, оцінках, стереотипах поведінки та ін.;*
- *імовірнісний характер науково-технічного прогресу.*

Відмітимо, що не для всіх ситуацій однозначно інтерпретуються об'єкт, суб'єкт та джерело ризику.

### **8.3. Класифікації економічних ризиків**

Класифікація ризиків означає систематизацію безлічі ризиків на підставі певних ознак і критеріїв, що дозволяють об'єднати підмножини ризиків у певні групи. Основними завданнями класифікації виступають: науковий підхід, прикладне застосування, можливість управління.

Згідно напрацювань вітчизняних вчених (В.М. Гранатуров, І.В.Литовченко, С.К. Харічков) побудова системи класифікації ризиків складається з чотирьох рівнів. До першого рівня входять певні

групи ризиків, що тісним чином співвідносяться з родовим, яким і виступає економічний ризик. До вищого рівня класифікації доцільно обрати наступні угруповання ризиків: природно-кліматичні, техніко-технологічні, кримінально-правові, політико-економічні та організаційно-управлінські. Для побудови другого рівня класифікації підприємницьких ризиків важливим є припущення про наявність простих і складових ризиків.

**Під простими (первинними) ризиками розуміють видові ризики, які, через прийняті при класифікації вихідні передумови та припущення, не підлягають подальшому поділу, тобто утворюють найнижчий клас у класифікації. Склані ризики є композицією простих.**

Нижче подані групи I і II рівня класифікації економічних ризиків, що поєднують складні та прості ризики.

**Група природно-кліматичних ризиків** – це складова економічного ризику, яка визначає можливість незапланованої зміни кінцевого результату діяльності, внаслідок проявлення стихійних сил природи (атмосферні; геологічні; геоморфологічні; водні; природно-антропогенні).

**Група техніко-технологічних ризиків** – складова економічного ризику, яка визначає можливість незапланованої зміни кінцевого результату діяльності, внаслідок впливу на стан та продуктивність техніки та технології випадкових, за винятком проявлення, стихійних сил природи, факторів (механічні; процесуальні; техніко-антропогенні; технологічно-антропогенні).

**Група кримінально-правових ризиків** – складова економічного ризику, яка визначає можливість незапланованої зміни кінцевого результату діяльності, внаслідок прояву неправомірних дій (кримінальні, правові).

**Група політико-економічних ризиків** – складова економічного ризику, яка визначає можливість незапланованої зміни кінцевого результату діяльності, внаслідок змін в економіці країни, або політичної обстановки, які зумовлюють загальний стан економіки та впливають на підприємницьку діяльність (ризик країни, соціальні ризики, податковий ризик, фінансові ризики).

**Група організаційно-управлінських ризиків** – складова економічного ризику, яка визначає можливість незапланованої зміни кінцевого результату діяльності, внаслідок помилкових рішень з питань економіки, організації та управління, що приймаються підприємцем або керівництвом фірми (маркетинговий ризик, селективний ризик, організаційний ризик).

Побудова III рівня класифікації економічних ризиків будується на положеннях вищевказаного. При подальшому поділі та побудові класифікації прості ризики розглядаються як родові, по відношенню до ризиків, які складають їх обсяг. Крім цього, при формуванні на даному рівні класифікації складу видових ризиків за найбільш суттєву ознаку також приймаються фактори ризику.

Для побудови IV рівня класифікації економічних ризиків обираються родові з третього рівня, а також за найбільш суттєву ознаку приймається характер проявлення ризику.

#### **8.4. Мінімізація економічних ризиків у торговельному підприємстві**

В системі управління ризиком визначальна роль належить правильному вибору заходів щодо попередження та мінімізації ризику. Високий ступінь і велика різноманітність ризиків, які виникають в процесі підприємницької діяльності, приводить до необхідності пошуку шляхів їх штучного зниження, тобто скорочення імовірності та обсягу втрат.

Світова практика знає безліч різних шляхів та способів зниження економічного ризику: диверсифікація; розподіл ризику; страхування; хеджування; самострахування; резервування засобів на покриття непередбачених витрат; лімітування; придбання додаткової інформації про майбутній вибір і результати та ін.

Ефективність того чи іншого методу значною мірою залежить від конкретної ситуації (вид, рівень ризику, необхідний ступінь зниження ризику, необхідні додаткові витрати, фінансові можливості підприємця та ін.). Крім того, кожний з вищезгаданих методів має свої особливості – переваги та недоліки, що й зумовлює їх місце у сукупності прийомів та методів зниження або попередження економічного ризику в тій чи іншій сфері підприємницької діяльності..

На практиці найбільш ефективний результат можна одержати лише при комплексному використуванні різних методів зниження ризику. Комбінуючи їх один з одним, можна досягти оптимального співвідношення між рівнем досягнутого зниження ризику і необхідними для цього додатковими витратами.

**Диверсифікація – це процес розподілу зусиль та засобів між різними видами діяльності і об'єктами вкладення капіталу, результати яких безпосередньо не пов'язані між собою. Це найобґрунто-**



ваніший і відносно менш затратний засіб зниження ступеня економічного ризику.

Диверсифікація представляє собою одночасний розвиток багатьох напрямків діяльності, видів виробництва, розширення кількості об'єктів інвестування, асортименту виробів і т.д. Це одним з найбільш універсальних способів мінімізації ризику – доки існує можливість розподіляти кошти по різних напрямках діяльності, результативність яких не пов'язана тісно між собою, доти існує можливість певною мірою уникати ризику. В найбільш повному вигляді принцип диверсифікації втілюється в теорії портфелю.

Використовування даного методу дозволяє підвищити стійкість підприємства щодо можливих змін у підприємницькому середовищі, знижувати виробничі, комерційні та інвестиційні ризики через механізм усереднювання. Своєрідною «платою» за зменшення ризику за допомогою диверсифікації є, як правило, зниження очікуваної віддачі (дивідендів, доходів, прибутків), оскільки розширення прибуткових напрямків вкладення засобів звичайно пов'язане із залученням менш прибуткових напрямів. Підприємство, зазнаючи збитки з одного виду діяльності, може одержати прибуток за рахунок іншої сфери діяльності.

**Передача ризику полягає в розподілі ризику між учасниками підприємницького проекту або передачу (трансфер) ризику певному суб'єкту господарських відносин.** При цьому сторона, яка передає ризик, називається «трансфер», а приймаюча – «трансфері». Ідея цього методу полягає у тому, що зростання розмірів і тривалості інвестування, впровадження нових технологій, висока динамічність зовнішнього середовища значно збільшують ризик, а зменшити його ступінь окремому суб'єкту ринкових відносин виявляється або не ефективним, або взагалі не під силу.

Основний спосіб передачі ризику полягає в укладанні контрактів, які розрізняються цілями і сферою діяльності, але мають загальне призначення – знизити ступінь ризику. Розрізняють наступні типи контрактів: будівельні; оренда; контракти на зберігання і перевезення вантажів; контракти продажу, обслуговування, постачання; контракт – поручительство; договір факторингу; біржові операції. Нижче подана їх характеристика.

**Страховання – це фінансова операція, направлена на грошове відшкодування можливих втрат при реалізації окремих ризиків (настання страхового випадку).** Сутність страхування полягає в тому, що інвестор готовий відмовитися від частки своїх доходів, щоб уникнути

ризик, тобто він готовий заплатити за зниження ступеня ризику до нульового рівня. При цьому слід оцінювати витрати на страхування і його корисний ефект. Часто страхування розглядають як метод передачі ризику шляхом укладання контракту, де в ролі трансфері виступає страхова компанія, а трансферу – страхувальник.

**Хеджування** – це страхування ризиків від несприятливих змін цін на будь-які товарно-матеріальні цінності згідно з контрактами та комерційними операціями, які передбачають постачання (продаж) товарів в майбутніх періодах. При цьому предметом контракту можуть бути різні активи: товари, валюта, акції, облігації тощо.

Хеджування здійснюється через укладання контракту, який носить назву «хедж» (англ. *hedge* – огорожа). Тобто, хеджування – це процес страхування ризику від можливих збитків шляхом переносу ризику зміни курсів (цін) з однієї особи на іншу. Сторона, що здійснює хеджування, страхуючи ризик, називається хеджером, а сторона, яка бере ризик на себе – спекулянт. Хеджер прагне знизити ризик, спричинений невизначеністю цін на ринку, продаючи форвардні, ф'ючерні чи опційні контракти. Це дає можливість зафіксувати ціну і зробити доходи або витрати більш передбаченими. При цьому ризик, пов'язаний з хеджуванням, не зникає. Його беруть на себе підприємці, які йдуть на певний, наперед розрахований ризик.

**Самострахування** – це група заходів для внутрішнього страхування ризиків, покликана забезпечити нейтралізацію їх негативних фінансових наслідків у процесі розвитку підприємства.

У ризик-менеджменті використовуються зазвичай форми внутрішнього страхування ризиків. Забезпечення компенсації можливих фінансових утрат за рахунок відповідної «премії за ризик» полягає у вимозі від контрагентів додаткового доходу по ризикованих операціях вище від того рівня, що можуть забезпечити безризикові операції. Цей додатковий дохід повинен зростати пропорційно збільшенню рівня ризику.

Забезпечення компенсації можливих фінансових утрат за рахунок системи штрафних санкцій є однією з найбільш розповсюджених форм внутрішнього страхування ризиків. Воно передбачає розрахунок і включення в умови контрактів необхідних рівнів штрафів, пені, неустойок та інших форм фінансових санкцій у випадку порушення контрагентами своїх зобов'язань. Рівень штрафних санкцій повинен повною мірою компенсувати фінансові втрати підприємства у зв'язку з неотриманням доходу, інфляцією, зниженням майбутньої вартості грошей та інших негативних наслідків господарських ризиків.

У господарській практиці підприємництва важлива роль відводиться формуванню запасів. Вони можуть бути у вигляді: предметів праці і продуктів праці; основних фондів та оборотних коштів; незавершеного будівництва; кваліфікованих кадрів тощо.

**Лімітування – це встановлення ліміту, тобто граничних сум затрат, продажу, кредиту та ін.**

Лімітування передбачає обмеження потоків (грошових, товарних, кредитних, інвестиційних), спрямованих у зовнішню (по відношенню до підприємства) середовища. Лімітування концентрації ризику припускає розмежування системи прав та відповідальності таким чином, щоб наслідки ризикових ситуацій не впливали на реалізацію управлінських рішень. Даний механізм звичайно використовується за тими вилами ризиків, які виходять за рамки допустимого рівня.

За такими видами діяльності і господарських операцій, що можуть постійно виходити за встановлені межі припустимого ризику, останній лімітується шляхом установаження відповідних економічних і фінансових нормативів. Система таких нормативів, що забезпечують лімітування економічних ризиків, може включати:

- максимальний обсяг комерційної операції по закупівлі товарів, що укладається з одним контрагентом;
- максимальний розмір скупних запасів товарів на підприємстві (запасів поточного поповнення, сезонного збереження, цільового призначення);
- максимальний розмір споживчого кредиту, наданого одному покупцю (у рамках диференційованих груп покупців чи груп товарів);
- мінімальний розмір оборотних активів у високоліквідній формі (з виділенням їхньої суми у вигляді готових коштів платежу);
- граничний розмір оборотних активів у високоліквідній формі (з виділенням їхньої суми у вигляді готових коштів платежу);
- максимальний розмір депозитного внеску, що розміщується в одному комерційному банку, тощо.

Будь-яке управлінське рішення ухвалюється в умовах невизначеності, коли кінцеві результати реалізації підприємницьких проектів не можуть бути встановлені через відсутність або обмеженості необхідної для цього *інформації*. І чим повніше інформація, тим більше у підприємця передумов зменшити рівень економічного ризику. Отже, для досягнення своїх цілей з метою мінімізації ризику інвестор готовий платити за більш повну інформацію, що робить її товаром, причому, дуже цінним. Адже придбання додаткової інформації дає можливість скласти кращий прогноз і ухвалити якнайкраще рішення.

Вартість повної інформації розраховується як різниця результатів, прогнозованих при повній інформації або без такої, чи коли інформація неповна. **Здобуття додаткової інформації** є одним з важливих способів щодо зниження ризику. Коли менеджер володіє більш повною інформацією, то він може зробити кращий прогноз й знизити ступінь ризику. Це робить інформацію товаром, за який менеджери (інвестори) згодні платити великі гроші, а коли це так, то вкладення капіталу в інформацію необхідно оцінювати. Вартість повної інформації розраховується як різниця між очікуваною вартістю якого-небудь придбання, коли є повна інформація, і очікуваною вартістю, коли інформація неповна.

**Розробка і впровадження системи штрафних санкцій використовується тільки по тим видам ризику, ймовірність виникнення яких залежить від контрагентів підприємства.** Розмір фінансових санкцій повинний повною мірою компенсувати фінансові збитки підприємства унаслідок виникнення ризикової ситуації.

При інвестиційному кредиті найбільшого поширення дістали такі засоби захисту від інвестиційного ризику, як **позички під заставу та гарантовані кредити.**

**Позички під заставу** – це позички, забезпечені з боку позичальника заставними активами. Застава – один з найдавніших засобів забезпечення позичок. Але якщо у минулі роки заставні фізичні активи переходили у власність кредитора, то сьогодні вони, як правило, залишаються у користуванні позичальника, а кредитору у відповідності з контрактом переходять (уступаються) права володіння (цесія).

**Гарантований кредит** видається під письмове зобов'язання третьої сторони сплатити борг у разі відмови від його сплати позичальником. Оцінка ризиків гаранта та вимоги до якості гарантії такі самі, як і до застави.

Кредитори звичайно прагнуть отримати необмежену та забезпечену гарантію, тому повинні особливо ретельно перевіряти її. При оцінці фінансового стану гаранта слід враховувати, що гарантія як умовне зобов'язання являє собою позабалансовий фінансовий інструмент. Тому перевіряти необхідно як балансові, так і позабалансові операції гаранта. Особливу відповідальність несе банк, який виступає у ролі гаранта, оскільки гарантії, які ним видаються, так само, як і безпосередньо кредити, забезпечуються не власними ресурсами, а коштами акціонерів або вкладників.

**Питання для самоперевірки**

1. Чи є відмінні ознаки у економічного ризику та підприємницького ризику? Відповідь обґрунтуйте.
2. Назвіть основні елементи ризику. У чому полягають їх особливості?
3. Які з найбільш впливових джерел ризику Вам відомі? Наведіть приклади при обґрунтуванні відповіді.
4. Які риси притаманні ризику? У чому полягають їх відмінності?
5. Які наукові передумови побудови класифікації ризиків Ви знаєте?
6. Обґрунтуйте особливості побудови системи класифікації ризиків.
7. Які критерії класифікації ризиків прийнято виділяти у ризикології?
8. Які джерела та причини підприємницького ризику вам відомі?
9. Обґрунтуйте необхідність мінімізації економічних ризиків.
10. Охарактеризуйте таку форму профілактики ступеня економічного ризику як диверсифікація. В чому полягають напрямки диверсифікації?
11. Шляхом порівняльного аналізу визначте недоліки й переваги лімітування?
12. Яке функціональне призначення має створення резервного фонду?
13. Якому засобу мінімізації ризику і за яких умов доцільно віддати перевагу страхуванню чи самострахуванню?
14. До яких видів ризиків найбільше придатний метод хеджування?

**Тема 9**  
**ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА**  
**У ТОРГОВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ**

*Питання для теоретичної підготовки*

- 9.1. Аспекти забезпечення економічної безпеки у торговельному підприємстві
- 9.2. Оцінка економічної безпеки
- 9.3. Система організаційного забезпечення економічної безпеки

**9.1. Аспекти забезпечення економічної безпеки  
у торговельному підприємстві**

*Під економічною безпекою суб'єктів підприємництва розуміють стан, за якого забезпечується економічний розвиток і стабільність діяльності підприємства, банку, гарантований захист їх ресурсів, здатність адекватно і без суттєвих втрат реагувати на зміни внутрішньої і зовнішньої ситуації.*

Економічна безпека може існувати лише за умови економічної рівноваги в країні і на міжнародному ринку. Об'єктами такої безпеки є життєво важливі економічні інтереси особистості, суспільства і держави, а саме: економіка країни та її регіонів, товарні ринки, юридичні і фізичні особи, які займаються підприємницькою діяльністю.

Критеріальна оцінка економічної безпеки базується на оцінках:

- ресурсного потенціалу суб'єкта і можливостей його розвитку;
- рівня ефективності використання ресурсів;
- рівня можливостей суб'єкта протистояти загрозам його економічній безпеці та самостійно ліквідувати їх;
- ефективності кадрової політики суб'єкта;
- конкурентоспроможності суб'єкта; цілісності та масштабів структури суб'єкта.

В системі *показників* економічної безпеки доцільно виділити:

- темпи зростання прибутковості та посилення економічної стабільності в діяльності суб'єкта;
- рівень матеріального і соціального забезпечення його працівників;
- розмір боргових зобов'язань суб'єкта;
- структуру дебіторської заборгованості;
- обсяги використання тіньового капіталу та ін.

Для економічної безпеки важливе значення мають не стільки самі показники, скільки їх порогове значення, тобто допустимі величини, недотримання яких буде перешкоджати нормальному розвитку діяльності суб'єкта підприємництва, призводити до формування негативних тенденцій в його економічній безпеці. Найвищий ступінь економічної безпеки суб'єкта підприємництва досягається при умові, що весь комплекс показників знаходиться в рамках допустимих меж порогових значень, а порогове значення одного показника досягається не за рахунок іншого.

Процес торгівлі дещо перетворює відому формулу підприємства: «Гроші – товар – гроші» в «Товар – гроші – товар». Тому специфікою для торгових підприємств є втрати товарів (а не коштів), які у наступному обумовлюють фінансові втрати.

Враховуючи різноманітність торгівельного бізнесу, його види (оптова чи роздрібна торгівля), різноманітність операцій (вибір товару, оплата, доставка, виграшка, зберігання, продаж) можуть виникати досить різноманітні загрози. До них можуть бути віднесені:

- затоварювання підприємства,
- висока ціна товару, який надходить до торгових підприємств,
- крадіжки товарів відвідувачами (покупцями, персоналом),
- помилки в ідентифікації товарів,
- помилки в обліку товарів,
- розтрата товарів та його привласнення,
- шахрайство і т. ін.

Забезпечення економічної безпеки торгівельних підприємств здійснюється як традиційними методами, так і спеціальними. Перші зазвичай застосовуються у всіх чи в більшості підприємств. Це, як правило, охорона, спостереження, контроль, відбір персоналу, технічна укріпленість торгівельних підприємств. У свою чергу, спеціальні методи орієнтуються на специфіку діяльності торгівельного підприємства, його товарів, технологію і організацію їх реалізації, місце розташування підприємства та ін. Загалом забезпечення економічної безпеки торгівельного підприємства здійснюється по трьох напрямках:

- робота з кадрами,
- інженерно-технічне забезпечення
- захист інформаційних ресурсів підприємства.

Значна увага в роботі з кадрами має бути спрямована на мотивацію лояльності персоналу, створення умов, за яких працівни-

кам було б неможливо і невідібно вдаватись до негативних вчинків. Інженерно-технічне обладнання має передбачати обмеження доступу до торговельних підприємств, принаймні це має бути контрольований доступ, застосування різного роду візуальних елементів, використання засобів заборони доступу (огорожі, двері, замки), встановлення засобів відео спостереження, сповіщення, фіксації певних дій, використання засобів проти крадіжки. Захист інформації має здійснюватись в системі всього торговельного підприємства (а не окремої установи), оскільки захищатись мають інтелектуальні об'єкти, інформація, які мають стратегічне значення для всього підприємства, тому заходи захисту інформації мають розроблятись службою безпеки торговельного підприємства і впроваджуватись в діяльність всіх його установ централізовано. Централізованим також має бути інформування всіх торговельних установ підприємства про специфіку загроз, оперативну ситуацію, навколо них, ситуацію на ринку, найбільш поширені заходи економічної безпеки, які мають вживатись в обов'язковому порядку установами підприємства.

## **9.2. Оцінка економічної безпеки**

В основу оцінки економічної безпеки покладено методику, розроблену М. О. Кокнаєвою, що базується на працях І.П. Мойсеєнко та М.Я. Демчишина, В.О. Ареф'єва, Л.О. Чаговця.

Економіко-математичний підхід для оцінювання рівня фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання ( $P_{фев}$ ) передбачає використання такої функціональної залежності:

$$P_{фев} = a_1 \cdot f(x_1) + a_2 \cdot f(x_2) + \dots + a_n \cdot f(x_n), \quad (9.1)$$

де  $x_1, x_2, x_n$  – показники діяльності суб'єктів господарювання;  $f(x_1)$ ,

$f(x_2), \dots, f(x_n)$  – локальні функції залежності рівня фінансово-економічної безпеки від відповідних показників діяльності суб'єктів господарювання;

$a_1, a_2, \dots, a_n$  – коефіцієнти, що відображають значущість кожного показника для забезпечення фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання.

Доцільність застосування такого підходу зумовлена його здатністю виявити основні прямі (зворотні), лінійні (нелінійні) взаємозв'язки між різними факторами, які визначають напрями і



можливості зміцнення фінансово-економічної безпеки підприємств. До того ж на основі економіки-математичного підходу можуть бути сформовані різні сценарії розвитку підприємства за умови зміни того чи іншого фактора, що є важливим при обґрунтуванні вибору фінансово-економічної стратегії розвитку підприємства.

Недоліком більшості методичних підходів, які передбачають застосування моделювання процесів фінансово-економічної безпеки підприємства, є те, що прогнозування зазначених процесів здійснюється на основі ретроспективного аналізу та лінійної проєкції рядів динаміки окремих факторів.

Фінансово-економічний потенціал суб'єктів господарювання визначає конкурентоспроможність, можливості ділового співробітництва, оцінює наскільки гарантовані економічні інтереси суб'єктів господарювання у фінансовому і виробничому аспектах на основі аналізу ринкових умов зовнішнього середовища функціонування. При цьому для забезпечення певного рівня фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання необхідно:

- оцінити фінансовий стан господарської діяльності на базі вивчення причинно-наслідкового взаємозв'язку між різними показниками виробничої, комерційної та фінансової діяльності;
- розробити моделі фінансового стану за різноманітних варіантів використання ресурсів;
- розробити заходи ефективнішого використання фінансових ресурсів і зміцнення фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання.

Важливою складовою оцінювання фінансово-економічної безпеки підприємства є врахування рівня його прибутковості, оскільки прибуток є однією з основних цілей функціонування суб'єкта господарювання.

Методика оцінювання фінансово-економічної безпеки торговельних підприємств повинна базуватися на таких критеріальних умовах, як:

- 1) аналіз використання фінансово-економічного потенціалу підприємства в розрізі окремих бізнес-процесів;
- 2) вибір оптимальних значень індикаторів задля забезпечення реалізації пріоритетних фінансово-економічних цілей підприємства;
- 3) звуження переліку показників-індикаторів фінансово-економічної безпеки підприємства з метою досягнення максимальної ефективності при їх оцінці;
- 4) відповідність результатів реалізації запропонованого мето-

дичного підходу галузевому спрямуванню (в нашому випадку – це сфера торгівлі будівельними матеріалами), неможливість їх використання для будь-якого підприємства чи групи підприємств.

Оцінка фінансово-економічної безпеки торговельних підприємств повинна проводитися за певними етапами, яким притаманні комплексність, системність, використання математичного апарату для здійснення розрахунків, врахування впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

*Етап 1.* На цьому етапі визначаються основні фактори впливу зовнішнього середовища на функціонування підприємств торгівлі будівельними матеріалами та їх фінансово-економічну безпеку. Метою проведення аналізу ринку будівельних матеріалів України на первинному етапі є виявлення основних загроз зовнішнього середовища для стійкого функціонування підприємств торгівлі будматеріалами.

*Етап 2.* На цьому етапі здійснюється загальна оцінка фінансово-економічних результатів діяльності підприємств у контексті досягнення ними стійкості та безпеки функціонування. Подібне оцінювання потребує ґрунтовного аналізу показників за такими бізнес-процесами, як організаційно-управлінські; фінансово-аналітичні; ринкові; торговельні.

Звичайно окремі групи бізнес-процесів торговельного підприємства впливають на загальний стан його фінансово-економічної безпеки із різною силою. Тому вважаємо за доцільне для детермінації ваги кожної групи бізнес-процесів скористатися думкою експертів – фахівців у сфері торгівлі будівельними матеріалами. Результати експертного опитування дали змогу встановити, що найбільший вплив на стан фінансово-економічної безпеки підприємства справляють фінансово-аналітичні бізнес-процеси, значно меншою вагомістю визначаються організаційно-управлінські, торговельні та ринкові бізнес-процеси.

На основі результатів експертного опитування нами визначено модель оцінювання фінансово-економічної безпеки підприємств торгівлі будівельними матеріалами:

$$Y_{фeб} = 0,21 \cdot Y_y + 0,52 \cdot Y_\phi + 0,14 \cdot Y_p + 0,13 \cdot Y_T \quad (9.2)$$

де  $Y_y$  – інтегральна оцінка організаційно-управлінських бізнес-процесів,  $Y_\phi$  – інтегральна оцінка фінансово-аналітичних бізнес-процесів,  $Y_p$  – інтегральна оцінка ринкових бізнес-процесів,  $Y_T$  – інтегральна оцінка торговельних бізнес-процесів підприємства.

*Етап 3.* На цьому етапі здійснюється моделювання управлінських впливів на забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств торгівлі будівельними матеріалами. У межах етапу на основі проведення багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу будують рівняння регресії залежності основних факторів фінансово-економічної безпеки підприємства.

*Етап 4* передбачає узагальнення отриманих результатів, на базі яких мають формуватися та коректуватися стратегії зміцнення фінансово-економічної безпеки підприємств торгівлі будівельними матеріалами.

### **9.3. Система організаційного забезпечення економічної безпеки**

Система безпеки підприємства відповідно до ресурсно-функціонального підходу включає ряд наступних підсистем другого рівня: економічну, інтелектуально-кадрову, техніко-технологічну, політико-правову, екологічну, інформаційну і силову. При цьому підсистеми другого рівня можуть включати підсистеми третього рівня. Наприклад, підсистемами економічної безпеки можуть бути – фінансова, комерційна, майнова, а також інші підсистеми безпеки. Окрім цього, самі підсистеми не розділені між собою непрохідною межею, оскільки вони настільки взаємозв'язані одна з одною, що в органічній єдності утворюють єдину систему безпеки підприємства. Розділення ж єдиної системи безпеки підприємства на підсистеми другого і третього рівня проводиться з методичних міркувань, оскільки це дозволяє більш детально вивчити всі його елементи.

Мета системи економічної безпеки підприємства полягає у недопущенні чи зведенні до мінімуму негативного впливу зовнішніх і внутрішніх загроз на економічний стан підприємства, у тому числі на його фінансові, матеріальні, інформаційні і кадрові ресурси, завдяки розробленому і впровадженому комплексу заходів економіко-правового і організаційного характеру.

У процесі досягнення поставленої мети здійснюється реалізація конкретних завдань, які об'єднують всі напрями забезпечення безпеки. До завдань, вирішуваних системою забезпечення економічної безпеки торговельних підприємств, на нашу думку, слід віднести:

– забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості та незалежності підприємства;

- досягнення високої конкурентоспроможності підприємства на ринку;
- забезпечення захисту комерційних інтересів та комерційної таємниці підприємства;
- виявлення, аналіз і оцінка виниклих реальних загроз економічній безпеці;
- прийняття рішень і організація діяльності з реагування на існуючі загрози економічній безпеці;
- прогнозування можливих загроз економічній безпеці;
- розроблення і впровадження превентивних заходів щодо попередження можливих загроз;
- відшкодування матеріального і морального збитку, нанесеного в результаті неправомірних дій організацій і окремих осіб;
- контроль за ефективністю функціонування системи безпеки та постійне вдосконалення її елементів.

З урахуванням зазначених завдань, умов конкурентної боротьби, специфіки діяльності торговельних підприємств будується їх система економічної безпеки. Необхідно відзначити, що система економічної безпеки кожної компанії є суто індивідуальною. Її повнота і дієвість багато в чому залежать від існуючої законодавчої бази, виділених керівництвом підприємства матеріально-технічних і фінансових ресурсів, розуміння кожним із співробітників важливості забезпечення безпеки бізнесу, а також від знань і практичного досвіду відповідних працівників, що безпосередньо займається побудовою і підтримкою в «робочому стані» системи економічної безпеки.

Таким чином, система економічної безпеки підприємств торгівлі повинна ґрунтуватися на визначених принципах. Основними з них є наступні:

- законність, яка передбачає, що будь-які заходи щодо забезпечення економічної безпеки повинні прийматися в рамках чинного законодавства і не суперечити йому;
- поєднання превентивних і реактивних заходів. Превентивні – заходи попереджувального характеру, що дозволяють не допускати виникнення або реалізацію загроз економічній безпеці. Реактивні – заходи, які приймаються у разі реального виникнення загроз або необхідності мінімізації їх негативних наслідків. При цьому слід забезпечувати пріоритет заходів попередження, оскільки будь-яку «пожежу легше попередити, ніж загасити». Найважливішу роль у справі забезпечення економічної безпеки підприємництва відіграють первинні, тобто економіко-правові та організаційні заходи, оскільки

саме вони забезпечують фундамент системи безпеки, на відміну від вторинних заходів подолання негативного впливу дестабілізуючих чинників;

- комплексність і системність передбачає створення такої системи безпеки, яка б забезпечила безпеку підприємства, його майна, персоналу, різних сфер діяльності від усіх можливих загроз та дестабілізуючих чинників;

- поєднання гласності з конспірацією вимагає, щоб основні заходи безпеки мали б бути відомими всім співробітникам підприємства і повинні беззаперечно виконуватися. У той же час, частина заходів повинна бути відома лишень вузькому колу виконавців та керівництву, що дозволить своєчасно виявляти і попереджувати потенціальні, реальні небезпеки і загрози від власного персоналу та попередить витік інформації назовні;

- координація і взаємодія, щоб зусилля всіх підрозділів підприємства та окремих виконавців, які забезпечують економічну безпеку, були належним чином спрямовані і скоординовані;

- компетентність, тобто питаннями забезпечення безпеки підприємства, повинні займатися професіонали, які володіють необхідними знаннями та навичками, вміють своєчасно оцінити ситуацію і приймати правильні рішення;

- безперервність, який передбачає, що функціонування комплексної системи забезпечення економічної безпеки підприємства повинно здійснюватися постійно на плановій основі;

- плановість, тобто ефективне забезпечення економічної безпеки підприємства можливе за умов, коли вибір і застосування сил, засобів та охоронних заходів здійснюється на основі детально продуманої концепції;

- диференціація заходів передбачає вибір заходів щодо подолання виниклих загроз залежно від характеру загрози і ступеня тяжкості наслідків її реалізації;

- підконтрольність системи забезпечення економічної безпеки керівництву підприємства, щоб система безпеки не перетворилася на замкнуте утворення, орієнтоване на вирішення вузьких завдань без урахування інтересів підприємства в цілому, і для оцінки ефективності діяльності системи і її можливого вдосконалення;

- економічна доцільність передбачає, що витрати на організацію системи безпеки не перевищували рівня, при якому втрачається економічний зміст їх застосування.

Система економічної безпеки окреслює перспективи подальшого розвитку й базується на результатах планування подальшої діяльності.

**Питання для самоперевірки**

1. Надайте визначення економічної безпеки. Окресліть положення забезпечення економічної безпеки у торговельному підприємстві.
2. Які показники доречно враховувати при забезпеченні економічної безпеки?
3. Назвіть загрози для ведення торговельного бізнесу.
4. Яким чином проводиться оцінка економічної безпеки?
5. Які кроки необхідні для забезпечення певного рівня фінансово-економічної безпеки суб'єктів господарювання?
6. Обґрунтуйте етапи проведення оцінки фінансово-економічної безпеки торговельних підприємств.
7. Доведіть переваги впровадження системи організаційного забезпечення економічної безпеки у торговельному підприємстві.

## ГЛОСАРІЙ

**Державне регулювання торговельного підприємництва** – це вплив держави на діяльність підприємницьких структур, діячих в сфері торгівлі, за допомогою законодавчих важелів, спрямованих на забезпечення сприятливих умов їх функціонування.

**Джерело** – фактори (явища, процеси, предмети), які породжують невизначеність результату при прийнятті рішень, зумовлених певними змінами внутрішнього чи зовнішнього характеру діяльності підприємства або діями суб'єктів ризику.

**Диверсифікація** – це процес розподілу зусиль та засобів між різними видами діяльності і об'єктами вкладення капіталу, результати яких безпосередньо не пов'язані між собою.

**Економічна безпека суб'єктів підприємництва** – стан, за якого забезпечується економічний розвиток і стабільність діяльності підприємства, банку, гарантований захист їх ресурсів, здатність адекватно і без суттєвих втрат реагувати на зміни внутрішньої і зовнішньої ситуації.

**Економічний ризик** – вид ризику, який виникає при будь-яких випадках підприємницької діяльності, спрямованих на одержання прибутку і пов'язаних з виробництвом продукції, реалізацією товарів, наданням послуг, виконанням робіт; товарно-грошовими і фінансовими операціями; комерцією, а також реалізацією науково-технічних проектів.

**Електронна комерція (e-commerce, e-trade)** – це процес купівлі та продажу товарів і/або послуг через укладання комерційних угод з використанням електронних засобів Інтернету.

**Класифікація ризику** – поділ ризику на конкретні групи за певними ознаками для досягнення поставлених цілей.

**Комерційні ризики** – це ризики, що виникають в процесі реалізації товарів і послуг, створених чи придбаних підприємцем.

**Лімітування** – це встановлення ліміту, тобто граничних сум затрат, продажу, кредиту та ін.

**Передача ризику** – розподіл ризику між учасниками підприємницького проекту або передачу (трансфер) ризику певному суб'єкту господарських відносин.

**Підприємництво** – це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється

снюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством.

**Підприємницький ризик** – об'єктивно-суб'єктивна економічна категорія, яка має імовірнісний характер і характеризує невизначеність кінцевого результату діяльності, внаслідок можливого впливу (дії) на нього низки об'єктивних та/або суб'єктивних факторів, які не враховуються при його плануванні.

**Ризик-менеджмент** – це сукупність методів, прийомів і заходів, що дозволяють певною мірою прогнозувати настання ризикових подій та вживати заходи щодо виключення або значення негативних наслідків настання таких подій.

**Ризикова ситуація** – поєднання, сукупність різних обставин і умов, що створюють певну обстановку для того чи іншого виду діяльності.

**Ринкова інфраструктура** – це комплекс інститутів, що створюють організаційно-економічні умови функціонування ринкового механізму. Вона включає фінансову і кредитно-банківську систему, розвинуту грошову систему, фондові й товарні біржі, біржі праці тощо.

**Роздрібні ціни на товари народного споживання** – це ціни на товари невиробничого споживання, за якими їх продають незалежно від форми розрахунків безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх власного некомерційного використання.

**Самострахування** – це група заходів для внутрішнього страхування ризиків, покликана забезпечити нейтралізацію їх негативних фінансових наслідків у процесі розвитку підприємства.

**Сертифікат відповідності** – документ, що підтримує відповідність продукції стандартам якості, що діють в Україні.

**Стандарт** – це нормативний документ, заснований на консенсусі, прийнятий визнаним органом, що встановлює для загального і неодноразового використання правила, настанови або характеристики щодо діяльності чи її результатів, та спрямований на досягнення оптимального ступеня впорядкованості в певній сфері.

**Страхування** – це фінансова операція, направлена на грошове відшкодування можливих втрат при реалізації окремих ризиків (настання страхового випадку).

**Торговельна логістика** – розділ науки логістики, який вивчає закономірності та шляхи оптимізації комплексного планування, організації та управління фізичним рухом товарів у сфері обігу та



комерційного посередництва з метою мінімізації витрат та економії часу.

**Торгові надбавки** – це частина вартості товару, призначена для покриття витрат підприємства, отримання прибутку та сплати податків.

**Торговельне підприємництво** – це специфічний вид господарської діяльності, метою якої є отримання прибутку за допомогою проведення товарно-грошових та торговельно-обмінних операцій.

**Торговий патент** – це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта господарювання займатися певними видами підприємницької діяльності впродовж встановленого строку.

**Хеджування** – це страхування ризиків від несприятливих змін цін на будь-які товарно-матеріальні цінності згідно з контрактами та комерційними операціями, які передбачають постачання (продаж) товарів в майбутніх періодах.

## **РЕКОМЕНДОВАНА ТА ВИКОРИСТАНА ЛІТЕРАТУРА**

### **Основна**

1. Апопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М. та ін. Організація торгівлі: підручник / І. П. Міщук, В. М. Ребицький та ін.; За ред. В.В. Апопія. – 2-ге вид. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 615 с.
2. Балабан П. Ю., Тягунова Н.М., Місюкевич В. І., Михайлюкова Н.І. Торговельна логістика / П. Ю. Балабан, Н. М. Тягунова, В. І. Місюкевич В. І. та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2014. – 148 с.
3. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво: навч. посіб. / І. В. Гой, Т. П. Смелянська. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 368 с.
4. Гончар Л. А. Торговельне підприємництво: конспект лекцій / Л.А.Гончар. – Дніпропетровськ: ДУ ім. Альфреда Нобеля, 2012. – 145 с.
5. Економічна безпека: навч. посіб. / О. Є. Користін, О. І. Барановський, Л. В. Герасименко та ін.; за ред. О. М. Джужі. – К.: Алерта; КНТ; Центр учбової літератури, 2010. – 368 с.
6. Зубок М. І., Рубцов В. С., Яременко С. М. та ін. Економічна безпека суб'єктів підприємництва: навч. посіб. / М. І. Зубок, В. С. Рубцов, С. М. Яременко та ін. – К., 2012 – 226 с.
7. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків: навч. посіб. / Балджи М. Д., Карпов В. А., Ковальов А. І. та ін. – Одеса: Атлант, 2013. – 670 с.
8. Грабова Н. М., Добровський В. М. Бухгалтерський облік у торгівлі: навч. посіб. / За ред М. В. Кужельного. – К.: А.С.К., 2004. – 800 с.
9. Перебийніс В. І. Транспортний менеджмент і транспортний маркетинг виробничо-комерційної діяльності: монографія / В. І. Перебийніс, Л. М. Болдирева, О. В. Перебийніс. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2009. – 201 с.

### Додаткова

1. Ареф'єв В. О. Моделювання управлінських впливів щодо формування системи фінансової безпеки підприємств / В. О. Ареф'єв // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 36. – С. 110–112.
2. Ареф'єва О. В. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки / О. В. Ареф'єва, Т. Б. Кузенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С. 98–103.
3. Бакунов О. О. Концептуальні основи управління економічною стійкістю торговельного підприємства: монографія / О. О. Бакунов, О. В. Сергеева. – Донецьк : ДонНУЕТ. – 2010. – 230 с.
4. Бережнов Г. В. Управление предприятием: Новые подходы к снижению риска и повышению эффективности организации / Г. В. Бережнов // Управление риском. – 2003. – № 2. – С. 24–29.
5. Бригхэм Ю., Эрхардт М. Финансовый менеджмент. Пер. с англ. / Е. А. Дорофеева. – СПб.: Питер, 2010. – 960 с.
6. Бугрова О. Методологічні основи оцінки ризику при прийнятті інвестиційних рішень / О.Бугрова // Економіка України. – 2003. – № 10. – С. 29–32.
7. Василенко В.А. Теорія і практика розробки управлінських рішень: навч. посіб. / В.А. Василенко – К.: ЦУЛ, 2002. – 420 с.
8. Вітлінський В. В., Великоіваненко Г. І. Ризикологія в економіці та підприємстві: монографія / В. В. Вітлінський, Г. І. Великоіваненко. – К: КНЕУ, 2004. – 480 с.
9. Горячева К. Фінансова безпека підприємства: сутність та місце в системі економічної безпеки / К. Горячева // Економіст. – 2003. – № 8. – С. 65–67.
10. Гранатуров В. М., Литовченко І. В., Харічков С. К. Аналіз підприємницьких ризиків: проблеми визначення, класифікації та кількісної оцінки / В. М. Гранатуров. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2003. – 164 с.
11. Гранатуров В. М., Шевчук О. Б. Ризики підприємницької діяльності: Проблеми аналізу / В. М. Гранатуров, О. Б. Шевчук. – К. : Зв'язок, 2000. – 152 с.

12. Грачев А. В. Анализ и управление финансовой устойчивостью предприятия / А. В. Грачев. – М.: Финпресс, 2002. – 316 с.
13. Грицюк Н. А. Методичні підходи до обґрунтування індикаторів оцінки рівня фінансової безпеки підприємства / Н. А. Грицюк // Проблеми науки. – 2008. – № 6. – С. 31–35.
14. Гуляєва Н.М. Обґрунтування інвестиційних рішень: основні правила і підходи / Н.М. Гуляєва // Регіональні перспективи. – 2000. – № 2–3. – С. 36–39.
15. Дайновский Ю.А. Эффективные решения в микроэкономике: 505 приемов бизнеса / Ю.А. Дайновский. – Л: ТзОВ «Ініціатива», 1997. – 159 с.
16. Дерлоу Д. Ключові управлінські рішення: Технологія прийняття рішень: Пер з англ. / Д. Дерлоу. – К.: Всеуито, Наук. думка, 2001. – 242 с.
17. Диденко О.Н. Категория «риск» и неопределенность» в развивающихся экономических системах / О. Н. Диденко // Вестник СумДУ. – 2002. – № 7 (40). – С. 151–157.
18. Економічний аналіз: навч. посіб / М.Г. Чумаченко. – К.: КНЕУ, 2001. – 540 с.
19. Козаченко Г. В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізми забезпечення: монографія / Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьова, О. М. Ляшенко. – К.: Лібра, 2003. – 280 с.
20. Кондрашихін А.Б., Пепа Т.В. Теорія та практика підприємницького ризику: навч. посіб. / А.Б. Кондрашихін, Т.В. Пепа. – К.: ЦУЛ, 2009. – 224 с.
21. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Карпов А. В., Левинський С. В. Ризики інвестиційних проектів: навч. посіб. / В.Р. Кучеренко, В. А. Карпов, А. В. Карпов, С. В. Левинський. – Одеса: Атлант, 2011. – 138 с.
22. Лук'янова В.В., Головач Т.В. Економічний ризик: навч. посіб. / В. В. Лук'янова, Т. В. Головач. – К.: Академвидав, 2007. – 464 с.
23. Мойсеєнко І. П. Економетричний аналіз стану економічної безпеки суб'єктів господарювання / І. П. Мойсеєнко, М. Я. Демчишин // Наук. вісн. Львів. держ. ун-ту внутрішніх справ: зб. наук. праць. – Л., 2010. – Вип. 3. – С. 251–263.
24. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чеботар С.І. Основи підприємницької діяльності: посібник / С. В. Мочерний, О. А. Устенко, С. І. Чеботар. – К.: Академія, 2001. – 280 с.

25. Папехин Р. С. Факторы финансовой устойчивости и безопасности предприятий / Р. С. Папехин: автореф. дис. на соиск. учен. ст. канд. экон. наук; Волгоградский государственный университет. – Волгоград: Изд-во ВГУ, 2007. – 16 с.
26. Підхомний О. М. Індикатори оцінки рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання / О. М. Підхомний, Л. С. Яструбецька // Економічні науки: зб. наук. праць. – 2007. – Вип. 23. – С. 234–237.
27. Управление рисками [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nettrader.ru>.
28. Управление рисками предприятия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.delloitte.com>.
29. Уткин Э. А. Риск-менеджмент: учебник – М.: Тандем, 1998. – 288 с.
30. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: учебник / Р.А.Фатхутдинов. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2001. – 448 с.
31. Хіт Р. Кризовий менеджмент для керівників: Пер. с англ. / Р. Хіт. – К.: Всеуито; Наук. думка, 2002. – 566 с.
32. Хобта В.М. Формування господарських рішень підприємств з урахуванням ризику /В.М. Хобта // Наукові праці Донецького державного технічного університету: Серія економічна. – Донецьк: ДонНТУ. – Вип. 49. – 2002. – 245 с.
33. Хомяченкова Н. А. Механизм интегральной оценки устойчивости развития промышленных предприятий : автореф. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Н. А. Хомяченкова ; Моск. гос. ин-т электрон. техники (техн. ун-т). – М., 2011. – 21 с.
34. Хохлов Н.В. Управление риском: учеб. пособ. / Н.В. Хохлов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 239 с.
35. Христіановський А. Т., Лахтіонова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання: монографія / А. Т. Христіановський, Л.А.Лахтіонова. – К.: КНЕУ, 2001. – 387 с.
36. Чаговец Л. О. Застосування апарату нечіткої логіки для оцінки рівня економічної безпеки підприємства // Сучасні та перспективні методи і моделі управління в економіці: монографія. – Суми: УАБС НБУ, 2008. – Ч. 1. – С. 177–186.
37. Чаговец Л.О. Модель оцінки рівня фінансової складової економічної безпеки підприємства // Математичні моделі та

- інформаційні технології в сучасній економіці: монографія.– Суми: УАБС НБУ, 2007.–246 с.
38. Эддоус М., Стэнсфилд Р. Методы принятия решений. – Пер. с англ. / И.И. Елисеева. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. – 590 с.
39. Экономическая безопасность: Производство, финансы, банки / В. К. Сенчагова. – М.: Финстатинформ, 1998. – 621 с.
39. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование: учеб. пособие / М. И. Баканов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 656 с.
40. Юлдашев Р. Инвестиционный процесс: проблемы принятия решений / Р. Юлдашев // Управление риском. – 1998. – № 3. – С. 25–28.
41. Юлегина И. Методы принятия инвестиционных решений / И. Юлегина // Бизнес-Информ. – 1998. – № 17–18. – С. 56–58.
42. Ястремський О. І. Основи мікроекономіки: підручник / О. І. Ястремський. – К.: Знання, 1998. – 674 с.
43. Crouhy M., Galai D., Mark R. Risk management / M. Crouhy, D. Galai, R. Mark. – McGraw-Hill, 2011. – 717 p.
44. Markowitz H. Portfolio Selection // Journal of Finfnce, 1952. – Vol. 7 (1). – P. 256.

Навчальний посібник

---

**Балджи Марина Дмитрівна,  
Доборова Наталя Василівна,  
Однолько Вікторія Олександрівна,  
Осипова Марія Михайлівна**

# **ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО**

Редактор: *Василенко Людмила Генадіївна*  
Коректор: *Наследова Тетяна Анатоліївна*  
Комп'ютерна верстка: *Трубак Ігор Миронович*  
Дизайн обкладинки: *Куташенко Валерій Сергійович*

Підписано до друку 07.08.2017. Формат 60 × 84 1/16. Папір офсетний. Гарнитура PetersburgC. Фіз. друк. арк. 7. Ум. друк. арк. 6,51. Наклад 300.

ТОВ «Кондор-Видавництво»  
03067, м. Київ, вул. Гарматна, 29/31,

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців,  
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції  
серія А01 № 376847 від 28.07.2010 р.

03067, м. Київ, вул. Гарматна, 29/31  
тел./факс (044) 408-76-17, (044) 408-76-25

